



예측 트렌드 Trend Forecasting

스팟 리포타주 : **Creativia**

글: 이성재

자료 :Creativia



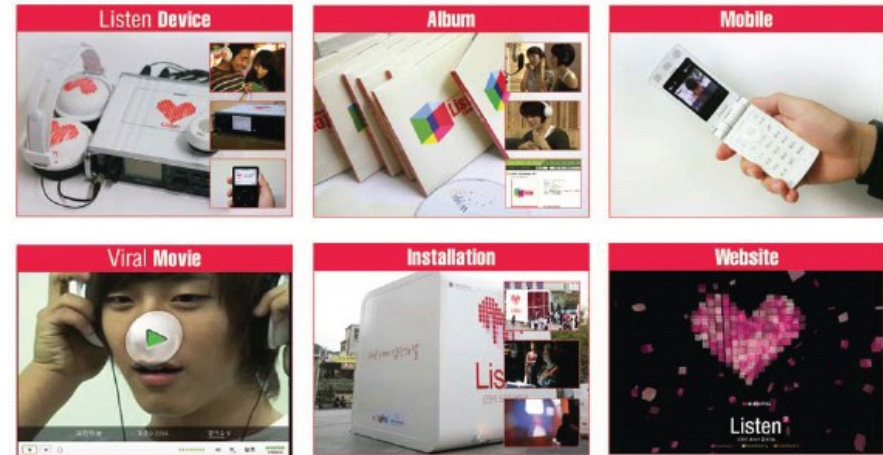
# Creativia

광고 및 시행 대행기업 크리티비아. 젊음과 패기, 그리고 창조성을 무기로 성장하고 있으며, 칸 국제광고제에서 수상하는 등 큰 주가를 올리고 있다. 앞으로는 상대적으로 움직임이 둔한 대기업 보다는 소규모의 스튜디오 형식의 그룹의 발전성이 더 큰 시대에, 크리티비아를 주목해 본다.



젊은 대표와 젊은 인재들로 구성된 젊은 기업 크리티비아를 소개한다. 사무실은 서울 역삼동의 한 골목길 위치하고 있다. 젊은 패기와 톡톡 튀는 신선한 아이디어로 광고 및 시행 업계에 3년전 발을 들여 놓았다. 하지만 아직 너무 젊다는 이유로 힘든 시기를 보내기도 하였지만 실력으로 국내 뿐만이 아닌 해외에서도 인정을 받기 시작하면서 그 입지가 넓어지고 있다. 최근 크리에티비아는 국제 광고제에서도 국내 최초로 수상하면서 주목을 받고 있다

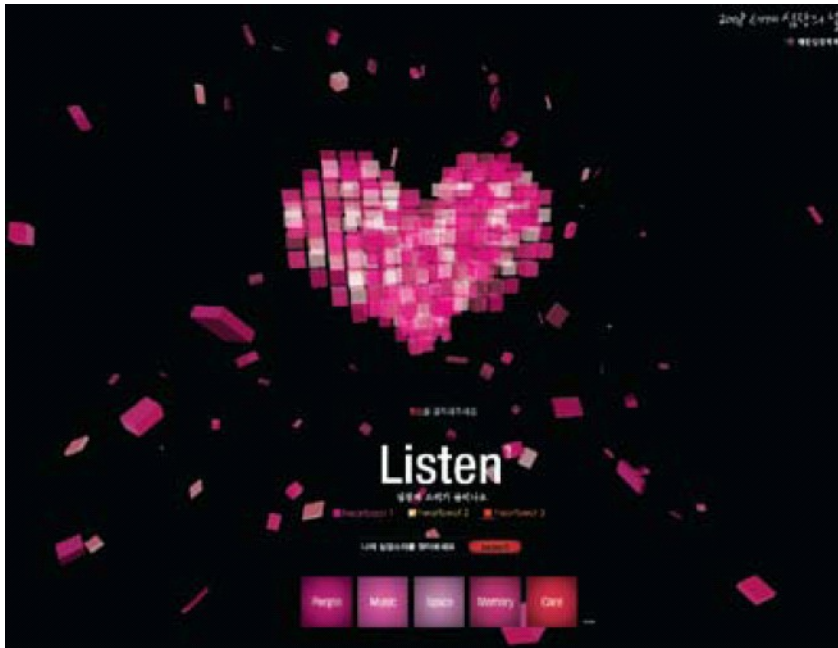




## ‘Listen’

자신의 심장소리를 들어 봄으로써 자신의 심장 건강에 대해서 관심을 갖게 한다는 컨셉의 공익 캠페인이다. 심장소리를 검사를 받기 위한 병원이 아닌 즐거움이 있는 일상 공간 속의 페스티벌 속에서 들을 수 있도록 함과 동시에 미디어 아트 및 mp3파일로의 저장, 웹과의 연동으로 새로운 경험을 제시하였다. 총 6가지 콘텐츠가 있으며 심장 소리를 들을 수 있는 전자청진기, 심장소리를 컨셉으로 한 뮤직 앨범, 또 자신의 심장소리를 모바일로 전송할 수 있도록 한 연동성. 이 모든것을 동영상으로 담아 자신의 블로그 및 홈페이지에 등록 할 수 있도록 많은 인터랙션을 선사하여 주목을 받은 캠페인이다.





### ‘Listen’ 캠페인 홈페이지

Listen Campaign의 홈페이지로 Listen Device를 통하여 모아진 심장소리를 웹이라는 공간에서 들을 수 있도록 제시하는 공간의 컨셉이다. 국내 최초로 3D페이퍼 비전을 사용하였으며, 큐빅들이 모여 입체적인 하트를 형성하는 미디어 아트형식의 웹페이지를 구축, 하나하나의 큐브 안에 심장소리와 녹음 당시 영상을 연동하여 재생할 수 있도록 하였다.



## 가장 젊고 가장 창의적인 크리에이티브 에이전시

“The Youngest and The Creativest Agency of 2009”



Cannes Lions 54th International Advertising Festival



Promo Lions/ Product & Service 부문  
Silver Lions 수상



Promo Lions/ Use of Media 부문  
Bronze Lions 수상

“한국 최초 칸 국제 광고제 프로모션 부문 수상”  
“한국 최초 칸 국제 광고제 은상, 동상 복수 수상”  
“한국 최초 뉴욕 페스티벌 UNDP(유엔공보국) 수상”



Newyork Festivals International Advertising Festival



Digital & Interactive 부문  
Silver World Medal



UNDP 특별부문 수상  
United Nations Department of  
Public Information

“기술 활용과 소비자에게 접근하는 면에서 탁월하다”

칸 광고제 심사위원장 윌리엄 로젠(William Rosen)의 심사평 중

## 칸 국제광고제 수상

굳직굳직한 광고업체를 제치고 ‘리슨(Listen) 심장건강 캠페인’이 칸 국제광고제의 프로모션 부문 ‘공익’ 은상과 ‘이벤트 및 현장 마케팅’에서 동상을 거머 쥐었다. 국내 광고 업체 쪽에선 최초로 수상하였으며 창의성을 인정받았다. 글로벌 시장에서 인정받는 프로모션으로 업계의 이목을 끌었으며, 캠페인 부분에서 웹과의 연동을 이용한 인터렉션은 획기적이었다는 평가이다.



Imaginary Glass

환경 오염에 따른 시민들의 경각심을 일깨워 주기 위한 광고를 제작, 오프라인으로 도심 속 이곳 저곳에 설치하는 설치광고를 제작.

### Imaginary Glass

투명한 버스쉘터를 이용한 광고로 태안 유출 사태가 바로 우리 곁에서 일어난 일이며, 여전히 진행되고 있다는 것을 알리기 위한 광고.

### Oil Nature

태안 바다에서 실제로 서식하는 생물들이 기름에 덮인 모습을 조형물로 제작해 유동인구가 많은 거리에 설치해 국민들의 경각심을 자극.



Oil Nature

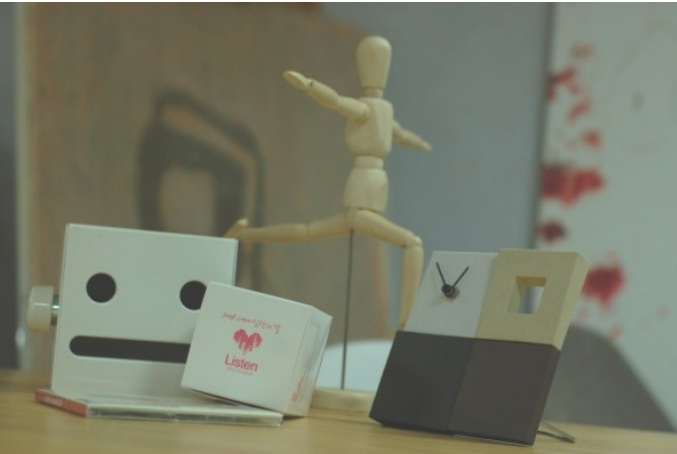


Big bowl

### Big bowl

도심 한복판에 설치한 거대한 어항에 바다의 오염으로 인해 살기 어려워진 바다 생물들을 키운다. 생태계가 복구될 때까지 도시인들이 돌보면서 자연의 소중한 가치를 일깨우고 지속적인 관심을 유도하고자 한다.





### 업무 프로세스 및 현황

크리티비아는 기획, 홍보, 수행 등 모든 생각하는 것을 가능하게 한다는 모토를 가진 인재들의 모임이며, 그러한 환경을 갖추고 있다. 제품 디자인실, 음악 디자인실, 자유로운 회의실이 있다. 그래픽, 제품, 사운드 디자이너와 기획자로 직무가 나뉘어져 있으며, 수평구조의 조직 체계로 업무가 진행된다. 자유롭게 아이디어를 제시하고 각각의 아이디어를 조율하여 합리적인 방향으로 결론을 도출하는 프로세스를 갖추고 있다. 현재 여수 엑스포, 인천 페스티벌에 관련된 프로젝트를 진행 중에 있으며, 결과가 기대된다.





### 정인서 대표 /Creative Director

크리에이티브아의 대표이자 칸 국제광고제에서 수상한  
한국의 최연소 크리에이티브 디렉터

09 Cannes Lions Promo Silver, Bronze Lions

09 New York Festivals Silver Medal

09 New York Festivals UNDPFI Finalist

09 Web Award Korea 최우수

09 부산국제광고제 Finalist Status 외 다수

