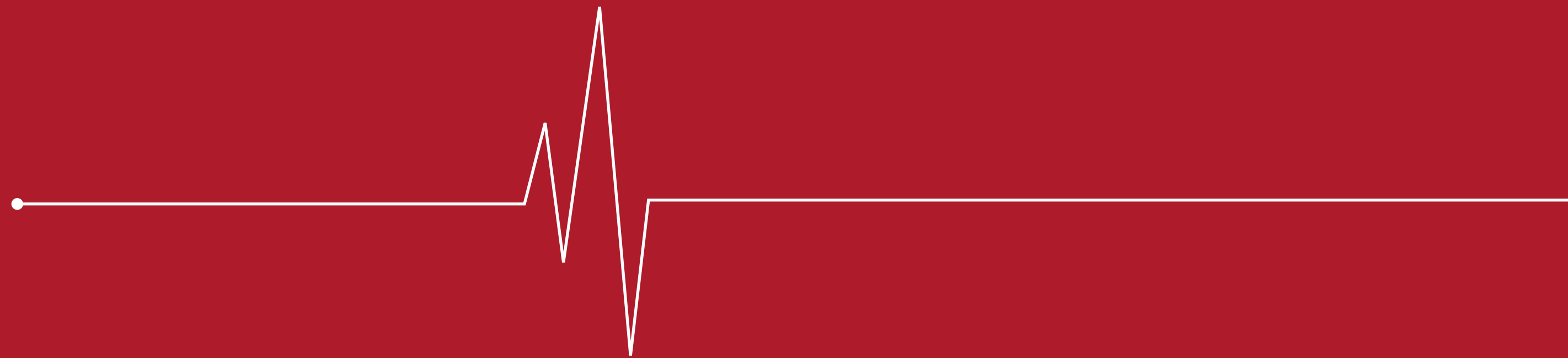


PRODUCT (RED)



Product(RED)의 시작

2006년 다보스포럼에서 그룹 U2의 리더 보노와 바비 슈라이버는 소비자들이 제품구매를 통해 아프리카의 에이즈 퇴치에 기여할 수 있는 Product(RED) 캠페인을 발표하였습니다.



2016년 다보스포럼에서 (RED) 10주년을 기념하고 있는 보노(오른쪽 두번째)와 관계자들 (출처 : CISION PR Newswire)

2006년, U2의 보노가 시작

- 바비 슈라이버(Bobby Shriver)와 공동으로 설립
- 2002, DATA Project 확장 필요성으로 구상
- 2006년 다보스포럼에서 (RED) 프로젝트 발표

아프리카 에이즈 퇴치 목적

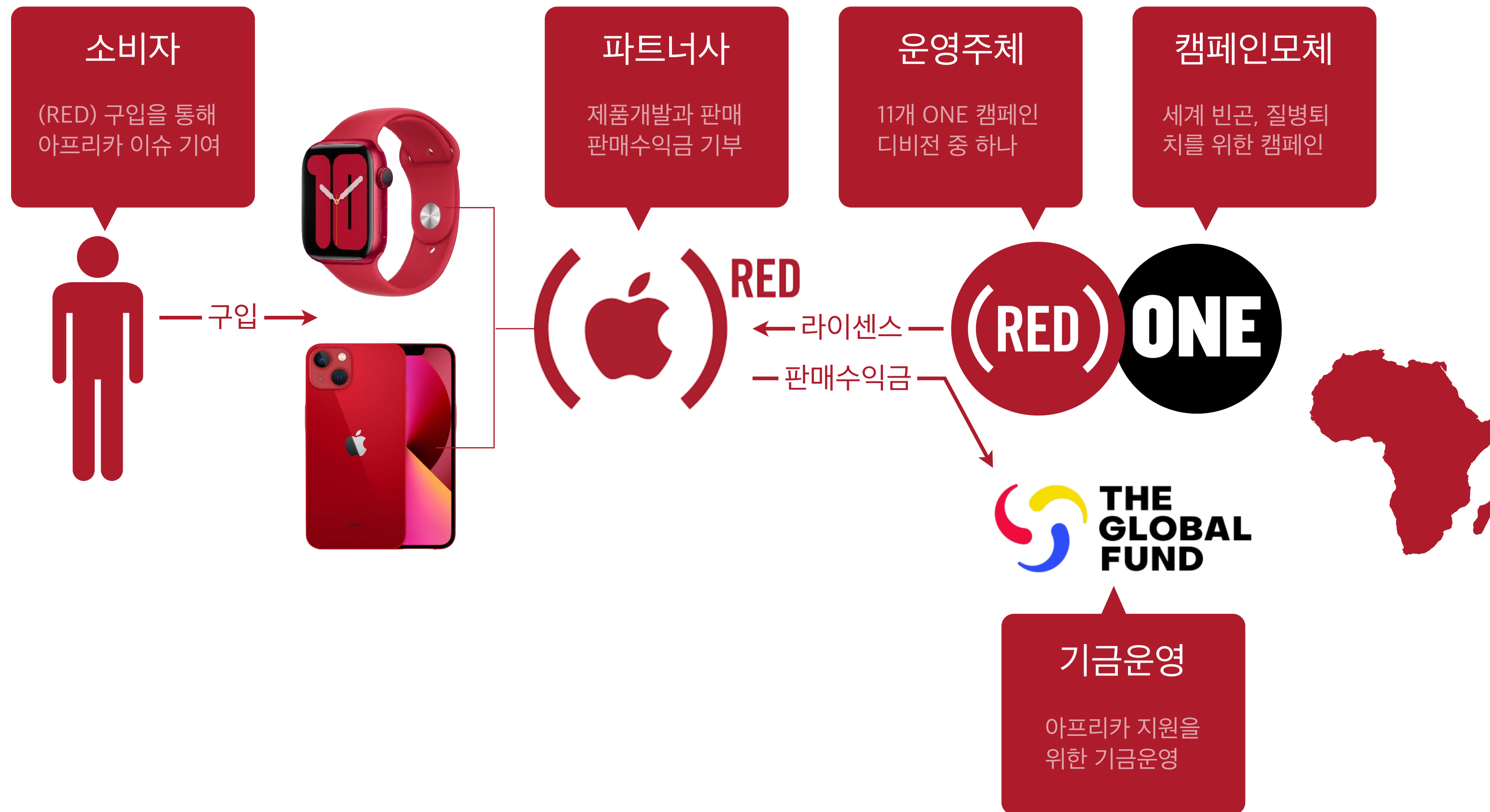
- DATA는 Debt + AIDS + Trade + Africa의 의미
- 아프리카의 에이즈, 말라리아 퇴치 등을 목표
- 기금 운용을 위한 The Global Fund 설립

(RED)파트너 상품판매 수익

- 소비자용 제품판매로 기금조성 촉진 아이디어
- 파트너사는 (RED) 제품 자체 디자인, 기획
- 판매수익금 일부(5~50%) The Global Fund 전달

작동 메커니즘

파트너사가 (RED)의 라이선스를 받아 제품을 개발하면 소비자는 이를 구입해 아프리카의 이슈에 기여할 수 있습니다. 판매수익금의 일부가 글로벌펀드로 보내져 에이즈퇴치 사업에 쓰입니다.



기금조성 메커니즘

- 소비자는 (RED)상품 구입으로 기여
- 파트너사는 라이선스 받아 제품개발, 판매
- 판매수익금 일부(5~50%)를 기부
- 운영사는 조성된 기금을 아프리카에 투입

운영주체 : (RED)<ONE

- (RED)는 The ONE 캠페인 11개 분야 중 하나
- ONE은 세계 빈곤, 질병퇴치를 위한 캠페인
- (RED)와 ONE 모두 보노와 슈라이버가 결성

기금운영 : The Global Fund

- 전세계 에이즈, 결핵, 말라리아 퇴치를 위한 기금
- 2002년 스위스서 결성 (빌&멜린다 재단의 지원)
- 2019년까지 416억달러 지원

참여업체와 주요 제품들

애플, GAP과 같이 대중에게 친숙한 다수의 브랜드가 (RED)로 디자인한 제품을 내놓았고 스티븐 스필버그와 같은 유명인과 스포츠팀, 단체, 미디어들이 Product(RED)홍보에 적극 나섰습니다.



Apple은 초창기부터 지속적으로 (RED)제품을 선보이고 있다



GAP x 스티븐 스필버그
많은 유명인들이 (RED)제품을 입고 등장했다



10주년을 맞아 TV홈쇼핑 스타일로
유명인사들과 진행

애플을 비롯한 제조사

- 애플 : 초창기부터 지속적 참여 전체 기금의 40%
- GAP, Nike, Dell, 모토로라, 컨버스 등
- 현재 FIAT, Jeep 등이 추가되며 20여개사

서비스

- 금융 : 아메리칸 익스프레스,뱅크 오브 아메리카
- 서비스 : 에어아시아, 스타벅스 등
- 아마존 : Product(RED) 판매 페이지 운영

기타 : 미디어와 지원

- (RED) 서포터 : 로슈, 머크 등 3개사
- (RED) 협력사 : 구글, 포브스, 유튜브 등 25개사
- 게이츠&멜린다 재단 : 사업자금 등의 지속지원

그간의 성과

2006년 이후 7억달러의 기금이 조성되었으며 AIDS 퇴치사업으로 2.45억명을 지원하였습니다. 최근에는 COVID에 대한 긴급지원을 시작하였습니다.



가나의 진료소 모습 (출처 : Apple Newsroom)

AIDS에서 COVID까지

- AIDS 테스트, 전이방지, 돌봄사업
- COVID에 대한 긴급지원을 추가

기금조성 실적

- 2006년이후 현재까지 누적 7억달러 조성
- 애플 단독으로 40%의 비중 : 2.7억 달러

지원성과

- 총 2.45 억명 지원
- 1.97 억명에 HIV 테스트 실시
- 5백만명 : HIV양성자의 자식에 대한 전이방지

