

알아두면 쓸모있는 브랜딩 뉴스



B R A N D  
O P E N  
N E W S  
D I G E S T

Vol. 252





두고두고 보고



두고두고 먹고



두고두고 즐기고



두고두고 쉬고



두고두고 느끼고

## 경남관광 브랜드 슬로건 BI 확정

경남관광만의 특징과 매력을 표현한 관광브랜드 슬로건

경남관광 브랜드 슬로건 ‘두고두고! 경남!’의 BI 시안이 확정됐다. 운영호 경남관광협회 회장은 “지자체마다 시·군정 슬로건은 있지만, 관광을 주제로 한 브랜드 슬로건은 드물다”며, “두고두고라는 뜻처럼 많은 관광객들이 우리 경남을 계속 찾을 수 있도록 협회에서도 다방면으로 노력하겠다”고 말했다. 이재철 경남도 관광진흥과장은 “선정된 디자인은 경남관광 누리집, 누리소통망(sns)에 게시하여 도민들이 자유롭게 사용하도록 하고, 관광 안내책자·지도 등 각종 홍보물에 활용할 계획이다”라고 밝혔다. 한편, 경남도는 타지역과 다른 경남관광만의 특징과 매력을 잘 표현할 수 있는 관광브랜드 슬로건 개발을 위해, 지난해 전 국민 공모로 ‘두고두고! 경남!’을 선정했다. ‘꼭 방문해야 하는 경남! 두고두고 오랫동안 방문하고 싶은 경남’이라는 뜻을 담고 있다.



일상속 즐거운 여행  
안성이 안성맞춤

## 안성시, 관광슬로건 및 BI 개발

누구나 쉽게 찾아 체험과 힐링을 누리고 다시 방문하고 싶은 관광지의 이미지 담아

안성시는 포스트 코로나시대에 맞춰 누구나 쉽게 찾아 체험과 힐링을 누리고 다시 방문하고 싶은 관광지로의 안성의 이미지 도출을 위해 관광슬로건 및 디자인을 개발했다고 밝혔다. 시는 ‘단기간’, ‘근거리’, ‘생활권 내’의 관광을 선호하는 최근 관광·여가 트렌드를 반영해, 안성시 관광슬로건으로 ‘일상 속 즐거운 여행 안성이 안성맞춤’을 제시했다. ‘일상 속 즐거운 여행 안성이 안성맞춤’은 경직되고 침체된 사회 분위기에 안성시만의 매력으로 일상의 활기와 생동감을 부여해, 생활지역 중심의 여가생활과 소규모의 맞춤형 여행으로 사회적 거리두기를 실천하며 여행을 즐기는 분위기를 반영했다. 현재 시는 관광슬로건에 걸맞은 일상 속 힐링 여행을 제공하고자 개별여행객을 위한 안성관광택시, 비대면 여행을 위한 스마트 전자지도와 스마트 해설시스템 구축, 지역주민의 관광 사업을 지원하는 안성형 관광두레사업 등을 추진 중이다. 김보라 안성시장은 “안성시민 뿐만 아니라 방문객들 모두가 마음이 편안한 안성에서 좋은 사람과 더 편하게, 더 가볍게, 일상에서 즐기는 힐링 여행을 할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 전했다.

# 프리티.

## 인스코비, 알뜰폰 '프리티모바일' BI 변경

'나만의 매력적인 통신생활, 프리티' 슬로건으로 알뜰한 소비자의 똑똑한 통신생활을 표현

인스코비는 자회사 프리텔레콤과 함께 운영하는 알뜰폰 브랜드 프리티(freeT) 브랜드 이미지 강화를 위해 브랜드아이덴티티(BI)를 변경했다. 최근 알뜰폰은 '합리적인 소비'라는 인식에 따라 가입자가 늘어나고 있다. 게다가 알뜰폰 성장 촉진제가 된 자급제폰도 활발하게 보급되고 있어 알뜰 요금제를 찾는 수요가 급증하고 있다. 이에 프리텔레콤은 스마트한 통신생활의 스토리를 담아 BI를 새롭게 개편했다. 비싼 통신비를 벗어나 통신비 자유를 뜻하는 'Free'와 통신을 의미하는 'T'를 결합한 '프리티'는 알뜰한 모바일 통신생활의 최고 정점을 의미하는 마침표(.)와 중요한 부분에 밑줄을 긋는 하이라이트 형태로 새로운 BI를 표현했다. 나아가 '나만의 매력적인 통신생활, 프리티'라는 슬로건으로 알뜰한 소비자의 똑똑한 통신생활을 표현했다. 프리텔레콤 관계자는 "프리티가 국내 최초 통신3사의 망을 서비스 했으며, 현재도 다양한 사용층에 맞는 맞춤형 알뜰요금제를 지속적으로 개발중"이라며 "앞으로도 통신생활의 가치를 높이는 고객 중심의 서비스로 성장해 나갈 것"이라고 말했다.



## 고양시 '세계태권도품새선수권대회' 엠블럼·마스코트 발표

### 고양시 정체성과 태권도 상징성 형상화

고양시가 '2022 세계태권도품새선수권대회' 엠블럼, 슬로건, 마스코트를 발표했다. 엠블럼은 고양의 영문이니셜 'GY'에 태권도의 발차기를 연상시키는 Y를 혼용해 고양시의 정체성과 태권도의 상징성을 형상화했다. 슬로건은 시민 공모전을 통해 접수된 문구 중에서 'Go Future with Fists & Feet'(두 손과 두 발로, 미래를 향해가자!)가 선정됐다. 마스코트는 SC고양 캐릭터인 '건이·강이'와 고양시 대표 캐릭터인 '고양고양이'를 활용해 제작했다. 시는 이번에 발표한 엠블럼, 슬로건, 마스코트 등 상징물을 대회 홍보 시 적극 활용할 계획이다. 고양시 세계태권도대회추진단 이재천 단장은 "이번 대회는 고양시가 글로벌 스포츠 산업도시로 도약할 수 있는 좋은 기회"라며 "대회의 성공적 개최 및 진행을 위해 전력을 다할 것"이라고 밝혔다. 70여 개국 2000여 명이 참가할 것으로 예상되는 '2022 세계태권도품새선수권대회'는 내년 4월 고양시 킨텍스에서 열릴 예정이다.



## 해양경찰 과학수사 CI, 국민의 손으로 탄생

과학수사의 정확성과 신뢰감, 파도 형상화한 최정현씨 작품 대상 선정

해양경찰청은 지난 3월부터 실시한 공모전에서 최종 선정된 해양경찰 과학수사 대표 이미지(CI)를 6일 공개했다. 이번 공모전은 검경 수사권 조정 후 중요해진 해경의 과학수사와 관련해 대표성과 상징성을 갖춘 이미지를 제작하기 위해 실시됐다. 총 61개 작품이 접수돼 1·2차 전문가 심사를 거쳤다. 그 결과 해경 과학수사의 정확성, 신뢰성, 바다의 파도를 형상화한 최정현(42) 씨의 작품이 대상으로 선정됐다. 우수상은 손미영(45) 씨, 장려상은 이광열(40) 씨에게 돌아갔다. 시상금은 대상 300만원, 우수상과 장려상 각각 70만원과 30만원으로 시상자 전원에게 해경청장 상장이 함께 전달됐다. 해경 관계자는 “대상작에 대한 최종 수정 작업을 거쳐 대표 이미지를 발표하게 돼 기쁘다”며 “앞으로 해경 과학수사관의 자긍심을 높이고, 국민에게 신뢰를 쌓아줄 구심점으로서 이미지가 큰 역할을 해줄 것으로 기대한다”고 전했다



## 남부발전, 새 홍보캐릭터 ‘에너지코끼리 가족’

깨끗하고 안전한 에너지 공급이라는 앞으로의 모습을 투영한 캐릭터

한국남부발전은 창립 20주년을 맞아 기업이미지 홍보를 위한 새 캐릭터로 ‘에너지코끼리 가족’을 채택했다고 밝혔다. 남부발전은 이날 부산 본사에서 ‘에코패밀리(EKO Family) 캐릭터 전달과 감사장 수여식’을 개최했다. 이번 캐릭터는 남부발전 창립 20주년을 맞아 부산대 학생(남예민, 이주원)이 기업홍보에 활용해달라며 직접 창작한 홍보 캐릭터를 보내오면서 이뤄졌다. 두 학생이 제안한 에코패밀리는 코끼리를 의인화한 캐릭터로 에코(EKO)에서 ‘E’는 Every, Eco, Energy를, ‘KO’는 코끼리와 KOSPO(남부발전 영문명)의 의미를 담고 무리생활을 하며 서로 돕는 코끼리의 특성을 가족(패밀리)으로 구성해 ‘국민을 위해 청정에너지를 공급하는 한국남부발전’을 표현했다고 남부발전 측은 설명했다. 캐릭터를 디자인은 “표현하는 에너지원에서 ‘탄이(석탄)’, ‘에리(LNG)’, ‘썬이(태양)’, ‘풍이(바람)’로 이름 붙은 에코패밀리는 안정적 전력공급에 이바지한 남부발전의 지금까지 모습과 깨끗하고 안전한 에너지 공급이라는 앞으로의 모습을 투영했다”며 “에코패밀리가 에너지에 대한 바른 가치를 알리는 매개체가 되길 희망한다”고 언급했다.



# 경기복지재단

## 경기복지재단 '14주년' 새 전략·CI 선포

'소통과 혁신으로 함께 만들어 가는 공정한 복지' 새로운 경영 전략의 핵심 미션으로

경기복지재단이 창립 14주년을 맞아 새로운 경영전략과 함께 CI를 선포했다. 복지재단은 '소통과 혁신으로 함께 만들어 가는 공정한 복지'를 새로운 경영 전략의 핵심 미션으로 삼고 '현장과 공감해 경기도민의 복지를 선도하는 전문기관'을 비전으로 앞세웠다. 또 도민과의 소통, 복지 환경 변화에 대응을 위한 혁신 등을 전략 방향으로 제시했다. 새로운 경영전략과 CI를 도민들에게 알리기 위해 복지재단은 유튜브 채널과 페이스북, 인스타그램을 통해 이벤트를 실시한다. 진석범 복지재단 대표이사는 "매 시간 변화하는 환경에 대응하려면 도민들과 끊임없는 소통을 통해 우리가 추구하는 미래상을 담아 방향을 설정해야 한다. 경기복지재단이 수립한 중장기 경영전략을 통해 현장과 더 많이 공감하고 도민들의 복지 기준을 높이는데 최선을 다하겠다"고 밝혔다.





# 대한민국 1호 트램 오륙도선 캐릭터 명칭 ‘미드미’ 로 선정

공모를 통해 최우수작에 김봉진 씨의 ‘미드미’를 선정

부산 남구는 대한민국 1호 트램인 오륙도선에 대한 캐릭터와 명칭 공모를 통해 최우수작에 김봉진 씨의 ‘미드미’를 선정했다고 3일 밝혔다. 이번 공모는 대한민국 1호 트램도시 부산 남구를 홍보하고 주민들의 관심과 참여를 통해 오륙도선 트램에 대한 공감대가 확산될 수 있도록 부산시민 및 부산지역 소재 대학 재학생을 대상으로 실시했다. 지난달 15일까지 접수된 작품 56점을 대상으로, 1·2차 선호도 조사와 3차 심사위원회 심사를 거쳐 최우수 미드미(김봉진), 우수 티원(김용재), 장려 아띠와 해움(김용), 장려 트래미와 친구들(김나령) 등 총 4점을 선정했다. 최우수상 수상작인 ‘미드미’는 믿음을 주는 사람이라는 의미가 담겼다. 무가선, 친환경적이면서 믿고 탈 수 있는 교통수단임을 직관적이고 친근하게 표현했다는 평을 받았다. 남구 관계자는 “‘미드미’와 함께 오륙도선 트램사업의 성공적인 추진을 위해 더욱 더 노력하겠다”고 말했다.

# Hankook & Company



80 YEARS  
OF INNOVATION

## '창립 80주년' 한국엔컴퍼니, 엠블럼 및 미래전략 발표

슬로건 'HANKOOK CREATES THE FUTURE STREAM'을 선보여

한국엔컴퍼니가 창립 80주년을 맞아 엠블럼과 미래 성장 포트폴리오 'S.T.R.E.A.M'을 발표했다.

한국엔컴퍼니에 따르면 'S.T.R.E.A.M'은 그룹의 핵심 진출 분야의 앞 글자를 모아 만들어졌다. 구체적으로 ▲친환경 배터리 및 신재생 에너지(Smart Energy) ▲타이어 및 관련 핵심 산업(Tire & Core biz) ▲미래 신기술 활용 사업 다각화(Rising Tech) ▲전동·전장화 부품, 기술, 솔루션(Electrification) ▲로봇, 물류 등 자동화 및 효율화(Automation) ▲모빌리티 산업 전반(Mobility) 등 여섯 가지다. 한국엔컴퍼니는 '스트림' 단어의 사전적 의미를 활용해 슬로건 'Hankook Creates the Future STREAM'을 선보이며 빠르게 변화하는 트렌드에 맞춰 그룹의 미래 사업 포트폴리오를 확장해 나갈 예정이다. 창립 80주년 엠블럼은 주요 자산의 형상을 숫자 '80'과 함께 시각화했으며 연구개발과 도전으로 양적·질적 성장을 동시에 이루며 성장해 온 성과들을 기념하고 혁신을 통해 지속가능한 성장을 추구하겠다는 의지를 담았다.