



SK텔레콤, 'T우주' 구독 서비스 플랫폼 광고 온에어

SK텔레콤은 신개념 구독 플랫폼 서비스 'T우주'를 론칭하고 TV광고를 공개했다. T우주는 SK텔레콤이 홀어저 있던 구독 상품을 한 곳에 모아 소비자의 새로운 구독 생활을 제시하는 서비스로, 타 통신사의 고객들도 이용할 수 있다.

이번 광고는 '우주적' 스케일의 서비스가 탄생하게 된 배경과 다양한 구독 상품의 집합을 '모두의 구독 유니버스'라는 슬로건으로 담아냈다. 현존하는 가장 큰 세계인 우주를 통해 대한민국 구독 서비스의 새로운 패러다임을 만들겠다는 SK텔레콤의 도전 의지를 영상에 반영했다.



청정원, 송중기와 함께한 새 광고 공개

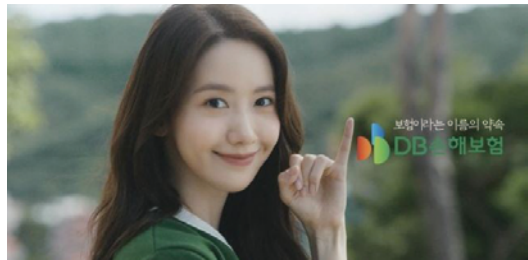
대상 청정원이 배우 송중기와 함께 '오늘을 더 맛있게' 브랜드 광고를 공개했다. 이번 광고는 즐거운 식사를 통해 더 기분 좋은 일상을 보낼 수 있게 한다는 의미를 담았다. 캠페인은 단순히 맛있는 음식을 판매하는 것이 아니라 음식을 둘러싼 사람들의 삶을 맛있게 만든다는 브랜드 철학이 반영됐다. 대상은 "더 나은 맛과 더 맛있는 인생을 선사한다는 새로운 브랜드 철학을 소비자들에게 알리기 위해 이번 브랜드 캠페인을 기획하게 됐다"며 "국내 대표 종합식품 브랜드로서 우수한 품질의 제품은 물론, 국내 식문화를 반영한 솔루션을 제안하기 위해 노력하겠다"고 말했다.



동원F&B, '리챔' 신규 광고 방송

동원F&B가 김종국씨를 '리챔' 신규 모델로 기용하고 '짜지 않아 건강한 햄'을 콘셉트로 한 광고를 공개했다. 이번 영상은 '진짜 맛있는 햄맛의 기준'을 메시지로 리챔의 저염 콘셉트를 강조했다. 리챔은 짜지 않으면서도 돼지고기 함량이 90% 이상으로 높은 햄이다.

동원F&B 관계자는 "건강미 넘치는 김종국씨 이미지와 건강한 캔햄 '리챔' 브랜드 이미지가 부합해 광고 모델로 선정했다"며 "앞으로도 건강한 식생활에 기여하는 동시에 다양한 마케팅으로 소비자들에게 친근하게 다가갈 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다.



DB손보, '약속의 릴레이' 광고 온에어

DB손해보험이 새로운 기업PR 광고 '약속의 릴레이' 편을 선보였다. 이번 광고의 콘셉트는 '약속으로 세상은 이어진다'로, 다양한 고객들의 일상 속에 담겨 있는 수많은 약속을 보험의 속성과 접목시켰다.

DB손보는 "이번 광고는 디지털이 일상화된 요즘 시대에 퇴색되고 가벼워진 약속의 가치와 의미를 회복하고, DB손보가 고객과의 약속을 어떻게 생각하는지 그 의지를 표현하고자 했다"며 "신규 광고 런칭에 맞춰 고객 여러분들에게 감사의 마음을 담은 다채로운 이벤트 또한 진행될 예정이니 많은 관심을 가져 달라"고 말했다.



파리바게뜨, 김연경과 함께한 ‘토종효모식빵’ 광고 공개
SPC그룹의 베이커리 브랜드 파리바게뜨가 ‘식빵언니’ 김연경 선수와 함께한 광고 영상을 공개했다. 이번 영상은 ‘마침내 만난 두 월드클래스, 토종효모식빵×김연경’이라는 콘셉트로 제작됐다.

배구계의 월드클래스 김연경 선수와 미국, 프랑스, 중국, 일본 등에서 특허를 받은 토종효모를 활용한 파리바게뜨 식빵의 특별한 만남을 연출했다.

파리바게뜨 관계자는 “김연경 선수와 토종효모식빵이 만나 매출, 브랜드 이미지 제고 등에 긍정적인 시너지 효과를 낼 것으로 기대한다”고 전했다.



귀뚜라미, ‘3세대 카본매트 온돌’ CF 온에어

귀뚜라미가 배우 지진희와 함께 ‘2022년형 3세대 카본매트 온돌’ 신규 CF를 공개했다. 이번 광고에서는 귀뚜라미가 보일러 업계 최초로 선보인 ‘3세대 카본매트 온돌’의 강점을 직관적으로 소비자들에게 전달하는 데 중점을 뒀다. 귀뚜라미보일러 관계자는 “3세대 카본매트 온돌은 기존 전기장판의 전자파 문제와 온수매트의 누수 및 세균 문제는 물론, 기존 카본매트의 단선, 열선 이탈 문제 등을 해결한 차세대 온열매트”라며 “얇고 가벼울 뿐만 아니라, 전기료가 저렴하고, 최고급 텐셀 원단을 사용해 고급스러운 촉감을 전달하며, 물세탁이 가능하다”고 전했다.



까사미아, 배우 윤여정과 ‘우아한 편안함’ 담은 광고 소개
까사미아가 2018년 신세계그룹에 인수된 후 처음으로 광고 캠페인을 선보였다. 배우 윤여정과 함께한 이번 광고는 유행이나 추세에 휩쓸리기 보다는 나를 닮은 공간을 연출해 주는 감각적인 ‘라이프 씬 메이커’(Life scene maker)라는 까사미아만의 철학을 전달하고자 했다. 이는 좋은 가구가 만드는 좋은 삶에 대해 구구절절 설명하기보다, 집이라는 자신만의 세계를 오롯이 살아가는 일상의 순간을 머리와 이성이 아닌 감성과 가슴으로 몰입, 가구와 함께 매일을 살아갈 소비자 각자의 이야기로 해석할 수 있도록 제작됐다.



동국제약 ‘판시달’, 배우 이제훈과 신규 TV 광고 방영
동국제약이 배우 이제훈과 함께 ‘판시달’의 새로운 TV-CF를 방영했다. 이번 광고는 탈모 경험이 증가하고 있는 2030세대를 타깃으로 약용효모 성분의 판시달 제품이 머리카락을 덜 빠지게 하고 굵어지게 해, 탈모 관리는 물론 스타일까지 챙길 수 있다는 점을 강조했다. 동국제약 관계자는 “2030 탈모 인구가 증가하고 있어 젊은 연령층에게도 효과적으로 어필할 수 있도록 판시달의 새로운 모델로 이제훈을 발탁하게 됐다”며 “탈모는 미용적인 부분과도 밀접한 관련이 있어, 2030세대에게 예방적인 탈모관리의 중요성을 전달하고자 했다”고 말했다.



11번가, 김선호와 함께 ‘아마존이 와썹’ 캠페인 시작

11번가가 배우 김선호와 함께 아마존 글로벌 스토어의 론칭을 알리는 신규 광고 캠페인 ‘11번가에 아마존이 와썹’을 시작했다. 11번가는 ‘11번가에 아마존이 들어왔다’는 메시지를 간결하게 담아 중독성 있는 비트와 따라하기 쉬운 안무로 구성된 ‘와썹댄스’를 제작했다. 11번가 관계자는 “고객들이 오래 기다려온 서비스인 만큼 그 기대감에 부응할 수 있도록 온-오프라인을 넘나드는 캠페인을 준비했다”며 “복잡했던 해외직구를 누구나 쉽게 따라할 수 있다는 메시지를 직관적으로 담은 이번 캠페인에 많은 고객 분들이 즐겁게 공감하고 참여하길 바란다”고 말했다.



신한카드, 플랫폼 ‘신한플레이’ 출시... BTS 광고 공개

신한카드가 생활금융 플랫폼 ‘신한pLay’ 출시와 함께 새 플랫폼의 기능·특장점을 담은 광고 영상을 공개했다. 신한플레이는 기존 간편결제 플랫폼 ‘신한페이판’을 개편한 것으로, 광고모델로 그룹 BTS를 섭외했다.

신한카드는 “다재다능한 역량을 지닌 아티스트 BTS의 이미지가 신한플레이가 추구하는 혁신성을 나타내기 적합해 이번 영상을 기획했다”며 “앞으로 신한플레이로의 리브랜딩을 통해 결제부터 자산관리에 이르는 금융생활 뿐만 아니라 다양한 라이프 콘텐츠까지 한데 아울러, 진정한 고객 라이프의 완성을 추구하겠다”고 전했다.

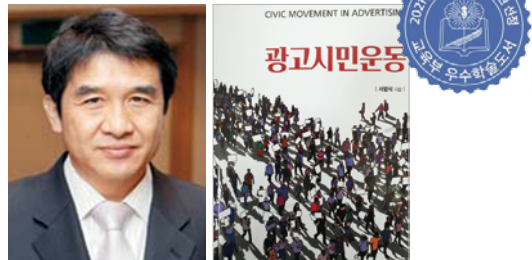


이시훈 교수, <광고법제로 보는 광고의 이해> 출간

계명대학교 이시훈 교수가 저서 <광고법제로 보는 광고의 이해>를 출간했다.

<광고법제로 보는 광고의 이해>는 광고의 정의부터 광고 표현, 광고 판매 제도 등 광고를 이해하기 위해 가장 기본적으로 알아야 할 규제 체계와 매체·업종별 광고 표현 방식, 그리고 미디어 환경 변화로 인해 개선이 필요한 부당한 광고 표현 등에 대해 분석했다.

이시훈 교수는 한국소통학회, 한국지역언론학회 회장을 역임했으며, 현재 한국방송광고진흥공사 공익광고협회의 위원장, 한국광고주협회 편집위원장으로 활동하고 있다.



<광고시민운동> 2021년 대한민국학술원 우수학술도서 선정

세명대학교 광고홍보학과 서범석교수의 저서 <광고시민운동>이 2021년도 대한민국학술원 사회과학부분 우수학술도서로 선정됐다. <광고시민운동>은 광고 바로보기를 통해 광고에 대한 이해와 감시를 수행하고 사회적 광고를 통해 사람을 행복하게 하는 광고세상을 만들기 위한 교양서다.

서범석 교수는 한국광고학회, 한국옥외광고학회 회장을 역임했으며, 대한민국 근정포장, 한국광고학회 우수논문상, 매일경제 학술공로상 등을 수상했다. 현재 (사)한국광고홍보인협회 회장을 맡고 있다.