

2018 평창 동계올림픽 스타트!



평창 동계올림픽 개막이 눈앞에 다가오고 성화 봉송의 축제 분위기가 보도되면서 공식 후원사들의 다양한 마케팅 활동은 물론 비공식 기업들의 지원 활동까지 올림픽 붐업이 본격화되고 있다.

국내 유일의 국제 올림픽 공식 파트너(Worldwide Olympic Partner)인 삼성전자는 후원금 1000억원을 내놓으며 ‘똥큰 지원’에 나섰다. 삼성전자는 무선통신분야 공식 파트너사로서 ‘갤럭시노트8 올림픽 에디션’ 4000여대를 선수단과 IOC 관계자 전원에게 제공한다. 또 성화 봉송에 참여하고 경기 기간 동안 스마트폰을 사용해 볼 수 있는 체험존도 운영할 예정이다.

올림픽 후원사 등급 중 가장 높은 ‘월드와이드 올림픽 파트너’인 코카콜라는 작년 11월 일찌감치 평창 동계올림픽 파트너임을 드러내는 광고를 선보였다. 방금 아이스하키 시합을 마치고 대기실로 들어온 한국 선수와 캐나다 선수, 냉장고에 하나 남은 코카콜라를 차지하기 위해 싸우지만 곧 코카콜라가 가득 담긴 아이스 박스를 발견하고 언제 싸웠냐는 듯 “부딪치며 하나 되는 순간”이란 화합의 메시지를 보여준다.

이어 12월초에는 전속모델 박보검과 평창 동계올림픽 홍보대사 김연아를 주인공으로, 성화 봉송을 마친 김연아, 박보검이 ‘평창’에 찾아가 친구들과 눈싸움, 하



◀ 삼성 성화주자인 이상화 선수

▼ 코카콜라의 시즌 광고





▲ 현대기아차는 수소전기차와 버스를 투입해 선수단 수송을 책임진다



▲ 인천공항 제2여객터미널로 이전하는 대한항공 광고



▲ 철이 사용되는 종목을 강조한 포스코 광고



◀ LG전자의 안내로봇과 경기장 구석구석을 청소할 청소로봇

키를 즐기고 코카콜라를 마시며 올림픽 개막을 기다린다는 스토리의 상큼한 광고를 선보이며 눈길을 끌었다.

현대·기아차는 대회를 운영하는데 필요한 선수단 수송을 책임진다. 수송차량과 의전차량, 대회운영차량 등 총 4100여대를 지원한다. 특히 현대차는 차세대 수소전기차(FE)를 대중에게 공개하고, 친환경차 기술력을 전세계에 선보일 예정이다.

SK그룹은 의전차량 운영을 위한 정유를 지원하고, SK텔레콤은 '평창올림픽 안전지원을 위한 재난안전통신망 보강사업'을 수주해 완벽한 올림픽 인프라를 선보일 예정이다. SK텔레콤은 작년 12월초 국가대표 이승훈 선수에게 피겨퀸 김연아가 스피드 스케이팅을 배우는 영상을 온라인에 선보여 바이럴 효과를 톡톡히 보았다.

통신분야 공식 후원사인 KT는 대회 통신 및 방송 중계 인프라, ICT(정보통신기술) 시설 등을 맡는다. 특히 평창올림픽에서 세계 최초 5G 시범서비스를 선보일 예정이다.

건설부문과 브랜드 크리에이티브 서비스부문을 맡은 LG그룹은 올림픽 조직위원회 평창 사무소 건설을 완료했고, 공식 홍보영상, 영화, 인쇄물, 옥외광고물 제작 등을 포함한 마케팅 전반을 대회가 끝날 때까지 지원하게 된다. LG전자는 올림픽 기간 동안 인공지능 안내로봇과 청소로봇도 투입할 예정이다. 안내로봇은 동계올림픽에 참가하는 외국인 선수들과 관람객들에게 안내하기 위해 한국어와

영어, 일본어 등 4개 국어를 지원한다. 청소로봇은 경기장 구석구석을 청소한다.

대한항공은 항공권과 장비수송 후원은 물론, 평창 동계올림픽 마스코트를 래핑한 항공기를 운영, 하늘길에서부터 평창 올림픽 알리기에 나선다. 12월말 선보인 광고 '대한항공의 노력'편에서는 대한항공이 인천공항 제2여객터미널로 이전한다는 것을 알리는 동시에 평창 동계올림픽 공식 항공사로서 외국인 방문객들을 가장 처음 맞이하는 역할을 '멋지게' 수행하겠다는 마음가짐을 전했다.

포스코도 '뜨거운 열기'편 광고를 통해 동계올림픽 붐업에 함께하고 있다. 이번 동계올림픽에서 철이 사용되는 종목은 총 20개 종목이다. 이 중 6개 종목의 경기 장면을 광고에 담았다. 각종 썰매나 스케이팅 날 등에 사용되는 철과, 철 가공에 쓰이는 열기를 통해 철강 기업이라는 포스코의 특징을 다이내믹하게 표현했다.

한화그룹은 티켓구매 및 기증, 성화봉 제작, 불꽃축제 지원 등으로 올림픽 붐업에 나섰다. 한화는 총 1700여장의 입장권을 구입해 페이스북 이벤트와 함께, 한화그룹이 지속적으로 후원하고 있는 사회복지기관과 저소득 청소년, 다문화가정, 장애인 등을 초청했다. 그런가하면 총 9640개의 성화봉을 제작해 올림픽조직위원회에 제공했으며, 화학기업의 특성을 살려 개 폐막식을 포함해 총 35번에 걸쳐 불꽃행사도 선보인다. **KAA** 이수지 susie@kaa.or.kr