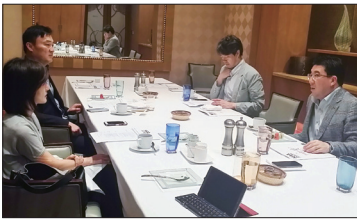




2016년 제3차 편집위원회



지난 6월 16일 롯데호텔에서 제3차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 박형재 상무(한국코카콜라), 이한구 상무

(LG), 배의찬 부장(삼성), 채영훈 팀장(SKT) 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

제2차 홍보위원회 개최

오는 8월 30일(화) 여의도 FK타워 컨퍼런스센터에서 제2차 홍보위원회가 개최된다. 중앙일보 최훈 편집국장을 초청해 '중앙일보의 편집 방향'에 대한 주제발표와 간담의 시간을 가질 예정이다.

제4차 운영위원회 개최

오는 9월 8일(목) 롯데호텔에서 '제4차 운영위원회'가 열린다. 이번 회의는 '2016 한국광고주대회'의 개최 방안과 KAA Awards 시상자(작)를 선정하고 협회의 하반기 주요 사업계획을 논의할 예정이다.

매일경제신문 초청 회원간담회 개최

오는 9월 22일(목) 오전 7시 30분 광화문 포시즌스호텔에서 매일경제신문 초청 회원간담회가 열린다. 이 날 간담회는 장대환 회장을 비롯한 매일경제신문 간부진과 회원사 임직원 100여 명이 참석하여 '매일경제신문의 보도·편성방향'을 살펴볼 예정이다.

[금호타이어] 2016 '제4회 금호타이어 여자오픈' 성료



금호타이어가 지난 7월 1일부터 3일까지 중국 산둥성 웨이하이시 웨이하이포인트 호텔&골프리조트에서 한국여자프로골프

(KLPGA)투어 '2016 금호타이어 여자오픈'을 개최했다. 올해는 신장암을 극복하고 돌아온 이민영이 치열한 접전 끝에 우승을 차지했다. 이번 대회에는 한국과 중국을 대표하는 프로선수 126명이 출전해 사흘간 치열한 대결을 펼쳤으며, 양국에 동시 생중계됐다. 금호타이어는 지난 2013년부터 '금호타이어 여자오픈'을 4회째 개최하고 골프선수를 후원하는 등 골프마케팅을 활발히 펼치고 있다.

[대림산업] 직원가족 초청해 시원한 미술관 피서



대림그룹은 8월 1일부터 8월 17일까지 서울시 용산구 한남동에 위치한 디지털아트에서 '대림그룹 직원가족 초청행사'를 실시한다. 이번 행사는 방학을 맞이한 직원 가족들을 위해 기획된 문화예술체험 프로그램으로, 대림산업, 대림코퍼레이션, 고려개발, 삼호, 대림C&S 등 각 계열사의 임직원 가족 500여 명이 참여한다. 연일 계속되는 무더위를 피해 미술관을 찾은 직원 가족들은 디지털아트 '헤더웍 스튜디오: 세상을 변화시키는 발상' 전시를 관람했다. 이후 전시에서 느낀 점을 바탕으로 창의력을 발휘해 자신만의 공간을 직접 만들어보는 교육프로그램과 탭댄스 코메디쇼 관람, 퍼포먼스 등에 참여했다.

[삼성물산] 캐리비안 베이, '라이브 펌프' 캠페인



워터파크 캐리비안 베이는 제일기획과 함께 여름 휴가철 안전사고 예방을 위해 시민들이 쉽게 심폐소생술(CPR)을 익힐 수 있도록 도와주는 '라이프 펌프(Life Pump)' 캠페인을 진행한다. '라이프 펌프'는 심폐소생술 교육용 모형에 공기 펌프를 결합한 아이디어 기구로, 이를 활용해 사람들이 물놀이용 튜브에 바람을 넣으며 심폐소생술을 자연스럽게 체험하도록 하는 신개념 심폐소생술 교육 캠페인이다. 캐리비안 베이는 오는 8월말까지 워터파크 내에 라이프 펌프 10개를 설치해 여름철 물놀이를 즐기는 시민들이 심폐소생술을 체험할 수 있도록 할 예정이다.

캐리비안 베이 관계자는 "심폐소생술을 물놀이 전에 자연스럽게 체험해볼 수 있다는 점에서 특히 어린 자녀를 동반한 가족 단위 물놀이객들에게 반응이 좋다"고 전했다.

[동서식품] '맥심 티오피(T.O.P)' 신규 TV 광고 방영

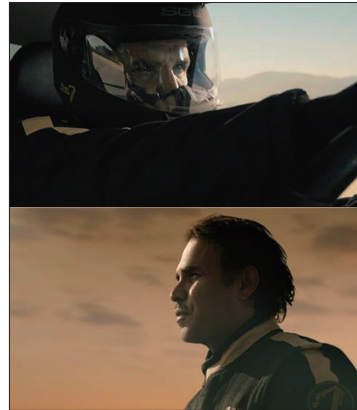


동서식품이 맥심 티오피(T.O.P) 신규 광고 '티오피 투 고(T.O.P to go)' 편을 선보였다. 이번 광고에서는 "그냥 커피는 머무르게 하고, 티오피는 움직이게 한다"라는 원빈의 내레이션을 통해 언제 어디서나 즐길 수 있는 '맥심 티오피'만의 특징을 잘 전달하고 있다.

동서식품 김재환 마케팅 매니저는 "맥심 티오피는 그동안 뛰어난 맛과 품질에 버금가는 감각적인 광고 영상으로 소비자들의 많은 사랑을 받아왔다"며 "앞으로도 소비자들의 열정을 응원하고 함께 나아가는 브랜드 컨셉으로 다양한 마케팅 활동을 진행할 계획이다"라고 말했다.

[에쓰오일] 윤활유 광고에 CEO 카레이서로 직접 출연

프리미엄 윤활유 브랜드 'S-OIL 7' 광고에 에쓰오일의 나세르 알마하서 CEO가 카레이서로 출연해 화제다. 이번 광고는 '엔진을 깨우는 힘'을 슬로건으로 차의 본질인 엔진 성능을 극대화하는



것에 초점을 맞춰, 10만 km를 주행해 뼈대만 남은 차량에 에쓰오일 7을 주입하자 엔진이 힘차게 되살아난다는 스토리다. 마하서 CEO는 차사 엔진오일의 성능을 직접 보증하는 카레이서로 등장한다. 1분50초

짜리 광고영상은 이미 유튜브에서 조회수 100만회를 돌파했다.

[삼성전자] 브라질 올림픽 파크에서 '갤럭시 스튜디오' 오픈



2016 리우 올림픽 무선통신 분야 공식 파트너사 삼성전자가 8월 6일부터(현지시간) 브라질 리우데자네이루 올림픽 파크에서 최신 갤럭시 스마트폰과 가상현실(VR) 기기를 체험할 수 있는 '갤럭시 스튜디오'를 운영한다.

갤럭시 스튜디오'에서는 삼성전자의 최신 기술과 제품을 통해 다양한 방식으로 올림픽을 경험하고 체험할 수 있다. 스튜디오를 방문하는 올림픽 팬들과 선수들은 4D 익스트림 카약 존에서 올림픽 종목인 카약을 4D 의자와 '기어VR'을 통해 즐길 수 있고, 갤럭시 S7 엣지를 체험할 수 있다. 삼성전자는 브라질 전국 주요 지역에도 갤럭시 스튜디오를 운영하며 브라질 전역에 올림픽 열기를 전파하고 있다.

[CJ그룹] 2020년 문화사업 매출 글로벌 비중 50% 돌파

CJ그룹이 문화사업 매출의 해외 비중을 2020년까지 50% 이상으로 키워 명실상부한 글로벌 문화기업으로 도약하겠다고 밝혔다. 현지시간으로 7월 29일부터 31일까지 미국 로스앤젤레스에



서 한류축제 'KCON 2016 LA'를 주최한 CJ그룹은 문화사업 비전과 글로벌 전략을 통해 "2020년까지 문화사업 부문 계열사 CJ E&M과 CJ CGV의 전체 매출에서 차지하는 글로벌 매출 비중을 54%까지 끌어올려 현재보다(2015년 매출 비중 16%) 3배 이상 늘리겠다"고 밝

혔다. CJ그룹은 이 같은 목표 달성을 위해 전세계인의 일상을 파고드는 '한류 4.0 전략'에 역량을 집중한다는 방침이다.

김현준 CJ주식회사 부사장은 "한국의 라이프스타일이 일부 마니아층이 아닌 전세계인의 일상에 녹아 생활화되는 한류 4.0시대를 앞당기도록 CJ가 중추적 역할을 할 것"이라며 "글로벌라이제이션(Global+Localization) 전략과 문화와 산업의 융합 비즈니스 모델을 구축하고, 연관 산업의 부가 가치 창출에 기여해 CJ 경영철학인 사업보국과 상생을 실천하겠다"고 말했다

[LG전자] 타임스퀘어에 한국의 세계유산 홍보



LG전자는 문화재청과 세계유산 홍보와 보존관리를 지원하는 후원 약정식을 체결, LG전자가 보유한 뉴욕 타임스퀘어 전광판을 활용하여 8월 1일부터 한국의 세계유산을 홍보하는 홍보 영상물을 상영하고 있다. 한국문화재단에서 제작한 이 홍보 영상물은 석굴암과 불국사, 종묘, 창덕궁 등 11개의 세계문화유산과 1개의 세계자연유산을 담고 있으며 약 1분 길이의 내용으로 구성되었다. LG전자의 광고 영상물과 함께 상영되며, 1일 40회 이상 한국의 세계유산을 홍보하게 된다.

[삼성전자] '갤럭시S7엣지 올림픽 에디션' 선수단 전원에게 선물

삼성전자가 8월 3일(현지시간) 리우 올림픽에 참가하는 선수 전원에게 '갤럭시S7 엣지 올림픽 에디션' 총 1만2500대를 선물했



다. 삼성전자는 2016 브라질 리우 올림픽 무선통신 분야 공식 파트너사로 활동하고 있으며, 2014 소치 동계올림픽 등의 행사에서도 공식파트너사 자격으로 당시 출시된 최신 스마트폰을 선수단 전원에게 지급한 바 있다. 갤럭시S7 엣지 올림픽 에디션은 이번 올림픽을 기념해 특별 제작한 제품으로 우리나라와 브라질, 미국, 독일, 중국 등에서 2016대씩 한정 출시됐다.

[한화그룹] 평창동계올림픽 250억 공식 후원



한화그룹이 2018년평창동계올림픽 성공개최를 위해 공식 후원에 나선다. 한화그룹은 평창올림픽조직위원회와 함께 지난 7월 28일 더 플라자에서 최양수 한화 대표와 이희범 평창동계올림픽 조직위원장 및 관계자가 참석한 가운데 2018년 평창동계올림픽 공식 후원 협약식을 가졌다. 이번 협약식을 통해 한화그룹은 2018년 평창동계올림픽의 조직위가 주최하는 다양한 행사에서 활용될 불꽃행사 및 성화봉 등을 지원할 계획이다.

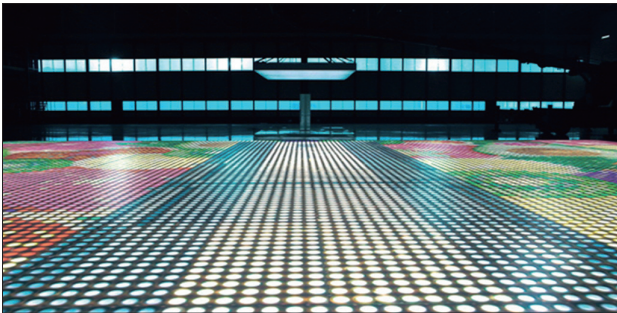
[아모레퍼시픽그룹] 서경배 회장 '과학재단' 설립

아모레퍼시픽그룹 서경배 회장과 우리나라 과학계 저명인사들을 주축으로 광화문 포시즌호텔에서 창립총회를 열고 '서경배 과학재단'을 설립하기로 뜻을 모았다고 밝혔다. 오는 9월 출범 예정인 '서경배 과학재단'은 기초과학 연구의 중요성 및 장기적이고 지속적인 지원의 필요성에 대해 공감하는 이들의 뜻을 담



은 공익재단으로, 서 회장의 사재 출연금을 운영한다. 창립총회에 참석한 발기인들은 우리나라가 실용연구를 중심으로 선진 과학기술을 빠르게 습득하는 패스트 팔로어(fast follower) 전략을 통해 괄목할 만한 성장을 해왔으나, 새로운 미래를 준비하기 위해서는 퍼스트 무버(first mover)로 전환해야만 하며, 이를 위해 지금까지 어느 누구도 시도하지 않았던 영역에 과감하게 도전하는 창의적인 개척자가 되어야 한다고 강조했다.

[LG전자] 냉장고 절전 성능으로 '기네스' 등극



LG전자가 최근 '센텀 시스템'을 적용한 LG 상냉장·하냉동 냉장고(모델명: GBB60NSYQE)의 절전 성능을 보여주기 위해 세계기록 달성에 도전했다고 밝혔다. 이번 도전을 통해 유럽 에너지 효율 'A+' 등급의 냉장고를 사용하는 것에 비해 'A+++' 등급의 LG 상냉장·하냉동 냉장고를 사용할 때 1년간 아낄 수 있는 전력사용량을 전구아트(Light Bulb Art)로 보여줬다.

LG전자는 18,072개의 전구로 가로와 세로의 길이가 각각 12m, 9.6m인 초대형 전구아트를 완성해 세계기록을 세웠다. 기네스 협회는 '가장 큰 전구 이미지(The Largest Light Bulb Image)'로 인증했다. 이번 기록 도전에는 세계적인 미디어 아티스트 세르게이 벨로(Serge Belo), 아티스트 그룹 에브리웨어(Everyware) 등이 참여했다.

[에쓰오일] 드림장학금 1억 1천만원 전달

에쓰오일은 7월 19일 서울 은평구 응암동 보육시설 선덕원에서



'에쓰오일 드림(Dream) 장학금' 전달식을 갖고 보육원 출신 이공계 전문대학 신입생 40명에게 각 250만원씩 장학금 1억원을 지원했다. 또한 에쓰오일은 이날 국내 유일 여아 보육원 합창단 선덕합창단에도 후원금 1000만원을 기부했다.

[SK이노베이션] 새로운 캠페인 '드로잉쇼' 화제



SK이노베이션이 '이노베이션(혁신)'의 큰 그림'을 주제로 세계적인 드로잉 아티스트 김정기 작가와의 협업을 통해 새로운 광고 캠페인을 선보여 화제다. 이번에 선보인 SK이노베이션 '드로잉쇼'는 SK이노베이션이 전 세계를 무대로 펼치는 다양한 사업영역과 수출 성과 등을 그림으로 표현하면서 글로벌 에너지·화학 회사로서의 위상과 비전을 역동적으로 풀어냈다.

김정기 작가는 밑그림이나 참고자료 없이 즉석에서 붓펜과 상상력만으로 드넓은 캔버스를 채워나가는 라이브 드로잉 쇼의 대가로 알려져 있다. 김 작가가 이번 광고 촬영에서 사용한 캔버스는 가로 5m, 세로 2m 크기의 대형 사이즈로, 6개 대륙의 세계 지도 형태를 2박3일 동안 붓펜이 가는 대로 캔버스 곳곳을 누비며 완성했다.

[HS애드] 바이두 검색광고 영업권 획득

HS애드 북경법인인 중국 최대 검색엔진인 바이두(百度)의 검색



HSAd

광고 영업권을 획득했다. 이는 바이두가 HS애드의 한국 시장 내 위상과 다양한 광고주 포트폴리오, 전세계 글로벌 거점 등을 높게 평가한 결과이다. 이번 검색광고 영업권 획득을 통해 HS애드 북경법인은 중국에 진출을 원하는 한국 기업들을 대상으로 보다 폭넓은 디지털 광고마케팅 서비스가 가능해졌다. 지난해 북경법인은 웨이신 기반의 모바일 마케팅 채널 한즈멍을 오픈하기도 했다. 북경법인은 웨이신 운영 대행 서비스와 바이두 검색어 광고 영업 등을 담당할 영업망을 한국 내 구축할 계획이다.

[제일기획] 페이스북과 손잡고 디지털 광고 사업 강화



제일기획이 국내 업계 최초로 페이스북과 광고 분야 업무 협약을 맺고 디지털 미디어 사업 확대에 나선다. 제일기획은 최근 서울 강남구 페

이스북 코리아 사옥에서 제일기획의 페이스북 광고 플랫폼 운영 역량 강화 등의 내용을 담은 '디지털 광고 업무 협약(Joint Business Partner)'을 체결했다. 이번 협력에 따라 앞으로 페이스북은 제일기획에 광고 운영 인력과 교육 프로그램을 지원하는 한편 페이스북, 인스타그램 등 다양한 플랫폼을 활용한 광고 상품 개발도 공동으로 진행할 계획이다.

세계 광고거장들 '부산행' 부산국제광고제 심사위원 참여



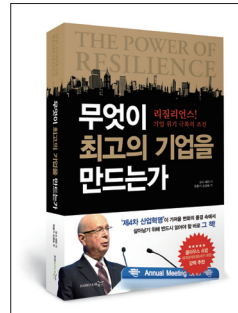
세계 광고시장을 쥐락펴락하는 스타 광고인들이 8월 25일 개막하는 부산국제광고제를 찾는다. 부산국제광고제조직위원회는 2016부산국제광고제에 화려한 경력의 21개국 30명의 광고 거장들이 본선 심사위원으로 참가한다고 밝혔다.

심사위원장을 맡은 알리 샤바즈(Ali Shabaz)는 지난 20년간 인도, 중동, 싱가포르 등에서 가장 영향력 있는 광고 전문가로 활동하고 있다. 이밖에도 '고정관념 파괴자'로 불리는 남미 광고계의 거장

마놀로 테체라(Manolo Techera), 현재 광고계에서 가장 주목받는 인물인 제레미 크레이건(Jeremy Craigen), 디지털 마케팅회사인 아이소바 차이나(Isobar China)에서 상하이 크리에이티브팀을 이끌고 있는 팀 도허티(Tim Doherty), 필리핀의 대표 여성 디렉터이자 물런로웨 그룹 필리핀(MullenLowe Group Philippines)의 수장인 리 레예즈(Leigh Reyes)도 부산국제광고제와 함께 한다.

국내 유일의 국제광고제인 부산국제광고제에는 올해 61개국에서 1만8천63편이 출품, 이 가운데 1천680편이 본선에 올랐다. 올해 대회는 오는 8월 25일 개막해 3일간 부산 벅스코와 해운대 일원에서 열린다.

[신간] 무엇이 최고의 기업을 만드는가



FK미디어가 위기관리 분야의 세계적인 석학 요시 세피 MIT 교수의 <무엇이 최고의 기업을 만드는가 : 리질리언스! 기업 위기 극복의 조건>을 출간했다. 이 책은 불확실한 글로벌 경제와 혁신이 난무하는 오늘날 비즈니스 환경에서, 생존하는 기업들은 무엇이 다르며 어떻게 위기를 극복하는지에 대한 해법을 제시하고 있다.

요시 세피 교수는 이 책에서 "오늘날 기업은 효율성은 높아졌지만 그 어느 때보다도 위기에 취약한 시대를 살고 있다"며, 그 이유를 '촘촘히 연결된 하나의 망 위에 글로벌 경제의 모든 과정이 올려져 있기 때문'이라고 설명하고 있다.

이 책은 크게 네 파트로 나뉘어져 있다. 첫 번째 파트에서는 비즈니스 중단 위기에 빠진 기업들의 대응사례를, 두 번째 파트에서는 위기의 조기 감지와 준비를 통한 대응사례를 살펴본다. 세 번째 파트에서는 사이버범죄, 기업평판 등 지속가능경영을 위협하는 새로운 위협들에 맞서는 방법을 소개하고, 네 번째 파트에서는 기업 경쟁우위의 비밀로서 '리질리언스(Resilience, 회복탄력성)'에 주목하는 이유와 그 중요성을 강조하였다.