

행복한 '올림'

본상 2편·최우수상 4편...총 6개 작품 수상 영예

스포츠동아 광고대상이 9회째를 맞았다. 올해도 뛰어난 콘텐츠와 디자인, 혁신적인 아이디어로 독자들의 눈과 귀를 사로잡은 우수 광고 6편을 수상작으로 선정했다. SK텔레콤의 '연결 그것은 해결'이 본상 기업PR상을 받았으며, 코웨이 '라이프케어 솔루션 IO Care'가 본상 크리에이티브상을 받았다. 아모레퍼시픽 '아이오페 맨 바이오 에센스', 롯데리아 '아메리치노', 롯데칠성음료 '멜론트 파머스 주스바', 에이치피케이 'G488'은 각각 최우수상에 선정됐다.

뛰어난 콘텐츠·혁신적 아이디어와 디자인...올해도 '감동의 3박자' SKT '연결 그것은 해결' 코웨이 '라이프케어 솔루션 IO Care' 본상 롯데리아 '아메리치노' 에이치피케이 'G488' 등 4편 최우수상 선정



2016 스포츠동아 광고 대상

수상명	업체명	수상작
본상 기업PR상	SK텔레콤	연결 그것은 해결
본상 크리에이티브상	코웨이	라이프케어 솔루션 IO Care
최우수상	아모레퍼시픽	아이오페 맨 바이오 에센스
	롯데리아	아메리치노
	롯데칠성음료	멜론트 파머스 주스바
	에이치피케이	유니크한 스타일에 스머든 따뜻한 G488

본상-기업PR상

SK텔레콤

| 연결 그것은 해결

세상 모든 것을 잇겠다... '초연결 시대' 비전 담아



윤용철 PR실장

사람과 사람의 연결을 넘어 사람과 사물, 그리고 사물과 사물을 연결하는 '사물인터넷'(IoT) 기술은 더 이상 미래의 기술이 아니라 지금 우리의 삶 속에 실재하는 생활의 한 부분이 되어가고 있습니다. 이러한 생활의 변화는 우리 사회의 근간을 바꿔놓았습니다. 이전 같으면 전혀 관계없었던 두 대상이 IoT 기술을 만나 시너지를 발휘하고, 이제껏 풀지 못했던 일상의 수많은 문제를 해결하는 등 소비자의 생활 속에서 새로운 가치를 만들어 나가는 모습은 '연결'이 지닌 무한한 가능성을 보여주고 있습니다.

초연결 사회로의 진입을 향해 노력하고 있는 SK텔레콤은 우리가 가진 '연결의 기술'을 통해 더 많은 사람들에게 전례 없던 기회를 제공하고, 행복과 기쁨을



공유해야 한다는 막중한 책임감을 가지고 있습니다. 이러한 배경에서 SK텔레콤은 지난 2015년을 시작으로 '연결의 가치' 무한한 능력'을 보여주는 '연결의 힘' 캠페인을 전개하고 있습니다. 이번

스포츠동아 기업PR상을 수상한 '연결 그것은 해결' 편은 연결의 시대 속 SK텔레콤의 의지와 비전을 잘 담고 있습니다. 사람과 동물, 가전제품 등 우리의 일상 생활 속에서 쉽게 찾아 볼 수 있는 다양한 대상들을 라인 드로잉으로 연결하여 세상의 모든 것을 연결해 나가겠다는 메시지는 물론, '연결'이 가진 무한한 능력을 통해 삶의 기쁨으로까지 연결하겠다는 의지를 담고 있습니다. 지난 30여년간 그 누구보다 더 빠른 연결, 더 넓은 연결을 만들어 온 것처럼, SK텔레콤은 앞으로 초연결 사회를 리드하는 대표 기업으로서의 노력을 더 하고, 그 연결로서 더 많은 가능성이 실현되고 사람과 누구나 그 가치를 함께 누릴 수 있도록 혁신과 동행의 노력도 게을리하지 않을 것입니다. 끝으로 저희 SK텔레콤에 수상의 영광을 주신 스포츠동아 관계자 여러분과 광고대상 심사위원 여러분께 깊은 감사의 말씀을 전합니다. 감사합니다.

본상-크리에이티브상

코웨이

| 라이프케어 솔루션 IO Care

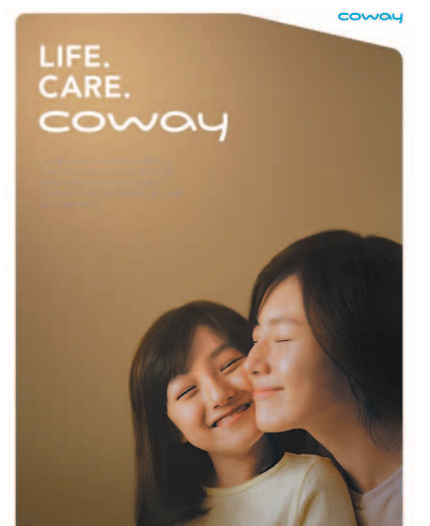
집안의 건강한 순환...라이프케어 방향성 제시



박용주 마케팅본부장

코웨이의 '라이프케어, 코웨이' 캠페인이 스포츠동아 광고대상 수상작으로 선정된 것에 대해 진심어린 감사의 말씀을 드립니다.

코웨이는 깨끗한 물과 공기를 제공하는 일을 넘어, 깨끗한 환경과 건강한 생활 습관을 만드는 워터케어, 에어케어, 바디케어, 슬립케어의 라이프케어(Life Care)를 통해 고객 삶의 질을 높이고, 행복을 추구하기 위한 새로운 브랜드 비전인 'COWAY=The Life Care Company'를 정립했습니다. 이러한 비전을 고객 여러분들과 함께 공유하고, 더 라이프케어 컴퍼니로서의 코웨이



가 소비자와 교감하고픈 브랜드까지 및 브랜드 약속을 전달하고자 2016년 '라이프케어, 코웨이' 캠페인을 두 편의 시리즈물로

기획해 커뮤니케이션했습니다. 우리 삶을 구성하는 집안의 모든 환경이 서로 연결되고 순환될 수 있도록, 그래서 집이라는 지구가 최적인 별이 될 수 있도록 케어하는 '집이라는 지구편', 고객의 작은 행동 하나까지 살피고 분석해서 고객에게 딱 맞춰진 케어를 제공하겠다는 '가족이라는 인류편'을 통해 코웨이가 지향하는 라이프케어의 핵심 방향성을 제시했습니다

앞으로도 코웨이는 기본적인 것이지만, 제대로 누려야 할 깨끗한 물과 공기, 편안한 수면을 위한 맞춤형 케어 솔루션을 통해 고객이 더 건강하고 활기찬 삶을 누릴 수 있도록 늘 고객의 삶과 함께 하는 브랜드가 될 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 감사합니다.

"SKT 연결 메시지...완성도 뛰어나 코웨이 '라이프케어' 따뜻함 넘쳐"

심사평

김광규 심사위원장



김광규 심사위원장

스포츠동아는 독자들이 선호하는 신문으로, 스포츠에 대한 열망과 기대에 부응하기 위한 목적으로 올해의 최고 광고작품을 선정, 국내 기업의 광고 산업발전과 함께 올바른 광고 문화 창달에 기여하기 위해 광고대상을 제정했습니다.

완성도 및 기획력, 참신성 및 아이디어, 적합성 및 수용성을 심사 평가항목으로 해 SK텔레콤, 코웨이, 롯데칠성음료, 허시파피, 롯데리아, 아모레퍼시픽 등 심사위원단의 엄정한 심사기준에 의거해 총 6개 기업 광고를 2016 제9회 스포츠동아 광고대상에 선정하게 됐습니다.

기간산업의 구조조정과 복핵 위형, 대통령의 최순실 국정농단사건에 따른 국가리더십의 상실, 예상 밖의 미국 대선 결과, 수출둔화 등 대내외적인 많은 악재 여파가 불황과 경기침체로 이어지고 있어 전반적으로 기업의 광고 마케팅활동도 위축돼가고 있는 것이 현실입니다.

여러가지 급변하는 시장과 광고환경은 광고가 기업의 마케팅수단으로 넓은 의미의 수요를 창출하고 생산을 증가시키는 요인으로 작용하고 있습니다. 따라서 기업은 광고를 통해 기업과 제품, 브랜드에 대한 독특하고 차별화된 가치를 강조하면서도 기존에 수용된 문화와의 접점인 트렌드를 예측해 광고크리에이티브 콘셉트로 승화시켜 표현해낸 주목을 높은 광고가 요구되는 시점입니다.

우수한 신문광고 크리에이티브란 광고를 통해 효과가 나타날 수 있도록 강력하고 흥미를 유발시켜 광고로 고객 마음 속에 포지셔닝 할 수 있는 경쟁적인 차별점이 있어야 합니다. 우수한 광고메시지는 우연히 발견되는 것이 아니라, 발견에 따른 문제해결에 대한 정보와 욕구 등 진행 과정의 결과에서 비롯된 것입니다. 따라서 광고 크리에이티브에 대한 내용이 나 표현도 이해하기 쉽고 친밀하다고 소비자가 느낄 때 마음 속에 광고메시지를 이해하고 설득되는 것입니다. 소비자들은 광고메시지가 자신이 동의할 수 있는 사실에 근거해 만들어졌을 때 더욱 긍정적으로 반응하게 됩니다.

특히 2016 제9회 스포츠동아광고대상에 선정된 SK텔레콤의 '연결 그것은 해결'이라는 헤드라인 광고는 통신의 '연결과 해결'에 대한 소통이 사람을 위한 기술이라는 '연결의 힘'을 통해 단순화 시킨 일러스트와 차별화된 강력한 광고메시지로 경쟁적인 특징점을 단순 시각화시켜 크리에이티브로 표현해낸 마케팅 지향의 완성도와 기획력이 뛰어난 주목을 높은 광고였으며, 코웨이 'Life care Coway'라는 슬로건 광고는 깨끗한 환경과 건강한 생활습관을 만드는 라이프케어 컴퍼니로서 소비자와 교감하고



23일 이수갑 홍익대 디자인 영상학부 교수, 이승욱 스포츠동아 광고마케팅국장, 김광규 한국브랜드협회장(왼쪽부터)이 서울 광화문 스포츠동아 회의실에서 2016 광고대상 후보작들을 심사하고 있다. 김진환 기자 kwanghun00@donga.com

싶은 기업이미지와 브랜드 비전을 제시한 감성적인 광고였습니다. 롯데칠성음료의 '멜론트 파머스 주스바' 광고도 플로리다에서 생산된 생오렌지를 생산자가 직접 프레스트 기법으로 착즙해내는 과정을 시각화 시켜 농장에서 온 프레스트 주스가 신선한 제품이라는 이미지를 설득력 있게 감성적으로 소구 표현해낸 완성도 높은 광고였고, '클래식에 깃든 편안함'의 슬로건과 함께 표현한 허시파피 광고도 젊은이들이 어떠한 의상에도 격조 높은 품위와 조화를 이룬다는 메시지를 담고 있는 기획력이 돋보이는 우수한 광고였습니다.

또 롯데리아의 '아메리치노' 커피광고도 지명도 높은 모델인 조인성을 통해 제품의 우수성을 감성적으로 소구해 낸 마케팅 지향의 광고였으며, 아모레퍼시픽 '아이오페' 광고도 '남자 피부를 위한 에너지 충전완료'라는 광고 메시지를 건전지 안에 제품을 충전상태로 부각시켜 표현해 주목하게 만든 경쟁력 높은 우수 광고였습니다.

스포츠동아의 지면광고는 특히 획기적인 광고편집과 디자인으로 독자들에게 주목을 높이고 광고의 효과를 배가시킬 수 있다는 경쟁적인 차별점을 갖고 있어 광고주들이 선호하는 매체입니다. 스포츠동아가 2016 제9회 스포츠동아 광고대상을 주관해 광고가 기업과 소비자 간의 커뮤니케이션 도구와 수준을 넘어 생활 전반에 걸쳐 비중 있는 대중문화로 인정받고 있는 가운데 우수하고 탁월한 광고작품을 제2명하고 유능한 광고인을 격려, 고무함으로써 국내 광고 산업의 발전과 올바른 광고 문화 창달에 크게 기여할 것으로 생각됩니다.

- 2016 스포츠동아 광고대상 심사위원 김광규 심사위원장(사)한국브랜드협회장 이수갑 홍익대 광고홍보학과 교수 이승욱 스포츠동아 광고마케팅국장