

을 연출하며 에너지를 자동 관리하는 스마트한 이미지도 더하고 있다.

[서울유유] 제조일자표시 캠페인 새모델 차두리 기용



서울유유 제조일자표시 캠페인의 새모델로 월드컵 스타 차두리를 기용, 새광고를 선보인다.

차미네이터, 차바타, 차로봇 등 수많은 별명을 탄생시키며 2010년 남아공 월드컵의 최고 스타로 떠오른 차두리는 이번 광고를 통해 특유의 건강미를 과시하고 있다.

서울유유 관계자는 "제조일자표시를 통해 신선한 우유의 대명사가 된 서울유유가 이번 차두리 선수를 통해 더욱 건강하고 신선한 이미지로 소비자에게 다가갈 것"이라고 전했다.

[아모레퍼시픽] 퀴즈쇼 형식의 미디어차익 광고 눈길



아모레퍼시픽이 개그맨 신동업을 모델로 기용, 미디어 차익새광고를 선보였다.

이번 광고는 퀴즈쇼 형식으로 신동업을 퀴즈쇼 MC로 출연해 신제품 '미디어 치스케어 64%'를 소개한다.

아모레퍼시픽 관계자는 "제품을 효과적으로 알리기 위해 퀴즈쇼 형식의 광고를 기획했으며 실제로 신뢰도와 호감도 높은 모습으로 MC로 활동하고 있는 신동업씨를 적임자로 판단했다"고 전했다.

[롯데칠성음료] 2% 부족할 때 새광고 소비자 감성 자극



롯데칠성음료 '2% 부족할 때' 새광고가 눈길을 끌고 있다. 막 사랑을 시작하려는 젊은 연인의 풋풋한 감성을 잘 살려낸 모델은 신인배우 김수현과 박은빈. 이들은 정우성, 장쯔이, 전지현, 조인성, 문근영 등 당대 최고의 배우들을 기용하여 감각적인 영상과 스토리, '사랑은 언제나 목마르다' 등 감성을 자극하는 광고 문구로 대중의 이목을 사로잡았던

2% 부족할 때의 광고모델이 되는 영광을 안았다.

롯데칠성음료의 대표 장수브랜드인 2% 부족할 때는 십 년 이상 소비자의 꾸준히 사랑을 받고 있다.

[CJ] 행복한 콩 새광고에 고소영 발탁



다이어트족들에게 큰 인기를 끌고 있는 두부 브랜드 'CJ 행복한 콩'이 새광고의 모델로 예비엄마 고소영을 선택했다.

고소영은 최근 진행된 광고 촬영에서 뱃속의 아이를 위해 돋보기를 들고 두부의 성분표시까지 체크하며 까다롭게 음식을 고르는 연기를 펼쳤다고. CJ 관계자는 "고소영씨는 행복한 콩 이미지에 맞게 현명하고, 건강하며, 도시적이고, 세련된 이미지를 갖고 있어 이번 광고모델로 기용하게 됐다"고 밝혔다.

[LG U+] 새로운 요금제 '온국민은 yo' 코믹광고 인기



LG U+의 새로운 요금제인 '온국민은 yo' <오>가 편 광고에 소설가 이외수씨가 등장, 화제가 되고 있다.

이외수씨는 환갑이 지난 나이에도 공중부양 장면에서 와이어액션을 소화해내며 열정을 보였다. '온국민은 yo'는 일정 요금내 내면 유무선은 물론, 무선 데이터 서비스를 포함한 가족의 모든 통신 요금을 최대 2배까지 마을 놓고 사용할 수 있는 새로운 개념의 상품이다.

LG U+의 관계자는 "자유로운 통신생활을 가능하게 해준다는 내용을 '오'의 자유로운 동작과 연계해 독특하고 재미있게 표현하고자 노력했다"고 밝혔다.

[현대차] 쏘나타, 보행자 안전까지 생각하는 차



현대차 쏘나타의 새광고가 화제다. 운전자가 아닌 보행자 입장에서 차를 바라보는 쏘나타의 이번 새광고는 '당신은 운전자이기도 보행자이기도 하다'는 설명과 함께 '보행자까지 생각하는 새로운

생각'이라는 카피로 보행자의 안전까지 생각하는 차라는 인식을 소비자들에게 심어주고 있다.

이번 광고에서는 쏘나타에 적용된 '멀티콘 구조 후드'도 소개하고 있다. 멀티콘 후드는 멀티콘 형상을 지닌 골조를 적용해 만약 보행자와 충격이 있을 경우 충격에너지를 흡수, 보행자 두부의 상해를 최소화하는 기기이다. 쏘나타는 미국시장에서 빅 히트를 치면서 월드카로 자리매김하고 있다.

[삼성물산] 실제로 살아보고 적은 래미안 새광고



배우 이미숙, 신민아에게 '직접 살아보고 찍는 광고' 모델을 제안하는 컨셉으로 주목받았던 삼성물산 래미안 광고가 '정말 살아보고 찍은 광고'로 지난 7월 20일부터 선보이고 있다.

최근 입주를 시작한 래미안 이스트팰리스(경기도 용인시 동천동 소재)에서 3일간 광고 촬영을 한 이미숙씨는 광고를 통해 일상적인 모습을 비롯, 자연 속에 파묻힌 타운하우스풍의 아파트와 유럽식 정원, 자연 암반을 이용한 대형 폭포와 편리한 스파 시설 등 아파트 단지 이곳 저곳을 둘러보며 느끼는 감성 등을 담아내고 있다.

이미숙씨의 래미안 체험 스토리는 래미안 홈페이지(www.raemian.co.kr)를 통해서도 감상할 수 있다.

삼성물산 관계자는 "이미숙씨의 체험을 바탕으로 래미안의 뛰어난 상품 수준과 높은 브랜드 가치를 진솔하면서도 감명하게 소비자에게 보여줄 것"이라고 전했다.

한편 배우 신민아의 래미안 체험기는 8월말에 공개될 예정이다.

[두산중공업] 세상의 물이 되고 빛이 되는 주력사업 소개



'지구의 가치를 높이는 기술'이라는 슬로건으로 지속적인 기업PR캠페인을 해온 두산중공업이 새로운 기업 PR 광고를 선보여 눈길을 끌고 있다. 두산 중공업은 이번 광고를 통해 '발전'과 'Water'라는 주력사업을 알리는 데 초점을 맞추고 있다. 두산중공업의 사업 분야에 대한 직접적인 언급보다는 물과 빛이 부족한 사람들에게 물의 존재, 빛의 존재가 되어주는 사람들의 가슴 따뜻한 이야기로 두산중

공업의 가치를 표현하고 있다.

[케이티테크] 제빵왕 김탁구가 소개하는 뉴퐁 몽글몽글



케이티테크의 신제품 핸드폰 몽글몽글 새광고에 최근 KBS드라마 '제빵왕 김탁구'로 최고의 주가를 올리고 있는 배우 윤시윤과 걸그룹 티아라의 멤버 지연이 뒀다.

이들 사랑의 메신저는 다름 아닌 상근이. 케이티테크의 관계자는 "몽글몽글폰의 컨셉이 '자꾸자꾸 안아주고 싶은 터치폰'인데 윤시윤, 지연, 상근이 모두 이런 제품 컨셉을 표현하는 데 최고의 조합을 이루었다"고 촬영장 분위기를 전했다.

[코카콜라] 글라스 비타민워터 일반인 광고모델 선발



코카-콜라의 글라스 비타민워터가 특별 제작한 무빙 스튜디오(이동식 촬영세트)를 이용, 서울 도심 주요 지역을 순회하며 일반인 광

고모델을 찾아다닌다. 무빙 스튜디오에는 조명, 전선거울은 물론 다양한 연출을 시도할 수 있는 소품들을 준비해 참가자들이 자신의 창의적인 스타일을 한껏 표현할 수 있게 했다. 또한 이벤트 현장에서는 글라스비타민워터의 아이덴티티를 표현하는 소비자들 대상으로 글라스비타민워터의 체험 기회도 제공한다.

자신만의 독특한 튀는 개성과 컬러로 선발된 팀은 코카콜라 옥외 광고에 등장하는 멋진 체험을 하게 될 예정이다.

[대홍기획] 제27회 DCA대학생광고대상 개척

대홍기획이 제27회 DCA(Daehong Creative Awards)대학생광고대상을 개최한다. DCA대학생광고대상은 1984년 제정된, 광고업계 대표 광고모전이다. 지난 7월 12일부터 인터넷을 통해 응모신청을 받고 있으며 마감은 8월 11일이다. 자세한 내용은 대홍기획 홈페이지(http://dca.daehong.com)에서 확인할 수 있다.

한편 대홍기획은 '비즈니스 분야의 오스카상'이라 일컬어지는 제7회 '2010 International Business Awards(국제 비즈니스 대상 이하 IBA)'에서 세일즈 브로슈어 부문 대상인 스티비스상(Stivis Award)과 웹사이트&블로그 부문 본상을 수상했다고 밝혔다. 이번이 수상한 롯데멤버