

KFC 스페인, B급 공포 영화를 오마주한 단편 영화 '대학살(La Masacre)' 공개...참신한 호러 캠페인에 호평 다수

#KFC #참여형_마케팅 #오마주 #브랜딩

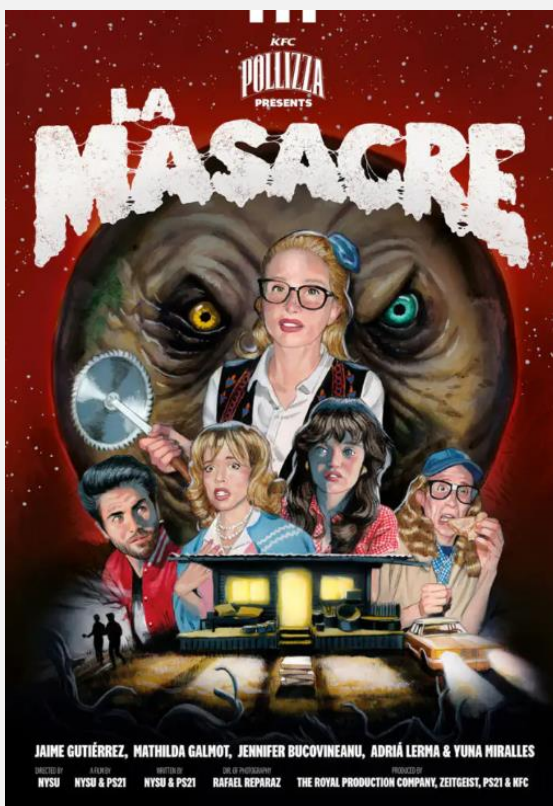
KFC 스페인이 한정판 신 메뉴 홍보를 위해 호러 캠페인 '대학살(La Masacre)'을 공개함
제품의 차별성을 부각시키기 위해 1950년대 공포 영화를 B급 감성으로 오마주하여 호평을 얻음

“만약 여러분이 크러스트 피자 도우를 만나게 된다면, 멀리 도망치세요!” 지난 7월 7일, KFC 스페인이 한정판 메뉴 'Pollizza(기존 밀가루 도우를 프라이드 치킨으로 대체한 신 메뉴)' 홍보를 위해 14분 분량의 단편 영화 '대학살(La Masacre)'을 공개해 화제를 모았다. 제작사 PS21과 NYSU 감독은 기존 피자과 차별화를 꾀한 치킨 도우처럼 “모든 장면에서 완성도를 추구하는 기존 광고와 차이를 주고 싶었다”는 기획 취지를 밝힌 바 있다. 이들은 1950년대 B급 감성의 헐리우드 공포 영화에서 영감을 얻어 저화질의 영상을 구현하고, 밀가루 도우를 의도적으로 흉측하게 재현하는 식의 미장센으로 보는 이들의 시선을 압도했다. 영화 속에서 등장인물들을 잔혹하게 학살하는 밀가루 도우의 모습은 신제품 홍보 캠페인 영상이라는 사실을 잊게 할 만큼 강한 인상을 남긴다. 공포 영화 컨셉에 맞춰 캠페인 영상은 마드리드의 한 영화관에서 시사회 형식으로 대중에 첫 공개됐다. 이후 많은 사람들의 이목을 끌며 공식 유튜브(YouTube) 채널에서 15만 회(22년 7월 기준)의 누적 조회수를 돌파했다.

KFC 스페인이 제작사 PS21과 협업한 캠페인은 이번이 처음이 아니다. 지난 2020년, 'KFC PALACE'를 기획해 젊은 고객들에게 KFC 브랜드 경험을 제고할 기회를 마련했고, 2021년에는 'IKEA' 로고를 모방한 옥외 광고로 큰 호응을 얻은 바 있다. 올해 3월, 사하라 사막 먼지 폭풍에 뒤덮인 자동차가 '빵가루를 입힌 치킨과 유사하다'는 점에 착안한 소셜미디어 캠페인은 사람들의 자발적인 참여를 유도한 것은 물론 자동차를 옥외광고판으로 참신하게 활용한 캠페인 사례로 일컬어진다.

KFC 스페인, 신 메뉴 홍보 캠페인 '대학살(La Masacre)' 공개

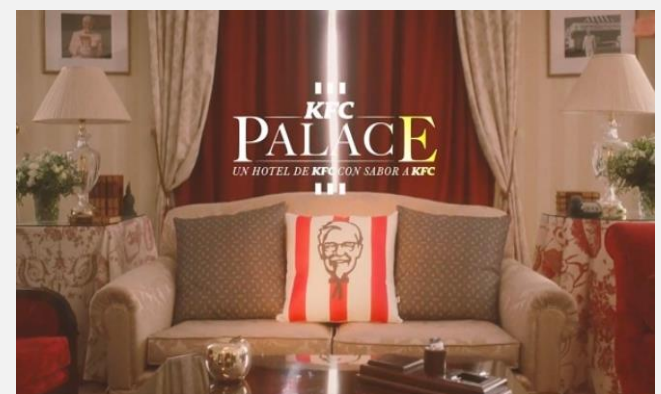
제품의 차별점을 강조하기 위해 기존 광고 문법을 벗어난 참신한 방식의 마케팅을 전개함



▲ 캠페인 '대학살(La Masacre)' 공식 포스터



▲ (위) 신 메뉴 'Pollizza',
(아래) 캠페인 '대학살(La Masacre)' 화면



▲ KFC 스페인 X PS21이 진행한 캠페인 사례



Source : KFC 스페인 공식 유튜브 및 공식 트위터 채널