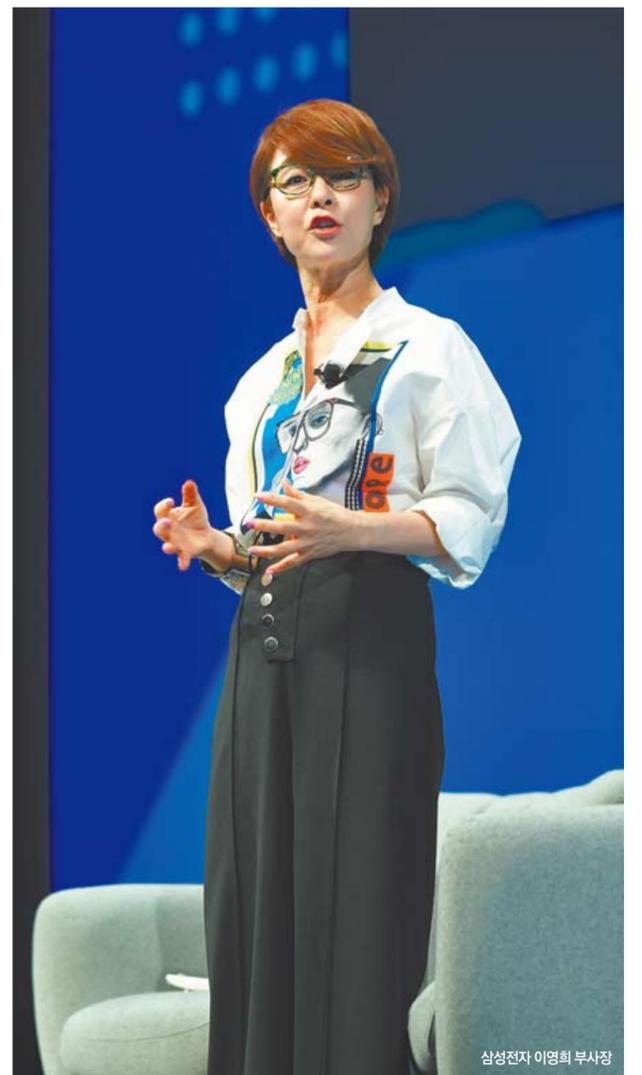




소수자 평등, 진정성, 동등함... 브랜드 액티비즘 시대



삼성전자 이영희 부사장



올해 칸 라이언즈는 문화적 시대정신에 있어서의 정통성, 성장을 위한 크리에이티브 전략과 모델, 혁신과 스토리텔링을 주제로 글로벌 브랜드들이 치열한 크리에이티브티의 장을 열었다. 올해는 성 소수자(LGBTQ)와 여성, 장애인 등 사회적 소수자와의 동등성, 브랜드 액티비즘, 진정성에 관한 크리에이티브티가 많은 이들의 공감을 받았다. 김윤호 제일기획 크리에이티브랩 팀장은 "최근 몇 년 동안 칸의 큰 주제는 다양성(Diversity)이었다. 여러 측면에서 이에 대한 논의가 이뤄지고 행사가 열리며 관련 캠페인이 좋은 크리에이티브를 보여주고 있다"며 "올해는 이전에 비해 성 소수자(LGBTQ)나 여성 보다 장애인 관련 캠페인들이 더 눈에 띄었다는 것"이라고 말했다.

