



▲ 소주 브랜드 '처음처럼'은 CGV 화장실을 활용한 이색광고 집행으로 눈길을 모았다.



▲ 첨단 IT기술과 미디어아트 결합된 공공시설물이 속속 등장하고 있어 주목된다. 강남대로 '미디어 폴' (위)과 서울역 환승센터의 미디어아트 센터 (아래).

(Hot)한 옥외광고 스팟으로 인식되고 있다. 작년말 새로운 사업자 선정과 매체 정리 및 환경개선으로 올해부터 새로운 모습으로 소비자들을 맞았다. 올해 1월 인터랙티브 디지털 미디어 코몰 라이브'가 런칭하고, 기존의 기동광고가 쇼케이스와 PDP 등과 결합한 형태로 탈바꿈하는 등 변화가 있었다. '코몰 라이브'는 디지털 미디어 70인치 초대형 LCD 패널에 터치스크린 방식을 접목한 형태로 관심을 모았다. 런칭 시기가 때마침 광고시장 상황이 최악인 1월이었던 만큼 상반기 실적은 당초 기대치를 밑돌았지만, 디지털 미디어에 대한 광고주 니즈가 증가하고 있어 하반기에는 실적이 나아질 것으로 예상된다. 기동광고는 메가박스 등의 영향과 동영상 표현이 가능하다는 메리트에 힘입어 영화광고주들의 선호도가 높았다는 점이 특이할만하다. 코엑스몰도 지난해 공개경쟁입찰로 낙찰가가 올라 사업자 입장에서 예전과 같은 수익구조를 향유하기 어려워진데다 불경기 여파로 광고주 유입이 줄어들면서 상반기 매출은 다소 주춤했던 것으로 알려지고 있다.

코엑스몰 만큼이나 노른자위 광고 스팟으로 통하는 강남역 지하상가도 어려운 가운데서도 선전을 하며 지역성에 기반한 옥외매체의 번익빈 부익부'를 다시 한번 실감케 했다.

이밖에도 주목할 만한 것은 디지털 미디어' 시장이 급격하게 팽창하고 있다는 점이다. 올 하반기부터 본격적인 운용에 들어가는 강남대로' 미디어폴'은 기존 디지털 미디어의 정형성을 깬 형태의 파격, 그리고 공공성과 편의성·예술성이 가미된 IT기반의 신개념 매체로 주목을 끌고 있다. 올 11

월 말에는 강남대로에 이어 을지로2가에도 U-스트리트가 조성될 예정이다.

지자체가 주도하는 유비쿼터스 사업은 옥외광고의 새로운 도전과 가능성의 길을 열어주고 있다. 공공디자인의 열풍으로 기존의 가로시설물이 첨단이나 예술의 옷을 갈아입고 새롭게 변신하고 있는 추세가 더욱 가속화될 전망이다. 이같은 경우 첨단 미디어라는 신선함과 공익과 예술이라는 긍정적인 가치를 브랜드에 심어줄 수 있다는 메리트 등으로 광고주들에게 어필할 수 있을 것으로 보인다. 지난 25일 개통된 서울역환승센터는 LED조명 등이 내장된 유리가 설치돼 다양한 형태의 미디어아트를 연출할 수 있도록 만들어져 단순한 버스쉘터가 아닌 뉴미디어 공간으로 거듭났다.

전체적으로 옥외광고의 상반기 시장은 매서운 한파를 맞았지만, 2/4분기에 접어들면서 서서히 회복세를 보였고, 당초 우려했던 것처럼 하락폭이 엄청나지는 않을 것으로 예상된다. 해당 매체사들의 상반기 매출액 가집계치를 종합해 보면 15~20% 가량 마이너스 성장을 한 것으로 예측된다. 당초 예상했던 것보다는 하락폭이 적었다는 게 중론이다. 하반기에 대한 전망을 묻는 의견에는 대부분이 현재 상태를 유지하거나 다소 증가할 것이라는 의견을 내놓았다. 일부 경제지표가 좋아지고, 경기 조기회복설이 나돌면서 기업들이 상반기 세이브해 놓았던 광고비를 하반기에 집행하지 않겠느냐는 기대도 희망적인 관측을 낳고 있다. **K A A**

Free Communication
Free Markets
Free Choice

2009 한국광고주대회

- 일 시 : 2009년 10월 20일(화) ~ 22일(목)
- 장 소 : 조선히텔 오키드룸&그랜드볼룸

Conference (10월 20일~22일)

- 10월 20일(화)_홍보전략 세미나
- 10월 21일(수)_미디어전략 세미나
- 10월 22일(목)_브랜드전략 세미나

광고주의 밤(10월 22일(목)오후 6시)

- 광고주가 뽑은 광고인상
- 광고주가 뽑은 좋은 모델상
- 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상
- 광고주가 뽑은 좋은 신문기획상
- 만찬 및 축하공연



※ 참가신청 및 기타 자세한 사항은 협회 홈페이지(www.kaa.or.kr)를 참고하시기 바랍니다.