



만 당기면 순식간에 부풀어 올라 상체를 다 덮어버려 주변을 차단함으로써 조용히 나만의 무언가를 즐길 수 있는 라이프 드레스를 활용, 광고를 표현하게 됐다고 밝혔다.

‘라이프드레스’는 벨기에와 네덜란드에서 활동 중인 안나마리아 아코넬리아(본명: AnnaMariaComelia De Gerssem)가 제작한 것으로 세상에서 하나 뿐인 드레스, 줄을 잡아당기면 액화가스가 순식간에 드레스로 주입되어 부풀어오르게 되어있다.

[새광고] 진로, 두산주류 광고모델 대결



진로는 지난9월부터 ‘참이슬 후레쉬’의 광고 모델로 영화 ‘미녀는 괴로워’에서 주가를 올린 배우 김아중을 쓰고 있다. 6개월 계약으로 내년

3월까지 활동하게 된다. 그런가하면 두산주류는 지난 11월 20일 소주 ‘처음처럼’의 광고모델로 가수 이효리를 캐스팅했다고 밝혔다. 6개월 계약을 한 이효리는 신문과 잡지 등 인쇄매체 광고와 업소용 포스터에 실리고 동영상 광고 등에 출연한다. 두산측은 ‘가수와 모델로 최고 인기를 얻고 있는 이효리의 발달하고 섹시한 이미지를 활용해 ‘처음처럼’의 부드러운 맛을 강조할 생각’이라고 밝혔다.

소주 광고 모델로 빅모델이 등장한 것은 1999년 진로가 텔런트 이영애를 쓰면서 시작했다. 소주가 점차 저도화되고 여성들의 음주가 늘면서 모델도 바뀐 것. 이후 진로는 지금까지 황수정, 김정

은, 김태희, 성유리, 남상미 등을 기용했고, 두산은 이영아, 구혜선을 기용했었다.

[새광고] 현대그룹, 대한민국 긍정의 길을 묻다



현대그룹은 ‘대한민국 긍정의 길을 묻다’라는 기업PR시리즈에서 여론조사를 적용했다. 광고는

전국의 20~54세 남녀 1000명에게 다시 태어나도 대한민국에서 태어나시겠습니까? 라는 질문을 던진다. 결과는 ‘아니오’가 52%, ‘예’가 48%. 응답자 절반 이상이 ‘아니오’라고 답변한 사실에 시선이 고정될 때, 힘있고 경쾌한 리듬의 밀양아리랑 연주가 흐르고 ‘예’라고 답한 이들이 밝힌 한국의 자랑거리가 클로즈업되면서 긍정에 희망이 있습니다’라는 카피로 마무리된다.

현대그룹은 “기업의 성과를 내세우지 않으면서 일반 국민들이 쉽게 공감할 수 있는 긍정적인 바람을 현대그룹과 함께 키워가자는 메시지를 전달하고자 했다”고 설명했다.

[새광고] SK그룹, 행복경영 모토로 한 캠페인



‘행복경영’을 모토로 내세우고 있는 SK그룹은 새 광고를 통해 행복 바이러스를 퍼뜨리고 있다. SK그룹은 ‘이유’편을 통해 현재 비관적인

상황에 있다고 할지라도 내일을 꿈꿀 수 있다면 행복할 수 있다고 전하고 있다. 실연을 당해도 하늘이 무너지지 않는 이유와 지갑이 얇아져도 행복한 이유는 모두 오늘보다 나은 내일이 있기 때문이라고 설명한다. 한 치수 작은 옷을 고르는 것도 청중 없는 노래도 의미가 있다고 말한다. 내일은 분명 한 치수 작은 옷을 입을 수 있고 많은 청중 앞에서 노래를 부를 수 있다는 믿음이 있어서다. 이번 광고는 SK그룹이 지주회사 체제로 전환한 뒤 벌이고 있는 통

합 브랜드 캠페인 OK! Tomorrow’의 세번째 광고다. 그룹은 앞서 ‘나눔’과 ‘새출발’편에서도 잔잔한 행복의 의미를 전했다.

[새광고] LG텔레콤, 가입자간 무료통화 서비스



LG텔레콤의 코믹반전 새 광고가 눈길을 끌고 있다. 가입자간 20시간 무료통화를 알리기 위해 부자관계의 혼 혼함을 일순간 냉정함으로 반전시키는 이번 광고는 가족 얘기하면 무조건 따뜻한 정과 연결시키기를 원하는 시청자의 관성적인 바람을 여지없이 무너뜨린다.

잔잔한 BGM을 깔며 대중목욕탕에서 연로한 아버지의 등을 밀어주는 아들의 모습을 비추는 도입부는 공익광고인가 싶은 몽클함을 전해준다. 그런데 아들이 일순간 돌변, 손을 내밀며 때를 밀어준 대가로 ‘만원’을 요구한다. 부모 자식 사이에 어떻게 돈을 받느냐며 가입자간 무료통화 서비스를 알리는 이 광고는 ‘할인’ 서비스를 부각시키는 경쟁사와의 차별적인 서비스를 명확히 인지시킨다.

[새광고] 대웅제약, 이지엔6



‘그녀만 아는 비밀’이라는 티저광고로 궁금증을 자아냈던 이지엔6의 광고 속 그녀가 SES 출신의 유진으로 밝혀졌다. 이지엔6은 대웅제약의 대표적인 진통제로 최근 ‘여성용 진통제’로 포지셔닝하는 데 성공했다. 이지엔6의 이번 광고는 부드러워진 비밀을 간직한 유진이 액상 제제의 이지엔6을 통해 상쾌해지는

느낌을 뮤지컬 ‘Singing in the rain’에 맞춰 탭 댄스로 표현했다. 유진은 이번 촬영을 위해 별도로 탭 댄스를 배웠으며 배경음악으로 사용된 ‘Singing in the rain’도 직접 부르기도 했다.

이지엔6의 PM을 맡고 있는 김지혜 대리님 ‘이지엔6은 여성을 위한 진통제로 1924 중심으로 마케팅 역량을 강화하여 정체되어 있는 진통제 시장에서 돌풍을 일으킬 것’이라고 자신감을 내비쳤

다. 현재 국내 진통제 시장은 타이레놀, 게보린, 펜잘 등 3파전 양상을 벌이고 있으며, 이번 이지엔6의 마케팅 강화로 국내 진통제 시장은 더욱 뜨겁게 달궈질 전망이다.

[새광고] 소망화장품, 에소르 리뉴얼



전통적인 남성상과 함께 여성의 부드러움까지 겸비한 엠네스(M-ness)형 남성상이 새로운 트렌드로 떠오른 있다. 소망화장품은 이런 남성들의 트렌드를 반영, 남성들의 부드러운 피부를 전문적으로 관리 해주는 남성화장품 ‘에소르’의 리뉴얼을 대대적으로 알리고자 ‘갖고 싶은 남자, 정일우’편 광고 캠페인을 새롭게 런칭했다. 이번 광고는 기존의 강한 알코올 향을 남기는 남성화장품과 달리 여성 화장품과 같은 알코올을 지수로 제조된 ‘에소르’의 제품을 부각시키기 위하여, ‘갖고 싶은 그 남자의 스킨’이라는 컨셉을 전면에 내세워 여성들이 써도 좋을 만큼 부드럽고 세심한 제품의 특징을 전하고 있다.

[새광고] SK텔레콤, 가족의 소리를 찾아서



SK텔레콤은 대표브랜드 T의 광고 캠페인 ‘이동통신 완전정복’ 시리즈 중 ‘요금 완전정복-가족의 소리를 찾아서’를 선보인다. 금번 광고는 무형문화재 영동설계