

포털뉴스, 언론중재법 적용

8월부터 포털사이트에 올라온 기사도 언론사 조정, 중재 대상에 포함된다. 이번에 개정 시행되는 언론중재법(언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률)에 포털뉴스와 언론사 홈페이지, IPTV 등을 조정, 중재 대상에 추가됐다. 이에 따라 포털에 게재된 언론사 기사에 대해 포털사이트를 상대로 조정과 중재 신청이 가능해졌다. 다만 포털사이트가 새롭게 언론중재법에 적용을 받는다 하더라도 법적 의미에서 포털은 언론이 아니다. 언론중재위원회는 이번 개정법에서 언론의 범위를 방송, 신문, 잡지, 뉴스통신, 인터넷신문으로 국한하고 있다. 언론중재위원회 관계자는 "이번 조치는 포털뉴스로 대변되는 인터넷뉴스서비스와 인터넷멀티미디어방송이 언론에 준하는 기능과 영향력을 수행한다는 측면에서 그에 맞는 책임을 부담시키는 것으로 이해해야 할 것"이라고 설명했다.

현재 언론중재위원회는 5명의 위원으로 이뤄진 중재부가 서울에 6곳, 지방에 10곳이 설치돼 있다.

대한화장품협회, '유기농 화장품 표시·광고 자율규약안' 마련

대한화장품협회는 유기농 화장품 표시·광고 자율규약안을 마련하고 식품의약품안전청과 관련업계, 소비자단체와 협의를 하고 있다고 밝혔다. 자율규약안에 따르면, 물과 소금을 뺀 화장품 성분 가운데 유기농 원료가 95% 이상 함유돼 있어야 제품 이름에 '유기농' 또는 '오기닉'이란 표현을 쓸 수 있도록 했다. 대한화장품협회는 국내 유기농 화장품에 대한 인종제도가 없다는 비판에 따라, 지난 3월부터 자율규약안을 준비해왔다. 대한화장품협회 관계자는 "식약청이 자율규약안을 확정, 승인하면 유효기간을 둔 뒤 유기농 표시·광고 자율규약을 전면 시행하게 될 것"이라고 밝혔다.

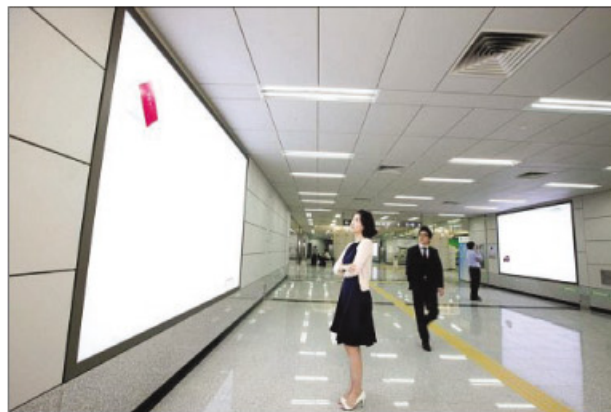
[삼성전자] 지펠 퍼니처 스타일, 영화관 체험마케팅

삼성전자가 지펠 퍼니처스타일의 스타일리시한 디자인과 수분케어 성능을 소비자들이 직접 체험할 수 있는 지펠 퍼니처스타일을 만나다' 체험마케팅을 삼성동 코엑스 메가박스에서 진행했다. 이번 이벤트는 퍼니처스타일의 스타일리쉬한 디자인과 수분케어 기능을 직접 확인할 수 있는 체험존, CF 속 모델처럼 사진 찍고 경품도 받는 포토존이 운영돼 관람객들의 관심을 모았다. 삼성 지펠 관계자는 "지펠 퍼니처스타일은 세련된 디자인으로 특히 혼수를 준비하는 20~30대 여성 고객들에게 높은 인기를 얻고 있다"며 다가오는 가을철 혼수 시장을 적극 공략하기 위해 20~30대 여성들이 자주 찾는 영화관에서



지펠 퍼니처스타일을 이색적으로 체험할 수 있는 이벤트를 기획하게 됐다"고 말했다.

[현대카드 현대캐피탈] '비움의 미학' 광고 화제



현대카드, 현대캐피탈이 지하철 9호선 국회의사당역에서 진행하고 있는 '비움의 미학' 광고가 눈길을 끌고 있다. 역사 벽면 광고관에 작은 상징 이미지와 기업 CI만 세긴 광고가 오히려 더 주목을 받고 있는 것이다.

현대카드, 현대캐피탈 관계자는 "각종 시각적 자극에 노출된 현대인들에게 지나친 광고 역시 일종의 공해가 될 수 있다는 생각에서 이번 프로젝트를 기획했다"며 "이를 직접 전달하기보다는 광고에서 시각적 이미지를 극단적으로 제거하는 역설적인 방식으로 표현했다"고 밝혔다.

[웅진식품] 홍삼시장 진출

웅진식품이 9월부터 새로운 홍삼 브랜드를 선보이며 국내 홍삼시장에 진출한다. 웅진식품은 1987년 웅진그룹이 인삼업체이던 동일삼업을 인수해 만든 회사. 웅진식품은 1998년부터 인삼 홍삼 브랜드

'장쾌삼'을 설이나 추석 등 명절 기간에만 한정 판매해 왔다. 웅진식품 관계자는 "명절에만 팔던 기존 판매 방식에서 벗어나 9월부터 상시 판매체제를 구축할 계획"이라며 기존 장쾌삼 브랜드 외에 약효를 업그레이드한 신제품을 내놓을 것"이라고 설명했다.

신제품은 체질이나 연령에 관계없이 누구나 홍삼 내사포닌 성분을 흡수할 수 있도록 웅진식품이 자체적으로 개발한 발효 기술을 적용할 예정이다. 또한 편의점을 중심으로 '장쾌삼 산삼배양근'과 '장쾌삼 발효홍삼력(力)' 등 향후 공개할 신제품을 유통시킬 계획이라고 밝혔다.

[한국맥도날드] '2009 썸머 에디션 코카콜라컵' 증정 이벤트



한국맥도날드는 8월 한달간 전국 235개 매장에서 2009 썸머 에디션 코카콜라컵 라지 세트 행사를 실시하고, 모든 버거 제품의 라지 세트 메뉴를 구입하는 고객에게 한정판으로 제작된 코카콜라 컵을 증정한다.

한국맥도날드의 코카콜라컵 행사는 지난 2007년 코카콜라 클래식컵 행사, 2008년 베이징 올림픽 코카콜라컵 행사의 성공에 힘입어 올해 세 번째로 진행하고 있다. 이번 행사는 한국에서뿐 아니라 아시아 태평양 지역 총 10개 국가(홍콩, 싱가포르, 대만, 한국, 필리핀, 말레이시아, 타이티, 사모아, 피지 및 남아프리카공화국)에서 공동으로 진행하고 있다.

[기아차] 세종문화회관에서 한여름 밤의 콘서트

기아자동차가 7월 한달간 세종문화회관과 함께 공연과 기부의 일석이조 콘서트를 개최했다. '한여름 밤의 콘서트'라는 이름으로 진행된 콘서트는 인기 뮤지션이 참가해 포크, 재즈 등 다양한 장르의 공연으로 여름 밤의 여유를 선사했다. 기아차와 세종문화회관은 이번 콘서트의 음료 판매 등 공연 수익금을 전액 기부하여 난치병 어린이 돕기에 사용한다고 밝혔다. 아울러 기아차는 세종문화회관 입구에 야외 전시관을 마련해 고객들이 「포르테 하이브리드 LPi」, 「포르테 쿵」, 「쏘렌토R」, 「쏘울」 등 전시차량을 직접 살펴볼 수 있게 했다. 기아차 관계자는 "광화문 광장 개장에 맞춰 고객 초청 콘서트를 열어 시민들의 문화 참여에 기여하고 난치병 어린이도 도울 수 있는 일석이조의 기회였다"고 전했다.

[KT] 직원들, 올레(Oleh) 티셔츠 입고 CI 홍보



KT 직원들이 회사의 새로운 CI인 '올레(Oleh)'의 티셔츠를 입고 홍보에 나섰다. KT는 올레 KT' 광고 및 패키지 판'과 금도끼 판'으로 디자인 된 셔츠 4만벌을 임직원들에게 제공하고, 매주 금요일을 '올레 패션 데이(Oleh Fashion Day)'

로 정해 올레 티셔츠를 입고 출근한다. 이번 티셔츠 입기 캠페인은 KT의 새로운 CI를 홍보하고 임직원들이 경영철학을 되새겨보는 기회로 삼기 위해 마련됐다. 광고를 제작한 제일기획 관계자는 "과거 통합 브랜드 광고는 신뢰성, 정보성을 강조했다지만 올레는 이미지 중심으로 유쾌한 느낌을 주려 했다"고 설명했다. 광고 그림은 세계적인 일러스트레이터 마이클 밀러가 직접 그렸으며, 광고 내용도 3초에 한 번 웃긴다는 인터넷 유머 공식을 따랐다고 전했다.

[르노삼성자동차] New SM3



르노삼성자동차의 2009년형 New SM3가 '디퍼런트 프리미엄(different premium)'이라는 슬로건 아래 새광고를 선보였다. 이번 광고는 넓은 사이즈, 유럽인 스타일, 프리미엄 사양으로 한층 업그레이드된 New SM3를 부각시키기 위해 누구나 프리미엄을 누릴 수 있는 권리가 있다는 메시지를 전하고 있다. 르노삼성차 관계자는 "New SM3는 중형차 수준의 넓은 뒷좌석 공간, 세계적인 BOSE 사운드 시스템 등 동급 최초의 프리미엄 사양과 유럽인 스타일을 갖춘 매력적인 차"라고 설명했다.