



## 제1차 편집위원회 개최



지난 1월 31일 프라자호텔에서 제1차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 김주호 교수(명지대), 이한구 상무(HSAD), 유동수 차장(현대중공업) 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

## 한국광고주협회 이정치 회장 재선임

한국광고주협회는 지난 2월 26일 프라자호텔에서 정기총회를 열고, 이정치 일동홀딩스 회장을 재선임했다. 임기는 3년이다. 그동안 이 회장은 국민이 선택한 좋은 광고상 시상, 통합시청자수(TTA) 시행, 광고 시장 규제 완화, 나쁜 광고 퇴출 캠페인 등을 통해 회원사와 광고계의 신임을 받는 한편, 기업의 마케팅 환경 개선에 크게 기여한 것으로 평가되고 있다.

취임사를 통해 이 회장은 “합리적 광고 시장 조성 및 건전한 광고문화 창달을 위해 최선의 노력을 다할 것”이라며 “미디어 환경 변화에 따른 효율적인 광고 시스템을 구축하고, 광고 시장과 미디어 산업에 활력을 불어넣는 선순환 구조 정착에 힘을 쏟겠다”고 포부를 밝혔다.

## [삼성전자] 일본 최대 규모 ‘갤럭시 하라주쿠’ 개관



국제올림픽위원회(IOC) 무선통신, 컴퓨팅 장비 분야 공식 파트너인 삼성전자가 일본 도쿄에서 갤럭시 쇼케이스 ‘갤럭시 하라주쿠(GALAXY Harajuku)’를 개관했다. ‘갤럭시 하라주쿠’는 지상 7층, 지하 1층 규모로 전세계 갤럭시 쇼케이스 중 최대 규모다. ‘갤럭시 하라주쿠’에서는 삼성전자의 휴대폰 혁신 역사를 한눈에 확인할 수 있으며, 스마트폰의 새로운 기준을 제시하는 ‘갤럭시 S10’ 등 최신 갤럭시 스마트폰과 다양한 웨어러블 기기를 체험하고, 구매할 수 있다. 또한 일본 내 통신사업자를 통해서만 제공되던 갤럭시 기기의 수리 서비스를 ‘갤럭시 하라주쿠’에서도 제공할 예정이다. ‘갤럭시 하라주쿠’는 쇼케이스 곳곳에서 갤럭시 최신 기술을 활용한 다양한 인터랙티브 체험 공간이 마

련되어 있으며, 향후 다양한 문화 행사를 통해 삼성전자가 추구하는 다채롭고 새로운 모바일 경험을 소개하는 장소로 활용될 예정이다.

## [SPC그룹&광동제약] 나눔 상생 장학사업 활발



SPC그룹은 지난 2월 27일 SPC미래창조원에서 ‘제15회 SPC행복한 장학금 수여식’을 개최하고, 장학생 100명에게 1억7000만원의 장학금을 전달했다고 밝혔다. ‘SPC행복한 장학금’은 파리바게뜨, 배스킨라빈스, 던킨도너츠 등 SPC그룹 매장에서 근무하는 아르바이트 대학생 중 근속기간과 근무태도, 가정형편 등을 고려해 매년 200명(한 학기당 100명)에게 등록금의 50%를 지원하는 제도로 SPC그룹의 대표적인 나눔 상생 프로그램이다.

한편 2월 28일에는 광동제약 가산문화재단이 ‘제3회 ‘맨발의 청춘, 희망’ 대학생 장학금 수여식’을 개최하고 총 20명의 장학생에게 장학증서를 전달했다. 가산문화재단은 장학과 학술지원 사업을 목적으로 광동제약 창립자인故 가산 최수부 회장이 2007년에 설립했으며, 지금까지 약 9억6,000만원의 장학금을 전달했다.

## [기아차] 2019 KBO 리그 자동차 부문 공식 후원



기아자동차가 국내 최고 인기 스포츠인 KBO 리그를 8년 연속 후원한다. 기아자동차는 지난 3월 12일 서울 압구정동 국내영업본부 사옥에서 정운찬 한국야구위원회(이하 KBO) 총재, 권혁호 국내영업본부장(부사장) 등이 참석한 가운데 ‘2019 신한은행 MY CAR KBO 리그 자동차 부문 공식 후원’ 조인식을 가졌다.

지난 2012년부터 KBO 리그 후원을 지속해 온 기아자동차는 이번 후원 계약 연장을 통해 젊고 역동적인 브랜드 이미지를 더욱 강화해 나갈 방침이다. 기아자동차는 2019 KBO 리그 공식 후원사로서 ▲정규시즌, 올스타전, 한국시리즈 MVP 차량 후원 ▲KBO 업무용 차량 후원 ▲주요 경기 시구차량 운영 ▲TV 중계



# KAA광장



박보영이 제안하는 일상 힐링법이 담겨 있다. 동안 미모로 잘 알려진 박보영은 친구들과 조깅으로 하루를 시작하고, 나무 그늘 아래에서 독서로 충전의 시간을 갖는다. 그런가하면 푸른 나무와 잔디가 펼쳐진 공원에서 친구들과 원반던지기 놀이와 자전거를 타며 즐거운 한때를 보낸다.

박보영이 장수 광고모델로 활동하는 토레타는 깔끔한 맛과 낮은 칼로리의 수분보충음료로 자몽, 백포도, 사과, 당근, 양배추 등 10가지 과채 수분이 함유된 것이 특징이다.

## [SK텔레콤] 기업PR 캠페인 '초시대, 생활이 되다'



SK텔레콤이 새로운 기업브랜드 캠페인 '초시대, 생활이 되다'를 선보였다. SK텔레콤은 지난 2월 스페인 바르셀로나에서 열린 MWC19 기자간담회에서 최초로 '초(超)시대'라는 개념을 제시했다. 이를 더 구체화시켜 '초(超)'라는 시대적 화두를 제시하는 광고 캠페인을 시작한 것이다. 이번 캠페인은 '초시대, 생활이 되다'라는 주제 아래 '뛰어넘다'라는 뜻의 초가 내포하고 있는 혁신의 의미를 부각하는 데 초점을 맞췄다. 캠페인을 통해 초용

합, 초연결, 초지능으로 대표되는 초시대에 진정한 ICT 리더로 거듭나겠다는 의지와 약속을 담아내고 있다.

미래를 초시대라고 정의한 것은 통신 네트워크의 진화나 산업의 혁명을 뛰어넘어 세상 모두의 생활을 바꿀 거대한 변화를 지향하겠다는 강력한 의지를 담은 것이다. 즉, 초는 기술이 기술을 '초월'해 고객의 생활을 변화시킨다는 의미임과 동시에, 시대와 세대를 초월해 고객 가치를 실현하고자 하는 SK텔레콤의 포부까지 함축하는 핵심 표현이다.

SK텔레콤은 '초시대, 생활이 되다'라는 이번 캠페인을 통해 사업관점이 아닌 사람 중심의 서비스를 제시함으로써 특별한 소수가 아니라 평범한 사람 모두에게 당연한 일상이 되고자 하는 SK텔레콤의 혁신 철학을 분명히 했다.

## [일동후디스] 맛과 건강까지 '노블 커피'



일동후디스가 '노블 커피'의 새로운 모델로 강수진 국립발레단 예술감독을 기용, 신규 광고를 선보인다. 이번 광고는 국

립발레단 예술감독 강수진의 건강하고 고급스러운 이미지를 통해 '맛과 건강까지 생각하는 프리미엄 시그니처 커피 노블'이라는 메시지를 전달하는 데에 주력했다. 또한 식물성 경화유지가 아닌 코코넛오일과 1A등급 우유를 사용한 점을 강조해 맛과 건강을 위한 커피라는 점을 부각시키고 있다.

일동후디스 관계자는 "강수진 예술감독의 우아하고 고급스러운 모습이 '노블 커피'의 이미지를 잘 표현해주고 있다"면서 "강수진 감독과 함께 건강 커피 브랜드 '노블 커피'를 알리기 위한 다양한 마케팅 활동을 펼칠 계획"이라고 말했다.

## [대우건설] 푸르지오 새광고 눈길

대우건설이 새로운 푸르지오 브랜드를 알리기 위한 광고 2편을 선보인다. '푸르지오의 변화'를 주제로 한 첫 번째 광고에서 대우건설은 이번 브랜드 교체가 단순히 컬러, 로고, 조경, 디자인의 변화가 아닌 고객의 삶의 변화에 초점을 맞췄음을 메시지로 전달한다. 이어 두 번째 광고에서는 '생활의 변화'를 주제로 푸르지오를 통해 아침, 산책, 여유, 취미, 저녁의 일상 속에서 '삶 본연의 고귀한 가치(The Natural Nobility)'가 바뀔 수 있음을 나타냈다.