

2017년 제2차 편집위원회



지난 4월 13일 롯데호텔에서 제2차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 박형재 상무(한국코카콜라), 이준희 상무(보령제약), 이한구 상무(HS애드) 등이 참석해

지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

제3차 운영위원회

협회가 오는 6월 22일 오전 7시 30분 롯데호텔에서 '제3차 운영위원회'를 개최한다. 이번 운영위원회에서는 2017 한국광고주대회 개최 계획 및 광고계 주요 현안에 대해 논의할 예정이다.

MBC 초청 회원간담회

오는 6월 27일 오전 7시 30분 조선호텔에서 'MBC 초청 회원간담회'를 개최한다. 이날 간담회는 김장겸 사장을 비롯한 MBC 간부진과 회원사 임직원 100여 명이 참석하여 MBC의 보도·편성방향을 살펴볼 예정이다.

제1차 경제홍보위원회

오는 7월 5일 오전 7시 30분 롯데호텔에서 '제1차 경제홍보위원회'가 열릴 예정이다. 이번 경제홍보위원회에서는 서울경제신문의 김영기 편집국장을 초청, '서울경제신문의 편집 방향'에 대한 주제발표와 함께 경제 현안과 기업관련 보도에 대한 폭넓은 의견을 나눌 계획이다.

[일동제약그룹] 창립 76주년 혁신으로 새출발



일동제약그룹은 지난 5월 8일, 창립 76주년을 맞아 본사 대강당에서 기념식을 거행했다. 행사에 참석한 임직원들은 창업

자인故윤용구 회장의 창업정신을 되새기고 76년의 역사를 되돌아보며 새 각오를 다졌다. 특히 이번 행사는 지난해 기업분할 후 처음 맞는 창립기념일로 일동홀딩스, 일동제약 등을 비롯한 전

계열사들이 일동그룹으로서 새출발을 다짐하며 의미를 더했다.

이정치 일동홀딩스 대표이사 회장은 기념사를 통해 "76년이라는 긴 시간 동안 숱한 어려움을 이겨내고, 이제 그룹사의 면모를 갖추고 임직원들과 함께 창립기념일을 축하할 수 있어서 감회가 깊다"고 밝혔다. 아울러 "그간 외형적인 성장뿐 아니라, 일동의 이름으로 명망과 신뢰를 쌓아올 수 있도록 노력해 준 임직원 여러분께 감사를 전한다"며 "지금의 일동제약그룹이 존재할 수 있도록 관심과 성원을 보내준 고객, 주주, 협력업체 임직원 여러분께도 감사를 잊지 말아야 할 것"이라고 덧붙였다. 이어 "가시적인 성과와 성장이 나타나고 있지만, 가장 중요한 과업은 스스로의 혁신"이라며 "강력한 혁신의지를 바탕으로 토털헬스케어그룹에 걸맞은 기업문화와 체계를 갖추어 가야 할 것"이라고 강조했다.

[동서식품] 제18회 '맥심커피배 입신최강전' 시상식



동서식품이 후원하고 한국기원이 주최한 '제18회 맥심커피배 입신최강전'의 시상식이 5월 25일 서울 플라자호텔에서 개최

됐다. 시상식은 박정환 9단, 윤준상 9단을 비롯해 동서식품 이광복 사장, 한국기원 유창혁 사무총장 등 대회 관계자 60여 명이 참석한 가운데 진행됐다. 1월 개막전을 시작으로 5개월 간 진행된 이번 대회는 최근 인공지능(AI) 바둑 프로그램 '딥젠고'를 상대로 승리를 거둔 박정환 9단, 인공지능(AI) 알파고와 세기의 대결을 펼쳤던 이세돌 9단은 물론 윤준상 9단, 이창호 9단 등 국내 최정상급 선수들이 대거 참여해 개막 전부터 많은 관심을 모았다.

한편, 동서식품은 올해로 18년째 맥심커피배 입신최강전을 후원하며 우리나라 바둑 문화의 발전에 기여하고 있다.

[대림그룹] '희망의 집 고치기' 봉사활동



대림그룹 내 건설사인 대림산업, 고려개발, 삼호의 임직원 50여 명이 5월 17일 서울 성북구 삼선동을 찾아 '희망의 집 고치기'

활동을 펼쳤다. 집 고치기 활동은 대림의 대표적인 사회공헌 중



하나로 2005년부터 시작해 매년 진행하고 있다. 건설업종에 종사하는 임직원들의 재능을 살려 소외 계층의 주거시설과 복지단체 시설을 개선하고 있다.

이날 활동에 함께한 김한기 대림산업 사장은 “매년 임직원들이 자발적으로 집 고치기 활동에 참여해 큰 보람을 느끼고 있다”며 “앞으로도 건설업 직원들의 재능을 살려 우리 사회 소외계층의 주거환경을 개선하는 활동에 앞장서 나갈 것”이라고 밝혔다.

[아모레퍼시픽] ‘메이크업 유어 라이프’ 전개



아모레퍼시픽은 자사 방문판매원 ‘아모레 카운셀러’가 함께하는 ‘아모레퍼시픽 메이크업 유어 라이프’의 2017년 상반기 캠페인을 진행한다고 밝혔다. 메이크업 유어 라이프는 피부 변화와 탈모 등 급작스러운 외모 변화로 심적 고통을 겪는 여성 암환자들에게 스스로를 아름답게 가꾸기 위한 뷰티 노하우를 전수하는 캠페인이다. 2008년부터 현재까지 국내 1만1078명의 여성 암 환자 및 4033명 아모레 카운슬러 자원봉사자가 참여했다.

올해 국내 캠페인은 상·하반기(5~7월·9~11월)로 나뉘어 전개된다. 상반기에는 전국 주요 20개 지역 병원에서 약 850여 명의 환자를 만날 예정이다. 캠페인 현장에서는 전문 강사와 아모레 카운셀러 봉사단이 참여자들에게 메이크업 및 피부관리 노하우를 전수한다.

[코카-콜라] ‘조지아 고티카 콜드브루’ 새광고



코카-콜라는 프리미엄 캔커피 ‘조지아 고티카 콜드브루’의 모델로 이민호를 발탁하고 새광고를 선보인다. 이번 광고는 “콜드브루를 강하게 10기압으로 내렸다. 이제, 콜드브루도 향이다”라는 내레이션과 함께 ‘조지아 고티카 콜드브루’의 깊은 커피향을 강조하고 있다. 코카-콜라사 관계자는 “광고에서는 차갑게 내린

콜드브루에서도 깊은 향을 느낄 수 있다는 메시지를 담아 깔끔한 콜드브루의 장점은 살리고 깊은 커피 아로마를 표현한 제품의 특징을 강조했다”며 “이민호의 매력과 스타일리쉬한 ‘조지아 고티카 콜드브루’가 보이는 시너지를 느낄 수 있을 것”이라고 전했다.

[보령제약] 습윤밴드 ‘듀오덤’ 신규 광고 눈길



보령제약이 습윤밴드 ‘듀오덤’의 새로운 광고를 선보인다. 광고는 손가락을 베었을 때, 넘어져서 무릎이 까졌을 때,

팔꿈치가 쓸렸을 때 등 다양한 상처와 움직임이 많은 신체 부위에 쉽게 부착돼 세균감염을 막고 상처를 보호해주는 것은 듀오덤이라는 메시지를 전달하고 있다.

보령제약 듀오덤은 최대 7일까지 상처 부위의 진물을 흡수해 흉터 없이 빠른 치유를 돕고, 제품에 함유된 ‘펙틴’은 감염을 막아 상처를 빨리 아물게 한다. 또 상처에서 나오는 생체 자연치유 물질인 삼출물(진물)을 고정하고 습윤한 환경을 유지시키는 역할을 해 새살을 돋게 하는 육아조직 세포의 생성을 촉진시킨다. 특히 주름 형태로 되어있어 무릎, 팔꿈치, 얼굴, 손가락 등 굴곡진 부위에도 접착하기 쉽고 오랫동안 접착력을 유지할 수 있는 것이 장점이다.

[동서식품] 카누 아이스 블렌드 새광고



동서식품이 본격적인 여름을 앞두고 한정판 ‘맥심 카누 아이스 블렌드(Maxim KANU Ice Blend)’를 출시하고 새광고를 선보인다. ‘카누 아이스 블렌드’는 산미와 과일향이 특징인 케냐 원두를 미디엄 로스팅해 깔끔하고 청량한 맛이 강조됐으며, 찬물에도 잘 녹아 카누 본연의 맛과 산뜻한 향미를 즐길 수 있는 제품이다. 광고에서

는 '세상에서 가장 쿨한 카페'라는 콘셉트 아래, 카누 아이스 한 잔이 선사하는 시원함과 청량감을 영상에 그대로 담아냈다.

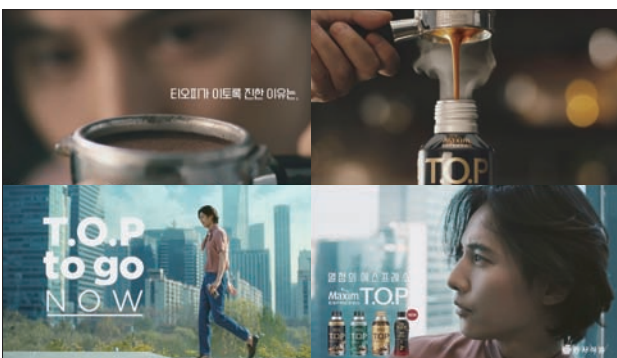
[롯데칠성] 스파클링 워터 '트레비' 새광고



롯데칠성음료가 아이돌그룹 '블랙핑크'를 모델로 스타일리시 스파클링 워터 '트레비'의 신규 광고를 선보인다. 새광고는 '언제 어디서나 깔끔하고 상쾌하게! 스타일리시 스파클링 워터 트레비'라는 콘셉트를 강조하며 4인조 걸그룹 블랙핑크 멤버들이 맛있는 음식을 먹을 때, 운동할 때, 휴파티를 할 때에 스타일리시한 일상을 즐기며 트레비를 마시는 상황을 표현하고 있다.

롯데칠성음료 관계자는 "다양한 라이프스타일에 맞춰 가족, 친구, 연인과 함께 언제 어디서나 트레비와 함께하며 깔끔하고 상쾌한 즐거움을 만끽하길 바란다"며 "올해도 공격적인 마케팅을 펼치며 시장 성장세를 이끌어 나갈 것"이라고 말했다.

[동서식품] '맥심 티오피(Maxim T.O.P)' 새광고



동서식품이 '맥심 티오피(Maxim T.O.P)'의 신규 TV광고 '티오피 투고 나우(T.O.P to go NOW)'편을 공개한다. 이번 광고는 최근 '올로'(YOLO, You Only Live Once)로 대표되는 시대적 화두를 반영해 '머무르지 않고 움직이며 현재의 가치를 즐기는 것이 바로 열정'이

라는 메시지를 담았다. 특히 특수 영상 기술을 사용해 맥심 티오피 광고의 '시그니처 컷'이라고 할 수 있는 에스프레소 추출 장면은 영상만으로도 깊은 커피향이 느껴질 수 있도록 표현되었다.

[SK이노베이션] 터키 전통 '에브루' 기법 광고 눈길

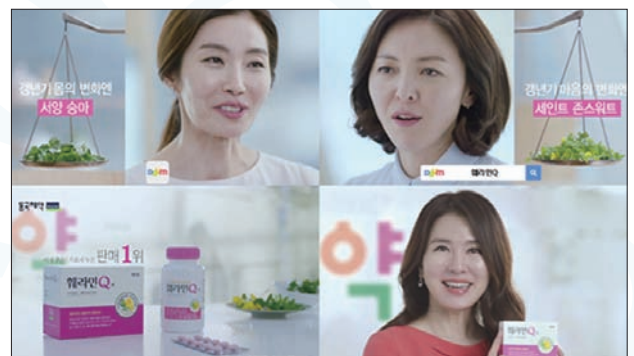


터키의 전통예술인 '에브루(Ebru)' 기법을 접목시킨 SK이노베이션의 캠페인이 눈길을 끌고 있다. SK이노베이션이 페이스

북(www.facebook.com/IF.SKinnovation)과 유튜브 등 온라인 채널을 통해 공개한 이번 광고영상은 공개 10일만에 조회수 100만 회를 돌파하며 주목받고 있다. '이노베이션의 큰 그림(Big Picture of Innovation)'을 주제로 제작된 두 번째 광고인 이번 영상은 터키의 아티스트 가립 아이(Garip Ay)를 초청, 에브루 기법을 이용해 제작됐다. 가립 아이는 반 고흐의 '별이 빛나는 밤', '자화상' 등 여러 유명 작품들을 선보이며 터키를 비롯한 폴란드, 말레이시아 등에서 활동하고 있다. 에브루 기법이란, 큰 그릇에 담긴 물 위에 여러 색상의 물감을 흠뿌리거나 붓질해 그림을 그린 후 종이를 덮어 찍어내는 터키의 전통예술로 국내에서는 '마블링(marbling) 기법'으로 널리 알려져 있다.

SK이노베이션 임수길 홍보실장은 "이번 캠페인에서는 소비자들의 참여를 이끌어내 소통을 강화하고자 노력했다"며 "SK이노베이션의 '혁신'은 광고뿐만 아니라 조직 전반의 문화로 정착되어 가고 있는 중"이라고 밝혔다.

[동국제약] '훼라민큐(Q)' 새광고



동국제약이 여성갱년기 일반의약품 '훼라민큐(Q)' 새광고를 선보인



다. 이번 광고에서 메인 모델 이일화씨와 '제2회 웨라민퀸 모델 콘테스트'를 통해 선발된 일반인 모델들이 함께 출연하며, 안명홍조, 발한 등의 몸의 변화와 우울하고 짜증나는 마음의 변화를 호소하는 이들에게 웨라민퀸이 주원료인 서양송마(블랙코호시)와 세인트존스워트가 신체적, 정신적 증상을 개선해 준다는 효능을 표현하고 있다. 웨라민퀸 모델 콘테스트는 40~59세 갱년기 여성들의 자신감 고취를 위해 동국제약이 2015년부터 진행하고 있는 이벤트다. 동국제약 관계자는 "일반인 모델의 진솔한 이야기는 소비자들의 공감을 얻는 데 좋은 역할을 한다"며 "여성갱년기 증상은 방치하지 말고 입증된 의약품을 통해 초기부터 몸과 마음을 관리하는 메시지가 이번 광고를 통해 잘 전달됐으면 좋겠다"고 전했다.

[코카-콜라] '스프라이트' 신규 광고 주목



코카-콜라의 사이다 브랜드 스프라이트가 트렌디한 뮤지션으로 남녀노소 누구에게나 사랑받고 있는 윤미래와 육성재의 듀엣 무대 모습을 담은 광고를 선보인다. 감각적인 프린트 의상과 스웨그 넘치는 제스처, 화려한 무대 조명과 상쾌한 물보라 효과까지 선보이며 스프라이트의 상쾌함을 전달하고 있다.

[일동제약] 아로나민골드 SNS광고 '복고와 코믹의 만남'

일동제약이 페이스북과 유튜브, 블로그, 네이버TV 등을 통해 방영하는 아로나민골드의 새 SNS 광고는 1989년도 아로나민골드 광고의 리메이크 작품이다. 일동제약은 80년대를 연상시키는 광고 속 연기자들의 복장, 말투, 경쾌한 음악, 배경 등이 주는 재미를 통해 젊은 세대들에게는 아로나민을 신선하게 받아들일 수 있도록 하고, 기성세대들에게는 추억을 떠올릴 수 있도록 했다. 이번 광고의 원작은 1989년도 아로나민골드 광고였던 '안전운전'편으로, 명절을 맞아 고향에 다녀오는 길에 남편 대신 아내가 운전을 바꾸어 하는



상황 설정으로 당시 화제를 모은 바 있다. 이번 리메이크 작품에서는 원작의 설정에 여러 가지 유머코드를 가미하면서, 부부가 서로를 사랑하고 배려하는 모습은 고스란히 느낄 수 있도록 만들었다.

[코카-콜라] '파워에이드' 2018 평창 동계올림픽 성공 기원



'2018 평창 동계올림픽 공식 스포츠 음료' 파워에이드가 여름을 앞두고 봅슬레이 국가대표 선수들과 찍은 새광고를 선보였다.

이번 광고에서는 올해 새롭게 파워에이드 브랜드 모델로 발탁한 봅슬레이 국가대표 원윤종(강원도청), 서영우(경기연맹) 선수가 평창 동계올림픽을 위해 여름 내내 사력을 다해 훈련하는 모습을 담았다. 코카콜라 관계자는 "두 선수가 고강도 훈련을 마치고 파워에이드를 마시는 모습을 통해 프로든 아마추어든 운동을 하는 순간만큼은 최선을 다하자는 의미를 담았다"고 말했다.

코카콜라의 세계적인 스포츠음료 브랜드 파워에이드는 지난 1992년 바르셀로나 올림픽부터 2018년 평창 올림픽까지 올림픽 공식 후원 활동을 이어가고 있다.

[제일기획] 인플루언서 마케팅 솔루션 '갯잇뷰' 론칭

제일기획은 인플루언서 마케팅 솔루션 '갯잇뷰(GetitVIEW)'를 공식 론칭하고 차별화된 인플루언서 마케팅 서비스를 제공할 계획이라고 밝혔다. 인플루언서 마케팅이란 유튜브, 아프리카TV, 페이스북, 인스타그램 등을 기반으로 활동하며 대중적 인기를 얻은 유명인을 활용한 마케팅을 말한다. 최근 젊은 세대를 중심으로 콘텐츠 소비 취향이 세분화 되면서 새로운 마케팅 분야로 주목받고 있다. **KAA**