

2013년도 제4차 편집위원회



지난 8월 22일 롯데호텔에서 제4차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 서범석 세명대 교수, 배의찬 삼성 차장, 이한구 LG 부장, 최동원 SK텔레콤 차장, 임희석 대림산업 팀장 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

식품의약품안전처, 고카페인 식품 TV광고 금지

식품의약품안전처는 지난 9월 16일 고카페인 음료의 TV광고 제한과 표시 규제에 관한 고시 개정안을 행정예고했다고 밝혔다. 고시 개정안에 따르면 카페인 함량이 1ml 당 0.15mg 이상인 음료는 어린이 주시청 시간대인 오후 5~7시 지상파와 케이블TV에 광고를 할 수 없다. 또한 고카페인 음료에는 어린이들이 쉽게 알아볼 수 있게 붉은색으로 고카페인 함유 사실과 함유량을 업체 자율로 표시하도록 했다. 이에 따라 고카페인 식품 광고 제한은 주로 '에너지링크'에 적용될 것으로 예상된다.

한편 민주당 민병두 의원은 지난 9월 7일 고열량 식품에 경고 문구를 표시하는 내용의 식품위생법 개정안을 발의했다. 개정안은 총리령으로 정하는 고열량 식품에 고열량을 강조하는 표시와 함께 '고열량 식품은 비만의 원인이 될 수 있다'는 내용의 경고 문구를 넣도록 했다.

헌법재판소, MBC광고 KOBACO 판매 합헌 결정

헌법재판소가 지난 9월 26일 MBC의 방송광고를 한국방송광고진흥공사(KOBACO)에 위탁하도록 강제한 방송광고 판매대행법(미디어랩법) 제5조 2항에 대해 전원 일치된 의견으로 '합헌' 판정을 내렸다. 현재는 현재 미디어랩법이 제 경쟁제이며, MBC와 같은 공영방송사가 방송광고판매와 관련해 공적 책임을 다하도록 하려면 공영미디어랩을 이용하게 하는 것이 불가피하다고 밝혔다. MBC는 지난해 3월 해당 법률이 직업 수행의 자유, 계약 체결의 자유 및 평등권을 침해한다며 헌법소원심판을 청구했다.

[두산] 사회복지사 대상 '힐러스 캠프' 개최

두산은 재단법인 '바보의 나눔', 한국장애인복지시설협



회와 함께 사회복지사 50명을 초청해 9월 25-27일 제주도에서 '힐러스(Heal-us) 캠프'를 개최하였다. 이번

캠프는 장애인복지시설에서 일하는 사회복지사들에게 몸과 마음을 재충전 할 수 있는 기회를 제공하기 위해 마련됐으며, 건국대학교 미래지식교육원 김승 교수가 진행하는 '셀프 멘토링, 셀프 플래닝', 자연 속에서 심을 경험하는 'एको 힐링' 등 다양한 프로그램으로 구성되었다. 두산은 어려운 여건에서도 일선에서 수고하는 사회복지사들을 대상으로 지난 3월 첫 '힐러스(Heal-us) 캠프'를 개최했으며 10월까지 총 4회의 캠프를 진행할 예정이라고 전했다.

[S-OIL] 순직 소방관 자녀 109명에 장학금 3억 원 전달



S-OIL은 25일 서울 은평소방서에서 'S-OIL 순직소방관 유자녀 장학금 전달식'을 열고 109명의 학생들

에게 장학금 3억 원을 전달했다. 이날 전달식에는 S-OIL 나세르 알 마하서 CEO, 차흥봉 한국사회복지협의회 회장, 조성완 소방방재청 차장을 비롯한 소방 관계자와 가족 100여 명이 참석했다. S-OIL은 2006년 소방방재청과 협약을 맺고 위험한 순간에도 타인의 안전을 위해 용감하게 현장에 뛰어드는 우리 사회의 진정한 영웅인 소방관들을 돕기 위해 소방영웅지킴이 활동을 시작했다. 그 일환으로 ▲ 순직소방관 유자녀 장학금 ▲ 최고영웅소방관 시상식 ▲ 순직소방관 유가족 위로금 ▲ 부상소방관 격려금 ▲ 소방관 부부 힐링 캠프 등 다양한 프로그램을 운영하고 있다.

[대상] 청정원, '좋은 아침 만들기 캠페인' 진행



대상 청정원이 9월 23일부터 27일까지 서울 메트로와 함께 '좋은 아침 만들기 캠페인'을 진행하였다. 이

캠페인은 '아침 분위기를 바꾸면, 서울이 달라질 수 있다'는 확신 아래, 대상과 서울메트로가 함께 진행한 행사이다. 특히 좋은 아침을 맞이하기 위해서는 아침부터 챙겨먹는 습관

을 길러야 한다는 데 뜻을 모아, 아침밥을 제공하는 행사를 진행했다. 청정원은 아침 출근 시간대에 서울 시민들이 몰리는 서울 메트로 5개 역에서 '정통컵국밥'을 전달했다. 시청역을 시작으로 27일까지 삼성역, 경복궁역, 명동역 등에 각각 1000개의 제품을 매일 지원하였다고 전했다.

[SK이노베이션] 기업PR 새광고 '그린콜'



SK이노베이션이 올해 상반기 시작한 'ASK 캠페인' 후속작으로 차세대 녹색에너지 기술로 주목 받고 있는 그린콜(Green Coal) 기술을 일반인에게 알기 쉽게 전달하는 새 광고를 선보이고 있다. 그린콜 기술은 값은 싸지만 공해 문제로 쓰임새가 적은 저급 석탄을 일산화탄소와 수소 등으로 합성가스화 한 뒤, 황화수소, 이산화탄소 등의 불순물을 제거해 합성석유와 화학제품 등으로 만드는 기술이다. SK이노베이션은 부존량이 석유 3배에 달하는 저급 석탄을 활용한 그린콜 기술이 미래 신성장동력이 될 것으로 기대하고, 2-3년 내 상용화를 목표로 막바지 연구개발에 매진하고 있다.

[팬택] '베가 LTE-A' 새광고



팬택이 베가 넘버6, 베가 아이언에 이은 세 번째 '단언컨대' 시리즈 '베가 LTE-A'의 새 광고를 선보인다. 이번 광고에서는 베가 LTE-A의 후면 터치, 후면 지문인식 등 주요 특징을 이병헌의 목소리를 통해 "대세는 단언컨대 뒤가 될 것입니다"라는 임팩트 있는 한마디로 전달하고 있다.

[동서식품] 라이트업 새광고



동서식품이 피겨여왕 김연아의 건강미를 영상에 담은 '라이트업' 시리얼 새광고를 선보인다. 광고는 맑은 가을날 신나게 점프를 하며 나들이를 즐기는 김연아의 가벼움

의 비결은 라이트업이라는 메시지를 담고 있다. 동서식품은 신규 광고 런칭을 기념해 다양한 프로모션 이벤트를 진행할 예정이라고 밝혔다.

[코카콜라] '코크 앤 밀(Coke & Meal) 캠핑' 새광고



코카콜라가 무한도전 멤버 정준하, 노홍철, 하하를 모델로 새 광고 '코크 앤 밀(Coke & Meal) 캠핑'편을 선보인다. 이번 광고는 가을 캠핑장에서 코카콜라와 함께 행복한 식사시간을 즐기는 컨셉으로 제작됐다. 스테이크, 새우구이, 조개구이 등 다양한 캠핑요리와 환상의 궁합을 이루는 코카콜라를 먹방지존 식신 정준하와 언제나 유쾌한 예능 듀오 노홍철, 하하가 잘 살려 보는 재미를 주고 있다.

[KDB대우증권] 'Think you very much' 새광고



KDB대우증권이 올해 캠페인 슬로건인 'Think you very much' 아래, 고객을 먼저 생각하는 철학과 신임을 담은 결합 서비스(상품결합 및 가족결합)를 소재로 새광고를 선보인다. 결합서비스는 '단골 고객에게 덤을 준다'는 기본개념 아래, 고객이 더 많은 상품을 결합하거나 또는 더 많은 가족과 결합할수록 더 큰 혜택을 제공한다는 것. 이번 KDB대우증권의 결합서비스는 증권업계에서는 찾아보기 힘든 서비스로 고객들의 관심을 받고 있다.

[LG유플러스] '바른 LTE 100% LTE' 광고 캠페인



LG유플러스가 '바른 LTE 100%LTE' 광고 캠페인 두 편을 선보이고 있다. 이번 광고에서는 일상생활에서 잘못 쓰기 쉬운 말을 고쳐주는 '바른말 고운말' 프로그램 형식을 차용해 문지에 아나운서를 모델로 기용, 광대역 LTE와 보던 화면 그대로 통화할 수 있는 '플러스콜' 서비스를 소개한다.

[롯데제과] 헬스원 새광고



롯데제과 건강식품 브랜드 헬스원이 최근 가장 핫한 류수영과 클라라를 모델로 기용, 새 광고를 선보인다. 이번 광고에서 섹시 콘셉트의 클라라는 허기를 채우면서 칼로리 부담이 없는 영양식 '폴배부른 다이어트바' 모델로, 긍정의 사나이로 인기를 얻고 있는 류수영은 운동시 소모된 에너지를 보충해주는 '파워에너지바' 모델로 활약한다.

[동서식품] 맥심 티오피(T.O.P) 새광고



동서식품이 가을 분위기를 물씬 담아 프리미엄 커피음료 '맥심 티오피(T.O.P)'의 새 광고를 선보인다. 이번 광고는 황금빛 낙엽이 가득한 메타세쿼이아 길을 배경으로 모델 원빈이 "지금 이 순간, 내 손에 그냥 커피가 아닌 티오피가 있어서 참 다행이다"란 내레이션을 통해 리얼 에스프레소 맥심 티오피(T.O.P)의 프리미엄급 이미지를 어필하고 있다.

[롯데주류] '처음처럼' 새광고



롯데주류가 배우 조인성과 고준희를 모델로 '처음처럼' 새 광고를 선보인다. 이번 광고는 경기불황 속 근심을 덜고 더 행복해지자는 힐링 메시지를 전하기 위해 '해피셰이크(Happy shake)'라는 슬로건을 앞세워 걱정스러운 상황에서도 '처음처럼'을 흔들며 근심을 잊고 기분을 업 시키자는 내용을 담고 있다.

[대한항공] 고객이 참여하는 유럽 캠페인

대한항공이 고객이 직접 동참하는 유럽 광고 캠페인을 실시한다고 밝혔다. 대한항공은 10가지 유럽 여행 테마를 토대로 10개 여행지를 제안한다. 이렇게 만들어진 총 100개의



여행지를 소비자들은 대한항공 여행정보사 이트(travel.koreanair.com)에서 직접 투표에 참여한다. 투표결과에 따라 대한항공 유럽 캠페인의 광고 방영 순서가 정해진다. 대한항공은 전 세계 여행객들이 가장 방문하고 싶은 여행지로 손꼽히는 유럽 지역을 선정해 총 10가지 주제로 광고를 제작한다고 밝혔다.

[금호타이어] '마모 수명 보증제' 새광고



금호타이어가 '마모 수명 보증제'에 대한 소비자들의 인지도 제고를 목표로 새 광고를 선보인다. 지난 4월부터

국내 최초로 금호타이어가 도입한 마모 수명 보증제는 타이어 구매 후 타이어 바닥면이 마모 한계(1.6mm) 수준까지 마모됐을 때, 실제 주행거리와 보증거리 간의 차이만큼 보상해주는 제도다. 금호타이어는 품질에 대한 자신감과 체계적인 고객 관리 시스템을 바탕으로 이 제도를 시행해오고 있다.

[귀뚜라미] 귀뚜라미 보일러 새광고



귀뚜라미가 보일러 성수기가 시작됨에 따라 '꽃보다 할배' H4 이순재, 신구, 박근형, 백일섭 4인방을 모델로 새 광고를 선보인다.

귀뚜라미는 이번 광고를 통해 기존 귀뚜라미 보일러가 쌓아온 '연료비 절감'이라는 브랜드 자산을 강화한다는 방침이다.

[LG유플러스] IPTV 'U+tv G' 새광고



LG유플러스가 IPTV인 'U+tv G'의 서비스를 소개하는 새 광고를 선보인다. 이번 광고는 꽃보다 할배 H4가 모

델로 활약하며 '신기하G'와 '대박이G' 등 총 2편으로 나뉘어 음성으로 TV 채널 전환, 인터넷 및 유튜브 검색뿐만 아니라 주문형 비디오(VOD) 검색과 시청까지 할 수 있는 국내 유일의 IPTV 통합음성검색 'U+tv G 보이스' 서비스를 소개한다.

[롯데면세점] 한류스타 총출동 뮤직비디오 공개



롯데면세점이 광고모델 8팀, 총 25명의 한류스타가 출연하는 새로운 브랜드송 'You're so Beautiful' 뮤직비디오를 선보여 화제를 모

오고 있다. 지난 9월 5일 유튜브, 페이스북 등 SNS와 롯데면세점 국내외 매장을 통해 공개된 뮤직비디오는 총 6개 테마로 구성된 애뜻한 러브스토리를 담아내며 주목받고 있다.

[이노션] 국외소재문화재단과 사회공헌 협약식 체결



이노션 월드와이드가 지난 8월 13일 국외소재문화재단 회의실에서 국외소재문화재단과 사회공헌 협약

식을 체결했다. 이노션은 재능 기부를 통해 국외소재문화재단의 포괄적인 커뮤니케이션 전략 수립, 홍보활동, 국외문화재의 활용사업 등을 적극적으로 지원하며, 나아가 국외소재문화재를 함께 공유하고 즐길 수 있는 환경 조성을 위해 글로벌 홍보 전략 수립까지 지원할 예정이다.

[HS애드] 스파익스 금상 및 대학생 광고대상 성향

HS애드의 젊은 광고인이 지난 9월 17일 싱가포르에서 막을 내린 아시아 최고 권위의 광고제 '2013 스파익스 아시아' 영미디아 경쟁부문에서 금상을 수상했다. 주인공은 HS애드 디지털캠페인팀 성현제 대리, 디스커버리팀 김승희 사원. 영미디아 경쟁부문은 만30세 이하의 광고인이 참가해 24시간내 제한된 공간에서 주어진 과제에 대한 미디어 전략을 구상하는 통합 미디어 경연대회다.

한편 HS애드가 광고 인재 발굴을 위해 시행한 제26회 'HS애드 대학생 광고대상'에서 총 25개팀이 수상의 영예를

안았다. 기획서와 크리에이티브 등 2개 부문, 24개 과제에 대해 총 2,104편의 작품이 출품돼 경합을 벌였다.

[제일기획] 스파익스 광고제 그랑프리 2년 연속 수상



제일기획이 스파익스 아시아(Spikes Asia) 광고제에서 최고상인 그랑프리를 국내 최초로 2년 연속 수상했다.

영예의 그랑프리 수상작은 삼성생명 '생명의 다리' 캠페인. 이 캠페인은 자살률이 높은 마포대교를 아날로그 감성과 디지털 기술을 활용해 위로와 희망을 주는 힐링 명소로 탈바꿈 시킨 캠페인으로, 그랑프리를 비롯해 금2, 은5, 동2 등 총10개의 본상을 수상했다.

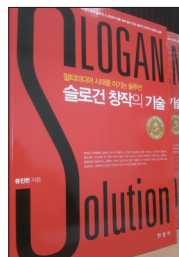
[한국경제신문] 창간 50주년 앞두고 기획 광고 제작



한국경제신문이 내년 창간 50주년을 앞두고 인지도를 높이기 위해 기획성 시리즈

광고를 보인다. 지난 7월초 '한경 애독자를 찾아서-자영업자' 편에 이어, '부동산 중개업자', '오피니언이 강한 신문', '취업에 강한 신문' 등 차례로 선보일 시리즈 광고에서는 한국경제신문의 애독자들을 모델로 한경의 강점을 직접적으로 알리는 데 초점을 맞추고 있다.

류진한 저 <슬로건 창작의 기술> 우수학술도서 선정



류진한 계명대학교 광고홍보학과 교수의 저서 <슬로건 창작의 기술 (한경사)> 이 2013년도 대한민국의학술원 사회과학 분야 우수학술도서로 선정되었다. 이 책은 국내 유일의 슬로건 제작관련 지침서로, 저자가 광고회사 크리에이티브 디렉터로 근무할 때부터 대학으로 자리를 옮기기까지 쌓아온 슬로건 제작의 노하우와 국내 명작 슬로건의 탄생 이야기, 그리고 세계 각국의 기업 슬로건, 브랜드 슬로건, 대학 슬로건, 정치 및 선거 슬로건 등 4,000여 작품이 수록되어 학문적으로는 물론 실무적인 활용 가치를 높였다는 평가를 받고 있다.