

알아두면
쓸모있는
브랜딩
뉴스



BRAND
OPEN
NEWS
DIGEST



Vol. 304

위대한 시민
새로운 아동

경북 안동시 새 슬로건 '위대한 시민, 새로운 안동'

경북 안동시는 새로 출범하는 민선 8기 안동시 슬로건을 '위대한 시민, 새로운 안동'으로 정했다고 30일 밝혔다

슬로건은 역사의 고비마다 나라를 위해 희생한 안동의 정신을 가슴에 품고 시민의 힘으로 지역의 새로운 미래를 열겠다는 뜻을 담았다고 시 당국은 설명했다. 이와 함께 시정 목표(활력 넘치는 성장도시, 함께 만드는 희망안동)와 시정방침(누리는 삶, 더하는 행복, 나누는 미래)도 새로 정해 행정중심도시, 친환경 기업도시, 창업·창작도시, 문화관광·스포츠도시, 도농복합도시, 평생교육 복지도시를 구현할 계획이다. 새 슬로건과 시정목표, 시정방침은 시민 소통행정과 지역경제 활성화, 현장 중심 행정을 실현하겠다는 권기창 당선인의 공약을 함축하고 있다.

Samsung
Financial Networks

삼성생명
삼생명

Samsung Life Insurance

삼성금융사, 7월부터 새 CI 적용... 젊고 유연한 이미지 앞세워

삼성금융네트웍스(Samsung Financial Networks) 소속 삼성금융사들이 오는 7월부터 새로운 각 사 기업이미지(CI, Corporate Identity)를 사용한다. 젊음과 유연함을 강조한 게 특징이다. 삼성생명·삼성화재·삼성카드·삼성증권·삼성자산운용 등 삼성금융사들은 30일 새로운 국·영문 기업이미지를 7월 1일부터 사용한다고 밝혔다. 신규 CI는 예전 로고에 비해 둥글고 부드러운 느낌을 준다고 삼성금융사들은 설명했다. 젊고 유연한 삼성금융의 이미지를 강조했다. 삼성금융사들은 '삼성 금융 디자인 가이드북'을 각 사에 배포하고 옥외 간판과 홈페이지 등의 기업이미지 교체 작업을 진행할 계획이다.



B

KEEPING YOU SAFE
STAYING TOGETHER
KOR +
JOURNEY
BOARDING PASS

현대카드, 대한항공카드 디자인 기반 유니폼 공개

현대카드가 대한항공과 손잡고 ‘대한항공카드’의 디자인을 기반으로 한 대한항공 직원용 특별 유니폼을 공개했다고 밝혔다. 이번 프로젝트는 엔데믹(Endemic) 시대를 맞아 직원과 고객 모두 함께 비상하자는 의미를 담은 대한항공의 캠페인 ‘다시, 함께, 날아(Fly Again Together)’의 프로그램 중 하나로 기획됐다. 특별 유니폼은 피케 셔츠(pique shirt) 형태의 상의로 흰색, 청자색, 진청색의 세 가지 색상으로 제작됐다. 특히, 청자색은 대한항공 객실승무원의 유니폼 색상을 그대로 활용했다. 유니폼의 전면에는 대한항공카드 ‘the Pass’ 디자인을 응용한 탑승권 디자인을 담았고, 후면에는 캠페인명인 ‘Fly Again Together’를 생동감 넘치는 캘리그래피로 디자인했다.



인천자치경찰위, 시민에게 친근하게 다가가는 BI 공개

자치경찰제 시행 1주년을 맞아 인천자치경찰위원회가 BI(Brand Identity)를 제작했다. 인천자치경찰위는 시민에게 친근하게 다가가는 인천자치경찰의 이미지를 전달하기 위해 지난 5월 BI용역을 발주하고 시안 내부 심사와 인천시·인천경찰청·시민참여협의체 등을 대상으로 선호도 설문조사를 거쳐 브랜드 디자인을 확정했다고 6일 밝혔다. 인천자치경찰 BI는 시민을 수호하는 방패의 형상을 모티브로 인천을 대표하는 팔미도 등대, 인천공항, 인천대교를 배치했고 색상은 인천시와의 일체감을 표현하기 위해 블루 컬러를 사용했다. 팔미도 등대에서 뻗어나가는 붉은색과 파란색은 경찰의 경광등, 아래쪽의 참수리 날개깃 10개는 인천의 8개 구와 2개 군을 각각 의미한다.

알아두면
쓸모있는
브랜딩
뉴스

