

회원 인사 동정

<취임>



정황 대표이사
롯데칠성

<영전>



박덕진 사장
농심기획
(농심 마케팅본부장 상무 겸임)

방송광고정책 토론회, 지상파 방송정책 논의

지난 6월 7일 한국방송협회 주최로 방송회관에서 열린 '다매체 시대 공공성 확보와 지상파방송정책·방송광고 정책을 중심으로'를 주제로 토론회가 있었다. 이 토론회에서 인하대 김상훈 교수는 주제발표를 통해 "지상파 광고와 관련, 과도한 규제를 완화하는 차원에서 복수미디어렐 도입, 광고총량제와 중간광고 도입이 필요하다"고 주장했다. 김 교수는 "한미FTA 체결로 외국의 유력 콘텐츠 사업자들이 진입하거나 미국의 미디어렐이 진출을 시도할 경우 방송광고시장에 큰 변화가 생길 것"이라며 "방송광고 판매제도가 자유시장 경쟁체제에 맞게 복수 미디어렐 체제로 개선되어야 한다"고 덧붙였다.

이날 토론자로 나온 MBC의 구자중 광고기획부장은 "재원이 충실해야 공공성도 잘 지켜질 수 있으므로 중간광고 도입은 불가피하다"며 "이제 토론보다는 정책당국의 실행의지가 작용할 때"라고 말했다. 한편 광고주협회 김기원 상무는 "사업자 중심이 아니라 소비자 중심의 사고를 하면 방송광고사전심의제도 개선, 중간광고 도입, 총량제 도입 등이 반드시 필요하다"며 "그런 차원에서 코바코의 독점 체제 해소도 빨리 해결돼야 할 것"이라고 말했다.

재경부, 광고관련 제도 개선 로드맵 밝혀

권오규 경제부총리는 지난 7월 30일 정부과천청사에서 경제정

책조정회의를 열고 <2단계 서비스산업 경쟁력강화 종합대책>에 대해 논의했다. 이번 회의에서는 주요 지식기반서비스 업종의 경쟁력 강화를 위해 광고분야에서는 세 가지가 논의되었다.

먼저 광고산업 진흥을 위한 법적 기반을 마련하기 위해 올해 하반기까지 현재 국회에 계류중인 '광고진흥에관한법률'을 제정하겠다는 계획이다. 두번째로는 역시 올해 하반기까지 방송광고의 경쟁체제를 도입하겠다는 로드맵을 제시했다. 세번째는 불합리한 제도개선의 일환으로 올해안에 방송광고사전심의제도를 폐지하고 자율심의제로 전환, 사후규제방안을 마련하겠다는 계획을 밝혔다.

동화약품, 잇단 신약기술 수출 쾌거



동화약품공업은 지난 6월 12일 미국의 바이오 회사인 퍼시픽 비치 바이오사이언시스(Pacific Beach BioSciences)와 쿨놀론계 항균제인 DW224a의 공동연구 및 라이선싱(기술이전) 계약을 체결했다. 동화약품은 본 계약 체결로 인해 계약금을 포함한 기술수출료 총액(Milestone)으로 미화 5,650만 달러(한화 약 525억원)와 상업적 매출에 따른 로열티 수입을 올리게 되며, 임상약품 및 최종 제품을 공급하게 된다.

그런가하면 지난 7월 2일에는 프레스센터에서 기자회견을 통해 P&G(Procter & Gamble Company)의 자회사인 P&G Pharmaceuticals, Inc(이하 P&GP)와 골다공증 치료제 DW1350 및 그 후속물질의 라이선싱 계약 체결을 밝혔다. 이번 계약으로 동화약품은 미화 5억1천 1백만 달러에 달하는 기술수출료(Milestone)와 상업적 매출에 따른 로열티 수입을 올리게 되며, 금액규모로는 110년 국내 제약 사상 최대 규모의 신약기술 수출건이라고 밝혔다.

동화약품 윤길준 사장은 "P&GP는 골다공증치료제 분야에 대한 폭넓은 경험을 가지고 있어 DW1350 및 그 후속물질의 개발에 있어 이상적인 파트너라 생각한다"며 "이번 계약은 동화약품

이 글로벌 제약기업으로 발돋움하는데 있어 중요한 전환점이 될 것이다"라고 소감을 밝혔다.

삼성전자, 또 하나의 가족 2기 캠페인



삼성전자의 기업광고 또 하나의 가족이 11주년을 맞아 33차 훈이를 소개합니다 편으로 2기 캠페인을 시작했다. 삼성전자는 2만여 명의 고객

투표를 거쳐 3개의 캐릭터 후보작 중 2기 캠페인을 이끌어갈 주인공으로 훈이를 선정했다고 밝혔다. 훈이는 1997년 4월생(또 하나의 가족 캠페인 최초 런칭 시기)으로 초등학교 4학년에 재학 중인 밝고 명랑하며 호감 가는 어린이 상으로 설정됐다. 또 이번 2기 캠페인에서는 1기 캠페인에서 사용된 클레이메이션 기법 대신 3D 애니메이션 기법이 사용됐다.

삼성전자 이인용 전무는 "가족간의 깊은 사랑과 이웃에 대한 따뜻한 관심은 시대를 넘어 간직되어야 할 소중한 가치라고 생각한다"며 "고객들과 공감하고 함께 나눌 수 있는 가족들의 메시지를 계속 담아 나갈 것"이라고 말했다.

동화약품, 금연보조제 '니코틴엘겔' 출시



동화약품공업과 한국노바티스는 사용감이 일반 껌과 유사한 금연보조제 '니코틴엘 겔'을 출시했다. 더불어 '니코틴엘'은 이번에 겔 제형을 새롭게

추가함으로써 국내에서는 유일하게 패치, 트로키, 겔 등 니코틴 대체요법제(NRT, Nicotine Replacement Therapy) 3가지 제형을 모두 갖춘 브랜드가 되었다. '니코틴엘 겔'은 씹을 때 니코틴이 방출되며, 구강점막을 통해 니코틴이 체내로 흡수되어 흡연욕구

를 줄여 주는 원리이다.

[새광고] 금호아시아나그룹, 기업PR



최근 금호아시아나그룹의 기업PR 광고가 UCC기법을 도입, 좋은 반응을 얻고 있다.

금호아시아나그룹은 '아름다운 기업'이 되기 위한 7대 실천과제를 수립, 지탄받지 않는 경영, 협력사 상생경영, 장애인 등 소외계층 돕기, 헌혈운동, 문화예술지원, 아름다운 노사문화, 환경·안전경영을 실천하고 있다. 이번 광고는 이 중 세 가지의 실천과제를 선별해 제작했다.

금호아시아나 관계자의 말에 따르면 "이번 광고에서 UCC기법을 활용한 것은 새로운 문화 코드로 정착한 UCC의 표현양식을 통해 세 편의 광고에 통일감을 주고 메시지 자체를 기업 입장이 아닌 보는 사람 입장'에서 쉽고 유머러스하게 표현하기 위해서"라고 설명했다.

[새광고] 두산건설, 워브

지난해 새롭게 사명을 변경한 두산건설의 새로운 기업PR은 즐겁고 경쾌하게 두산건설이 만들어내는 더 좋은 세상을 두산의 3색 스퀘어를 상징하는 네모 블럭이 만들어내는 미술 세상으로 보여준다. 두산의 CI를 상징하는 삼색 블럭이 미술사의 '딱' 하는 손 맞춤 소리와 함께 아파트가 되고, 주상복합 건물이 되고, 도로, 교