

현대차·기아, 세계 권위 디자인상 휩쓸었다

'레드 닷 어워드' 최우수상 3개, 본상 16개 수상 포니 쿠페 콘셉트 복원 등 브랜드 경쟁력 입증

현대자동차와 기아가 혁신적이고 창의적인 디자인으로 세계적 권위의 상을 거머쥐며 브랜드 디자인 경쟁력을 입증했다.

현대자동차·기아는 '2024 레드 닷 어워드: 브랜드 & 커뮤니케이션 부문 (Red Dot Design Award: Brands & Communication Design)'에서 최우수상 3개, 본상 16개를 수상했다고 2일 밝혔다.

독일 노르트라인 베스트팔렌 디자인 센터 (Design Zentrum Nordrhein Westfalen)가 주관하는 '레드 닷 어워드'는 세계 3대 디자인상 중 하나로 매년 제품 디자인, 브랜드 & 커뮤니케이션 디자인, 디자인 콘셉트 부문으로 나눠 우수한 디자인을 선정한다.

현대자동차는 '포니 쿠페 콘셉트' 복원 모델을 활용한 인쇄 광고물과 '아이오닉 5 로보택시 자율주행 기술 캠페인 영상', '아이오닉 랩&E-GMP 퍼포먼스'가 브랜드 & 커뮤니케이션 부문 최우수상 (Best of Best)을 받았다.

포니 쿠페 콘셉트의 귀환을 기념하기 위해 49년 만에 선보인 포니 인쇄 광고물은 자동차 광고의 황금기인 1970년대에서 영감을 받아 실제 과거 현대자동차 광고물들의 문구, 배열, 사진 편집 기술 등 고전적 요소를 참고해 제작했다.

현대자동차 자율주행 기술의 안전성을 보여주는 아이오닉 5 로보택시 자율

주행 기술 캠페인 영상은 시각 장애인 의의 디자인으로 세계적 권위의 상을 거머쥐며 브랜드 디자인 경쟁력을 입증했다.

해당 영상은 지난 6월에 열린 '2024 뉴욕 페스티벌 광고 어워드'에서 영상 기법 부문 은상, 영상 부문 동상을 수상했으며 8월에 열린 '2024 부산국제마케팅광고제'에서는 PR 부문에서 금상, 영상 부문에서 크리스탈을 수상했다.

아이오닉 랩&E-GMP 퍼포먼스는 태국 방콕에 있는 아이오닉 랩 공간으로 아이오닉의 선진화된 기술과 라이프스타일의 변화를 즐길 수 있으며 실시간으로 유기적 퍼포먼스를 보이는 E-GMP 로보택시 전시해 현대차그룹 전 기차 전용 플랫폼인 E-GMP의 기술력과 아름다움을 표현했다.

특히 이번 어워드에서 아이오닉 5 로보택시 자율주행 기술 캠페인 영상은 광고 분야 최우수상과 필름 & 애니메이션 분야 본상 (Winner), 아이오닉 랩 & E-GMP 퍼포먼스는 공간 커뮤니케이션 분야 최우수상과 리테일 디자인 분야 본상을 동시 수상하며 현대자동차의 우수한 기술력이 발현할 새로운 모습에 대한 관심도를 높였다.

포니 쿠페 콘셉트 광고물과 더불어



현대자동차·기아가 '2024 레드 닷 어워드: 브랜드 & 커뮤니케이션 부문'에서 최우수상 3개, 본상 16개를 수상했다. 사진은 '2024 레드 닷 어워드' 최우수상&본상 현대자동차 '아이오닉 5 로보택시 자율주행 기술 캠페인 영상'.

포니 헤리티지와 관련한 전시 브랜딩, 잡지, 북디자인 프로젝트 등도 본상을 받으며 오늘날에도 지속적으로 영감을 주는 현대자동차의 유산인 포니의 의미를 더했다.

이밖에 현대자동차는 1999년부터 2023년까지 7회의 여자 월드컵을 후원해온 역사와 여자 축구 발전을 조명한 광고인 '피파 우먼 월드컵 (FIFA Women's World Cup)', 만우절 캠페인으로 반려견을 위한 새로운 이동수단을 소개한 '현대 2024 도그빌리티 (Dogbility)' 등을 포함 총 14개의 본상을 받으며 레드 커뮤니케이션 분야에서의 경쟁력

을 확인했다.

기아는 창립 80주년을 기념해 만든 문구류 (stationery) 디자인과 올해 CES 2024에서 공개한 PBV 전시 영상이 본상을 수상했다.

창립 80주년 기념 문구류 디자인은 80년이라는 긴 시간 동안 모빌리티 브랜드로서 이룩한 기아의 성과와 미래 지속 가능한 비전을 계속 이어갈 것임을 알리기 위한 것으로 고객의 삶과 함께 세상을 변화시키는 기아의 모습을 표현했다.

'영감을 주는 공간 (Place of Inspiration)'이라는 CES 2024 부스 콘셉트 아래

제작한 CES 전시 영상은 PBV가 가져올 새로운 삶의 모습을 전달했다.

CES 전시 공간을 재해석해 만든 전시 영상은 기아의 브랜드 가치와 디자인 철학을 반영하고 고객 관점에서 이해하기 쉬운 PBV 시나리오의 영상화를 통해 PBV가 선보일 미래 우리 삶의 모습을 다채롭게 제시했다.

현대자동차·기아 관계자는 "이번 수상은 현대자동차와 기아가 제조업 기반의 기업임에도 불구하고 브랜드 커뮤니케이션 분야에서 브랜드 디자인 및 마케팅 경쟁력을 인정받은 성과"라고 밝혔다. /임채만 기자

기아, 하반기 대졸 신입 채용 9-23일 채용 홈페이지 접수

기아가 9일부터 23일까지 15일간 하반기 대졸 신입사원 채용을 진행한다.

이번 채용은 ▲구매 ▲국내생산지원 ▲생산기획 ▲재경 ▲경영지원 ▲고객경험 ▲국내사업 ▲국내생산 ▲GPO (Global Policy Office) ▲특수사업 ▲제조솔루션 ▲KASO (Korea Automotive Safety Office) ▲글로벌사업관리 ▲상품 ▲GSO (Global Strategy Office) ▲품질 등 총 19개 분야에서 모집한다.

대상자는 4년제 정규대학 2025년 2월 졸업예정자 또는 학사 및 석사학위 소지자로 최종 합격자 발표는 12월 중, 입사는 2025년 1월 중 예정이다.

기아는 '고객 중심, 사람 중심 문화'라는 조직문화 지향점을 설정하고 '기아의 가치와 행동'을 수립해 조직문화 변화를 위해 적극 실천하고 있다.

그 일환으로 기아는 '기아의 가치와 행동'의 규범 중 하나인 '사람을 생각합니다'에 기반해 인적 다양성 확보 및 긍정적인 문화를 구축하기 위해 채용 정책 및 교육 프로그램

을 진행하고 있다.

기아는 이번 채용에서도 다양성·형평성·포용성 (DEI) 관점을 반영해 다양한 인재를 선발해 창의적이고 포용적인 조직 문화를 구축하고 미래 모빌리티 경쟁력을 높인다는 목표다.

채용 기간 동안 기아는 구직자들의 이해를 돕고 궁금증을 해소하기 위해 현직자와 인사담당자가 참여하는 채용 설명회를 개최한다.

기아는 지난달 27일 코트라 (KOTRA)가 주최하는 '외국인 유학생 박람회'에 참가했으며 4일에는 두 개 대학에서 '여성 커리어 멘토링 데이'를 열고 여성 현직자가 참여해 채용 방식과 직무 정보 등을 제공할 예정이다.

또한 기아는 12일부터 14일까지 3일간 남산서울타워에서 '기아 커리어 캠프'를 개최한다.

기아 커리어 캠프는 현직자와 인사담당자가 참여하는 직무별 그룹 상담과 여성과 외국인의 경력 성장을 위한 여성 리더 및 외국인 현직자 대담회가 진행된다.

캠프는 3일까지 기아 커리어 캠프 신청 페이지 (<http://kia-autoworld.com>)를 통해 참가 신청할 수 있다.

/임채만 기자

현대차그룹, 추석 연휴 협력사 납품대금 조기 지급

2조3천843억 앞당겨 집행...자금 운용 부담 완화 기대

현대자동차그룹이 추석 연휴를 앞두고 협력사 납품대금 조기 지급, 전통시장 온누리상품권 구매 및 소외이웃 지원 등 상생활동에 나선다.

현대차그룹은 추석 명절을 앞둔 협력사들의 재정 부담을 완화하기 위해 납품대금 2조3천843억원을 당초 지급 일보다 앞당겨 연휴 시작 전 지급할 계획이라고 2일 밝혔다.

지역 상권 활성화를 위한 전통시장 온누리상품권 250억원어치를 구매해

그룹사 임직원들에게 지급하는 한편, 사회복지시설 및 소외이웃을 대상으로 기부금 등을 전달할 예정이다.

이번 납품대금 조기지급은 현대차그룹 소속 현대자동차·기아·현대모비스·현대글로비스·현대건설·현대제철·현대오일뱅크·현대위아·현대트랜시스 등에 부품 및 원자재, 소모품 등을 납품하는 6천여개 협력사가 대상이다.

2조3천843억원 규모 납품대금 지급일을 최대 14일 앞당김으로써 직원 상

여금 등 각종 임금과 원부자재 대금 등 명절 기간 일시적으로 집중되는 협력사들의 자금 운용 부담이 완화될 것으로 기대된다.

현대차그룹은 매년 설, 추석 명절 전 협력사들의 자금난 해소를 위해 납품대금을 선지급해왔으며, 지난해 추석과 올해 설에도 각각 1조9천965억원, 2조1천447억원의 대금을 조기 집행했다.

또한 1차 협력사들도 2·3차 협력사들에 납품대금을 앞당겨 지급하도록 유도해 수혜 대상을 늘리고 납품대금 조기 지급의 효과를 높인다는 방침이다.

현대차그룹은 현대차·기아가 지난 4월 노동부와 '자동차산업 상생협력 확산 협약'을 체결하고 기존 1·2차 협력사 대상 금융 및 경쟁력 강화 사업 지원 대상을 3차 협력사까지 넓히는 등 협력사에 대한 다양한 지원 방안을 지속 실시하고 있다.

지난 2022년에는 미래차 시대 경쟁력 강화를 위한 5조2천억원 규모의 협력사 손의 지원 및 유동성 지원, 경쟁력 향상 지원 등을 아우르는 '신 상생협력 프로그램'을 가동했으며, 2023년 1월부터 1천억원 규모의 '납품대금 연동제

도입 지원 펀드'도 운용하고 있다.

현대차그룹 관계자는 "자금 수요가 많은 명절 기간 협력사들의 안정적 경영환경 조성을 위해 납품대금 조기지급을 결정했다"며 "앞으로도 협력사에 실질적 도움이 되는 상생 협력을 지속해서 강화해 나가겠다"고 말했다.

현대차그룹은 추석 연휴를 계기로 전통시장 온누리상품권 약 250억원어치를 구매하기로 했다.

온누리상품권은 전통시장 및 상점가, 상권활성화구역 등의 판매 촉진을 위해 발행되는 상품권으로 현대차그룹은 명절마다 온누리상품권을 구매해 임직원들에게 지급하는 등 국산 농수산물 소비 증진 및 지역 경제 활성화에 앞장서고 있다. /임채만 기자

후끈한 열기! 시원한 샷~! 이보다 더 좋은 운동이 있을까요?

온 가족이 함께 즐기는 스포츠

전일파크골프

광주광역시 서구 천변자로 26(전일상사 2층)

문의 062)368-5779 / 010-4645-5778

오시는 길

무등경기장, 남산, 현대자동차 구, 전일상사, 신세계백화점, 위디스, 한양대, 한양대