



했고, 총 누적관람객 수는 1만6000여 명에 달한다. 이번에 부산에서 개최된 동서커피클래식에는 1400여 명의 부산시민이 참석해 성황을 이뤘다.

[아모레퍼시픽] '2019 핑크런' 1만여 명 참가



아모레퍼시픽은 올해로 19년째 이어지고 있는 '핑크런' 행사를 통해 38억 원이 넘는 기부금이 모여 유방암 환자와 유방암 검진 지원에 활용했다고 밝혔다. 아모레퍼시픽이 한국 유방건강재단과 함께 주최하는 '2019 핑크런은 지난 10월 13일 서울 여의도 공원에서 1만여 명이 참가한 가운데 진행됐다. 이날 핑크런에는 라네즈 브랜드 모델인 배우 김유정 씨 등이 참가해 유방암 환자와 핑크런 참가자의 건강을 기원하며 기부금을 전달했다. 참가자들은 한국유방건강재단에서 마련한 유방 자가검진 강좌와 유방암 무료 검진 부스에서 유방건강에 대한 정보도 체험했다.

[동아제약] 화장품 브랜드 파티온 론칭



동아제약(대표이사 사장 최호진)이 '파티온(FATION)'이라는 브랜드를 내걸고 더마(Derma) 화장품 시장에 뛰어 들었다. 동아제약의 독보적인 피부과학으로 탄생한 파티온은 기존의 더마화장품과는 차별화된 방법으로 제작된 TV광고를 온에어했다. 흔히 '더마화장품 광고'하면 떠올리는 원료, 효능·효과 중심의 메시지 틀을 깬 파티온 TV광고는 피부 스트레스의 원인과 케어를 2030 여성의 일상에서 인사이트를 찾아 시크하고 액티브하게 보여준다.

[롯데주류] 전지현과 함께한 클라우드 새 광고

롯데주류가 배우 전지현을 모델로 '클라우드' 새 광고를 선보였다. 이번 광고는 100% 발효 원액으로 만든 '클라우드'의 제품 속성을 강조하며 풍부한 맛과 거품의 '클라우드'를 음미하는 내용을 담고 있다. 롯데주류 관계자는 "클라우드의 고급스러운 이미지를 살리면서 제품 속성을 직관적으로 보여주기 위해 애쓴 광고"라며



"클라우드의 1대 모델 전지현과의 재결합으로 광고를 온에어하며 다양한 마케팅 활동을 펼쳐나갈 계획"이라고 말했다.

[동부건설] 센트레빌, 정우성 모델로 신규 광고 캠페인



올해 창립 50주년을 맞이한 동부건설이 '센트레빌'의 TV 광고 캠페인을 시작했다. 이번 광고는 배우 정우성을 모델로 기용, 건축잡지를 통해 멋있고 보기 좋은 곳을 '아는 것과 직접 살아보는 것'의 차이를 강조하며, '센트레빌에 사는 일상의 남다른 프리미엄(Different Premium)'이라는 메시지를 전달하고 있다.

[코카-콜라] 스프라이트 새광고 인기



스프라이트가 새로운 모델 헤리와 함께 'Sprite & Meal' 캠페인을 선보였다. 광고에서는 레스토랑에서 음식을 즐기던 친구들과 함께 스프라이트 건배로 분위기를 업시키며 맛있는 식사를 즐기는 헤리를 통해 스프라이트와 함께 하는 행복한 시간을 표현하고 있다.

헤리는 특유의 쾌활한 매력으로 스프라이트와 함께 즐기는 맛있는 식사를 통해 매일 쌓여가는 일상의 피로와 스트레스를 쿨하게 해소하는 모습을 보여주었다.

[포스코] 경영이념 '기업시민'을 담은 광고 눈길

포스코가 실천적 경영이념 '기업시민'을 주제로 한 새로운 TV광고 '기업, 시민이 되다'편을 선보여서 눈길을 끌고 있다. 포스코의 기업시민은 기업경영활동 전반에서 모든 이해관계자와 더불어