

“아직도 PPL 몰래 해? 우린 대놓고 홍보한다”

(간접광고)

MBC 드라마 '꼰대인턴' PPL 화제 기획 단계부터 '핫담면' 출시 준비 예능 '텔레그나' 소재로 PPL 활용

연기자도, 시청자도 보기에 민망한 PPL(간접광고)은 이제 '안녕'이다. 연기가 뜬금없이 브랜드 로고가 박힌 물병을 들며 마시거나 아무런 맥락 없이 안마 의자에 앉아 "시원하다" 외치는 시대는 지나갔다. 각종 드라마와 예능프로그램이 PPL을 숨기지 않고, 심지어 소재로 활용하면서 신선함과 수익을 동시에 노리고 있다.

●드라마 기획부터 '라면 출시' 준비

5월 방송 예정인 MBC 수목드라마 '꼰대인턴'은 PPL로 벌써 화제를 모으고 있다. 극중 라면 회사에 다니는 박해진이 '핫담면'을 개발해 부장으로 초고속 승진하는 과정에서 라면이 중요한 소재로 등장한다. 최근 공개된 예고 영상에서 큼지막하게 나올 정도로 극중 존재감이 남다르다.

제작사이자 방송사인 MBC는 드라마 기획 단계부터 '핫담면'의 출시를 준비하기도 했다. 라면을 만들어 파는 극중 캐릭터들에 현실감을 부여할 수 있는 좋은 장치가 될 수 있다는 판단에서다. 기존의 라면 회사와 협업하지 않고 자체적으로



5월 방송하는 MBC 드라마 '꼰대 인턴'의 주연 박해진이 '핫담면' 상자 앞에 앉아 있다. 최근 드라마 제작진은 예고편으로 화제를 모은 '핫담면'의 실제 상표권 등록을 마쳤다. 사진제공 | 마운틴무브먼트

으로 제품을 내놓고 유통한다는 게 흥미롭다. 5월 말 판매에 앞서 제품명과 라면업 영화 제작자들은 생각을 같이 했다. 하지만 OTT 플랫폼만을 위한 콘텐츠 제작과 유통 방식이 정착할 것인지에 대해서는 의견이 엇갈렸다.

주인공인 연기자 박해진도 제품 출시에 필요한 초상권을 제공하고 '핫담이'와

광고를 찍는 등 적극적으로 협조했다. 광고 분량은 극에 녹여내 재미를 더할 계획이다. '꼰대인턴'의 한 관계자는 21일 "최근 드라마들이 기획 과정에서부터 제품 출시 등 다양한 PPL을 자연스럽게 녹일 방법을 고민하는 추세"라고 밝혔다.

●예능 소재가 된 PPL

25일 방송하는 SBS 예능프로그램 '텔레비전에 그게 나왔으면'은 PPL을 아예 소재로 삼았다. 개그맨 유세운, 양세형, 장도연 등이 기존의 제품들을 '대놓고' PPL을 하는 과정을 그린다. 최근 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 힘든 중소기업들의 제품들을 홍보해 판매를 이끌고, 그 수익을 기부하기로 했다. 연출자 김정옥 PD는 21일 "시청자들이 불편해했던 PPL을 즐거움으로 승화시키면서 다양한 소재를 시도할 기회로 본다"고 밝혔다.

SBS '맛남의 광장'이나 KBS 2TV '펜스토랑'도 변복하는 PPL로 눈길을 끈다. '맛남의 광장'은 전복 사과, 강릉 못난이 감자 등 홍보가 필요한 지역의 농수산물로 음식 메뉴를 개발해 실제 판매율을 높이는 효과를 얻었다. '펜스토랑'은 한 편의점 업체와 제휴해 연예인들이 개발한 메뉴가 정식 판매 상품이 되기까지의 과정을 프로그램에 담았다. '이경규 마장면' 등이 인기리에 판매됐다.

이 같은 방송가의 과감한 PPL은 하나의 트렌드로 자리 잡을 전망이다. 김정옥 PD는 "시청자들이 하나의 소재로 인식할 만큼 PPL을 자연스럽게 받아들이고 있다"며 "광고주와 방송사, 제작진도 개발한 PPL에 긍정적이라 앞으로도 이런 흐름이 지속될 것"이라고 말했다.

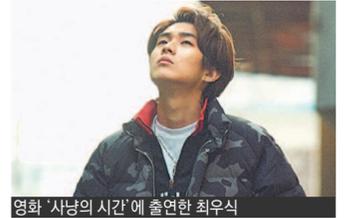
유지혜 기자 yjh0304@donga.com

연예

11

2020년 4월 22일 수요일

스포츠동아



영화 '사냥의 시간'에 출연한 최우식

최우식, OTT 타고 세계로 기생충 이어 사냥의 시간...인지도 UP

배우 최우식이 온라인 동영상 서비스를 등에 업고 글로벌 무대에서 인지도를 쌓아 간다. 주연 영화가 잇따라 OTT를 통해 공개되면서 새로운 활동 무대를 열고 있다.

최우식은 영화 '사냥의 시간'을 23일 넷플릭스를 통해 공개하면서 또 다른 주연 이제훈, 박정민, 안재홍과 함께 전 세계 190여 개국 시청자와 만나는 기회를 얻었다. '사냥의 시간'이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 극장 개봉을 포기하고 넷플릭스로 직행한 데에는 작품의 경쟁력 등 여러 요인이 있지만 최우식의 존재감도 적지 않은 영향을 미친 것으로 알려졌다. 영화의 한 관계자는 21일 "북미와 유럽을 강타한 영화 '기생충'의 주인공이란 점에서 최우식의 신작이라는 마케팅 포인트가 해외 프로모션에도 주요하게 쓰일 것이다"고 밝혔다.

이와 함께 최우식은 '기생충'으로 OTT 시장에서도 여전히 두각을 나타내고 있다. 특히 이달 8일 미국 OTT 홀루에서 공개된 '기생충'은 불과 일주일 만에 역대 영화 조회 수 2위(홀루 자체 집계)에 올랐다. 봉준호 감독은 물론 송강호 등 출연진도 화제이지만 작품을 관통하는 주인공 최우식을 향한 관심도 뜨겁다. 인지도 상승은 해외 진출로도 이어진다. 최우식은 '기생충'의 북미 흥행 돌풍에 힘입어 아카데미 작품상을 받은 '문라이트' 제작사로부터 리브콜을 받고 할리우드 영화 '전생' 출연 관련 일정을 논의하고 있다. 이혜리 기자 gofi1024@donga.com

“콘텐츠 산업 또다른 기회” vs “투자자 만족시킬지 의문”

찬반 엇갈리는 영화의 OTT 직행

(온라인 동영상 서비스)

영화 '사냥의 시간'이 23일 넷플릭스를 통해 전 세계 동시 공개된다. 극장 개봉 계획을 잡고 온라인 동영상 서비스(OTT) 넷플릭스로 직행해 해외 판권 판매사와 법적 분쟁까지 겪는 등 진통을 거친 뒤다. 이에 영화계 안팎이 시선이 쏠린 가운데 향후 이 같은 방식이 또 다른 영화 기획·제작 및 유통의 유풍 경로로 자리 잡을지 여부도 주목된다.

●“또 하나의 플랫폼” VS “아직 이르다”

'사냥의 시간'은 극장 관객이 크게 줄어

드는 등 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 인한 특수한 경우라는 데 현업 영화 제작자들은 생각을 같이 했다. 하지만 OTT 플랫폼만을 위한 콘텐츠 제작과 유통 방식이 정착할 것인지에 대해서는 의견이 엇갈렸다.

영화 '남한산성'의 제작자 나경찬 인벤트스톤 대표는 21일 "새로운 플랫폼에 맞는 콘텐츠가 계속 나올 것"이라면서 "제작비 규모나 아이템이 중요한 기준이 되지 않겠느냐"고 내다봤다. '신과함께' 시리즈의 원동원 리얼라이즈퍼픽스 대표는 "콘

텐츠 공급자들에게는 또 다른 기회일 수 있다"고 말했다. 익명을 요구한 제작자 A씨는 "OTT가 새로운 문화적 매체로 자리잡아가고 있는 시점이다"고 긍정적 입장을 드러냈다.

시각상조라는 의견도 만만치 않다. 최정화 한국영화프로듀서조합 대표는 "2017년 넷플릭스 영화 '옥자' 이후 극장 개봉 원칙이 흔들리는 상황에 대한 본격적인 논쟁이 시작됐지만 여전히 혼란스럽다"면서 "OTT만을 위한 영화 제작 방식이 정착하기에는 아직 이르다"고 밝혔다.

이름 밝히기를 거부한 또 다른 제작자 B씨는 "OTT 특화 콘텐츠가 해당 플랫폼의 제작비 투자 의지를 만족시킬 만한 것인지 여부는 장담하기 어렵다"면서 시각상조라는 생각을 드러냈다.

●“문화적 공간으로서 극장은 여전히 중요”

극장은 어떻게 될까. 제작자들은 대규모 흥행을 통한 수익을 무시할 수 없다면서 극장 개봉 영화가 꾸준히 나올 것이라고 입을 모았다. 원동원 대표는 "제작비와 일정한 개런티를 받기 위해 흥행을 포기한다면 모를까, 그렇지 않다면 극장은 유력한 플랫폼 품이다"고 밝혔다. 제작자 B씨는 "극장에 가서 한 편의 영화를 보는 행위는 중요한 일상의 문화"라면서 "여전히 그 문화적 의미는 유효하다"며 힘을 주었다. 결국 극장은 단순한 물리적 공간이 아니라 비교적 적은 금액으로 2시간여 콘텐츠를 즐길 수 있는, '가성비' 높은 문화적 향취의 공간으로서 중요하다는 데 제작자들은 의견을 같이 했다.

윤여수 기자 tadada@donga.com

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com

GENPAPA 젠파파 COMFORT SHOES

"비교할 수 없는 편안함"

천연소가죽 시험성적서
KATRI NO : STHE19-0000272

70% OFF



모델명

젠파파-B (다크브라운)
재질: 천연소가죽

NAVER 7월4일부터 진수테크쇼핑은 7월4일

정통 유럽브랜드 "통가족 젠파파 컴포트화"

소프트한 천연소가죽 외피, 완벽한 통풍, 강력한 미끄럼방지, 유럽풍 디자인

불편한 신발 때문에 고민이라면 발이 편한 젠파파가 최선입니다!

정통 유럽 브랜드 젠파파가 새로운 감각의 컴퍼트화를 출시하였다. 부드러운 외피와 완벽한 통풍성에 강력한 미끄럼 방지 기능을 탑재한 컴퍼트화다. 기존의 신사와와는 비교도 안 될 만큼 강한 내구성을 겸비하였고 디자인 또한 유럽풍으로 세련되고 수려하다. 극단적으로 부드러운 외피는 발을 부드럽게 감싸주는 신은 듯 안 신은 듯 발에 감기는 착화감이 압권이다. 새로운 신발은 발에 잘 맞질 않아 얼마간 신어야 비로소 발에 맞춰지지만 젠파파 컴퍼트화는 처음 신는 사람도 오랜 시간 신는 신발처럼 발에 잘 맞는다. 유럽풍 디자인은 어떤 복장에도 잘 어울리며 다크 브라운의 외피 색상은 중후하고 우아한 패션을 만들어 준다. 청소년부터 노년층까지 편안하게 신을 수 있는 것이 젠파파의 장점이다. 젠파파 컴퍼트화는 내구성이 뛰어나서 기존의 제품들과는 완벽하게 차별된다. 밑창과 외피로 이어지는 부분은 꼼꼼한 손

바느질로 강력하게 연결되어 파손이나 훼손의 염려가 없어 장기간 신을 수 있다. 또한 밑창은 잘 닳아지지 않는 특수 러버창을 채택하여 빗길이나 눈길에서도 미끄럼없는 안전한 보행을 만들어 준다. 강력한 밑창은 과격한 움직임이나 거친 장소에서 보행을 할 경우에도 발을 보호해 주고 충격을 완화시켜준다. 젠파파 컴퍼트화는 발의 모양이 좋지 않아 기성화를 신기 힘든 분들에게 매우 유용하다. 부드러운 외피는 발의 모양대로 감싸주기 때문에 어떠한 형태의 족형에도 마치 맞춤화처럼 잘 맞아 발이 불편하지 않은 것이 특징이다. 발이 편한 젠파파 컴퍼트화는 장시간 보행을 하여도 발이 피곤하지 않고 발이 편해 일상화에서 작업과 및 여행, 야외활동 시에도 전혀 불편함이 없다. 2020 런칭기념으로 파격적인 이벤트가 진행중으로 놀라운 가격으로 구입이 가능하다. 발관리가 중요한 특정 직업을 가진 분들에게도 2020 젠파파 컴퍼트화를 강력 추천드린다. 색상은 블랙, 다크브라운 2가지 색상이 있으며, 파격 할인 이벤트 기념으로 선착순 100부에게 무료배송으로 진행되고 있다.



모델명
젠파파-A (블랙)

기준가: 168,000원
파격가: 49,800원 (택배비 무료배송)
사이즈 245 / 250 / 255 / 260 / 265 / 270 / 275 mm

※ 특가 행사 제품으로 주문량이 폭주하여 배송이 지연될 수 있음을 양지하여 주시기 바랍니다.

인터넷주문 : www.j1234.co.kr

제품문의: 1566-1788 (주말, 공휴일 주문가능)
입금계좌: 우리은행 / 1005-301-396749 (주진수테크)