

05 광고 이야기

Story of Advertisement





구루(Guru) 물건을 팝니다.

인도언어문화연구소

흔히들 인도는 종교의 나라라고 알고 있다. 인도에는 3억3천만의 신들이 존재한다고 한다. 하지만 인도인들이 모인 공공장소나, 많은 사람들이 접하는 미디어 같은 공공재 부문에 있어서 우리는 쉽게 종교에 대해 이야기 할 수 없다. 종교로 인한 분단을 겪었고, 종교간 갈등의 불씨가 여전히 존재하기 때문이다.

그러다 보니 종교에 관한 광고들을 찾아보기 쉽지 않다. 하지만 최근들어 종교에 대한 직접적인 것들은 아니지만 힌두들에게 친근한 광고들이 종종 등장한다.

신에 대한 내용을 다루는 광고는 아니지만, 힌두종교에서 신과 같은 존재인 구루들이 언제부터인가 물건을 팔기 시작했다. 안전에 대한 소비자의 욕구가 높아지면서 구루가 응답 한 것이다.

대표적인 인물이 인도에서 가장 인기 있는 요가 지도자 Swami Ramdev다. Ramdev는 그의 오른 팔이라고 할 수 있는 Balkrishna와 함께 *Patanjali Ayurved*를 설립함으로써 그를 따르는 지지자들은 여러 가지 소비재들을 구루의 제품들로 구매하고 있다. 구루의 제품들은 아주 다양하고 가격 또한 높지 않다.

Patanjali Ayurved 외에도 *Sri sri Ayurveda*, *MSG*, *BAPS Amrut* 등이 있으며 이들의 매출은 매년 빠른 속도로 증가하고 있다.

	기업명	주요 내용
1	Sri Sri Ayurveda 사 	- 구루 소비재시장 업계 2 위인 Sri Sri Ayurved 사는 올해 3 월 인도 유통 대기업인 Future Group 사와 협력해 제품을 납품하고 있음. - 현재 600 여 개에 달하는 매장수를 2017 년까지 2500 여 개로 확장할 계획임. - 재단에서 운영 중인 연구소를 활용해 제품개발 투자 및 제품군 확대 목표 - 온라인 쇼핑몰 개설, SNS 를 통한 홍보활동 등을 통해 제품 구매 용이성 확보, 인지도 확대 목표 · 주요 판매품목: 식료품, 향신료, 비누
2	MSG 사 	- 올해 1 월 사업을 시작한 이래, 투자금 대비 빠른 사업 확대가 가능한 프랜차이즈 매장 형태로 사업을 진행 중임. - 후발주자이지만, 하라야나, 뽕잡, 라자스탄주 내에서의 큰 인기를 바탕으로 제품 홍보에 최우선 목표를 둘 예정 · 주요 판매품목: 식료품, 화장품
3	BAPS Amrut 사 	- 유명 힌두사원인 악샤르담을 운영 중인 종교재단(BAPS)에서 운영하는 소비재 기업으로, 최근 온라인 쇼핑몰을 개설함. - 인도는 물론, 미국과 영국에 분포한 신도들을 대상으로 온라인 쇼핑몰을 통해 판매를 확대하고 있음. · 주요 판매품목: 식료품, 건강보조식품, 비누,향초
4	Isha 사 	- 남인도를 거점으로 빠르게 사업을 확장하고 있으며, 올해 델리 북부지역과 우타르프라데시주에 사업을 확장할 계획임. - 다른 구루 기업들 대비 우수한 온라인 쇼핑몰 시스템으로 소비자들이 온라인으로 제품을 쉽게 구매할 수 있도록 집중함. · 주요 판매품목: 의류, 식료품, 개인생활용품

(참고 : <https://haehyo29.blog.me/220709110985-네이버>)

이것은 안전에 대한 관심이 증가하면서 믿을 수 있는 제품에 대한 구매 욕구가 높아졌고, '구루'라고 하는 이미지가 그에 부합하면서 그에 대한 관심이 자연스레 높아졌다.



(Patanjali Ayurved 화장품 광고)





(참고: 유튜브 <https://www.youtube.com/watch?v=3vkUX64dX1w>)

Patanjali Ayurved 화장품 광고인데 아름다운 여성이 피부 때문에 거울을 보면서 굉장히 속상한 표정으로 등장한다. 구루가 등장하는 회사의 제품인 화장품을 쓰고는 밝고 깨끗한 피부로 돌아와 화사하게 웃는 모습을 보여준다. 이 광고의 중간에는 굉장히 깨끗하고 좋아보이는 연구소와 마지막에는 Ramdev와 Balkrishna가 등장하며 광고는 끝난

다. 어떤 화장품인가도 중요하지만 누가 만들었나를 더 중요시하며 구루를 통해 제품 신뢰도를 어필한다.

구루들이 파는 제품들은 대부분 종교성을 전면에 내세운 제품들이 많기 때문에 동물성원료보다는 식물성 재료를 사용함으로써 인도인들이 부정(不淨)하다고 여기는 화학원료보다는 정(淨)한 천연제품을 선호하는 특성을 고려한 부분이라 볼 수 있다.

안전함이 구매자의 선택에 중요한 요소로 자리잡다보니 판매자와 구매자의 니즈(needs)가 맞아 떨어지면서 구루는 어느새 상업시장의 광고에서 떠오르는 스타가 되고 있다.

종교를 주제로 하는 광고는 없지만 종교인이 등장하는 광고는 있다. 인도의 다양한 부분을 또 한번 접할 수 있는 기회가 아닐까 싶다.