



**[WFA] 전 세계 소비자 70%**

**광고가 경제발전에 기여한다고 생각**

지난 5~6월, 세계광고주연맹(WFA)이 의뢰해 닐슨이 전 세계 50개국 25,420명의 소비자를 대상으로 조사한 바에 따르면, 소비자 10명중 7명은 광고가 경제발전에 기여한다고 생각하고 있고, 10명중 8명은 광고가 일자리를 늘리는 데 도움을 준다고 답변했다. 또 조사 대상자중 68%는 기업간에 경쟁을 유발하는 도구로서 광고가 제품 품질을 향상시키고 낮은 가격을 유도하는 것으로 생각한다고 답변했다. 광고의 경제적 혜택에 대한 소비자의 시각은 북남미, 유럽, 아프리카, 중동 및 아태 지역으로 두루 일치했다. 또한 이번 조사에서 전 세계 거의 모든 시장에서 대부분의 소비자들이 전시/문화/스포츠이벤트(81%), 그리고 미디어(67%)를 지탱해주는 가장 중요한 도구로서의 광고와 스폰서십의 중요성에 대해 잘 알고 있다는 것도 밝혀졌다.

지역별로 보면, 유럽의 소비자들은 50%만이 광고가 소비자의 더 나은 선택을 도와준다고 답변한 반면, 남미의 경우 80%가, 아태 지역은 75%, 그리고 북미에서는 70%의 소비자가 광고가 소비자가 더 나은 선택을 할 수 있도록 도와준다는 데에 동의했다.

WFA와 닐슨의 이번 조사는 전 세계적 정치인들이 광고에 대한 새로운 규제 도입을 고려하고 있는 상황에서, 광고의 순기능에 대한 홍보 캠페인의 일환으로 소비자의 광고에 대한 태도를 가늠해 보고자 기획했다.

**[중국] 해외 브랜드 빌딩과 유통망 장악에 나서기 시작한 중국 마케터들**

중국의 올 2분기 GDP 성장률을 7.9%에 달했다. 미국이나 기타 주요 국가들이 금융위기로 큰 타격을 입은데 반해 중국은 큰 타격을 입지 않았다. 지난날 중국의 기업들은 원자재 확보나 더 싼 곳에 공장을 세우기 위해 전 세계를 누볐지만 이제는 브랜드 빌딩과 유통망 확보를 위해 나서고 있다.

레노보 그룹이 대표적이다. PC업체인 레노보는 2005년 IBM의 PC부문을 인수한 후 세계로 나아간 첫 번째 중국 민영기업이다. 베이징 올림픽 후원 등을 통해 서구의 소비자들에게도 낯설지 않은 이름이 된 레노보는 2010년 상하이 월드엑스포를 통해 브랜드를 세계에 널리 알리는 전략을 계획하고 있다. 레노보의 브랜드 커뮤니케이션담당 임원인 안토니 팽은 "기존의 매장들을 새로운 디자인으로 리뉴얼하고 선진국의 성숙한 시장과 신흥국 시장 모두를 공략해 나갈 것이다. 현재 경제 위기속에서는 일단 신흥국이 우리의 판매 엔진이 될 것이다"라고 말했다.

중국의 대표적인 스포츠 의류용품 회사인 리닝도 역시 비슷한 행보를 취하고 있다. 올림픽 스폰서를 했던 레노보와 달리 리닝은 아무것도 없는 상태에서 브랜드 빌딩을 시작했다. 리닝은 베이츠 141을 글로벌 광고대행사로 선정해 일단 싱가포르에 상징적인 첫 번째 매장을 열었다. 이 매장은 인도네시아, 싱가포르 및 말레이시아의 인기 스포츠인 배드민턴 용품과 의류에 초점을 맞추었다. 리닝은 중국 배드민턴 대표팀도 후원하고 있다.

중국 최대 가전업체인 하이얼 역시 전 세계를 대상으로 한 커뮤니케이션 전략 수립을 위해 올 7월에 WFP그룹의 헬앤노튼을 대행사로 선정했다. 하이얼은 일찍이 뉴질랜드 가전업체의 지분 20%를 인수했고, 이것이 뉴질랜드, 호주 시장에 자신의 고유 브랜드를 출시에 도움을 줄 것으로 기대하고 있다.

현재까지 중국기업의 세계 진출이 모두 성공적인 것은 아니다. 하이얼의 경우 미국 시장이나 기타 주요 시장에서 브랜드 이름을 알리는 데에 아직까지는 성공적이지 못하다. 게다가 미국 가전업체 인수도 실패했다. 하지만 중국기업의 성장은 지금부터가 시작이다. 10년 전만해도 매년 포춘지가 발표하는 전세계 500대 기업에 중국기업은 고작 8개에 불과했다. 그런데 작년에는 무려 28개로 늘어났다. 반면 미국기업은 발표 이래 최소인 140개로 줄어들었다. **KIA**

**협·회·소·식**

Voice of Korea Advertisers

**2009년도 제4차 편집회의**



지난 7월 1일 롯데호텔에서 제4차 편집회의가 있었다. 이날 회의에는 김상훈 인하대 교수, 박형재 한국코카콜라 상무, 임성빈 LG전자 부장, 조용우 삼성 차장, 배윤상 STX 팀장, 임희석 대림산업 팀장 등이 참석해 지난해에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

**언소주 카페 방통위에 심의 요청**

협회는 언론소비자주권국민캠페인이 펼치고 있는 특정신문 광고 게재 기업의 제품에 대한 불매운동과 관련해 회원사의 피해가 속출함에 따라 지난 6월 25일 방송통신심의위원회에 다 음커뮤니케이션즈의 언소주 카페에서 유통되고 있는 정보 등에 대해 불법성 심의 및 운영 제한을 요청했다.

**지상파 방송사 광고효과 증대를 위한 협조 요청**

내수경기침체로 인한 광고경기 부진과 최근 미디어법 통과로 경쟁이 더욱 치열해질 것이 전망됨에 따라, 협회는 지난 7

월 24일 지상파 방송사에 주요 드라마/예능/오락 프로그램에 대한 광고편성 동일과 홀드백 기간 준수에 대한 협조를 요청했다. 이를 통해 광고주와 방송사가 상호 협력할 수 있는 환경을 조성하는 데 노력을 기울였다.

**어린이식생활안전관리특별법 시행령 제정에 관한 건의문 전달**

지난 8월 3일 협회를 비롯한 한국광고단체연합회, 한국광고업협회 등 광고 3단체는 지속적으로 논란이 됐던 어린이식생활관련 법안이 업계의 우려에도 불구하고 고열량, 저영양 식품에 대한 광고시간제한이 명시된 조항이 신설되는 데에 따른 건의문을 보건복지가족부에 전달했다. 특히 어린이 비만의 원인은 복잡적이고 다양함에도 불구하고 단순히 기업에게만 책임을 전가시키는 부당성에 대해 의견을 개진했다.

**'광고주가 뽑은 좋은 신문기획상' 후보작 접수**

협회는 자유시장경제의 이념 확립과 반기업정서의 개선을 위하여 한해 동안 보도된 우수한 기획 기사를 선정, 시상하기 위해 '광고주가 뽑은 좋은 신문기획상' 후보작을 모집한다. 뛰어난 기획력과 독창적인 아이디어로 반기업정서 개선, 기업규제 완화, 시장경제교육 등 자유시장경제의 올바른 이해 증진에 기여한 기사로, 소정의 양식과 함께 9월 10일까지 접수하면 된다. 수상작은 10월 20일부터 22일까지 소공동 조선포텔에서 3일간 개최될 '2009 한국광고주대회'에서 시상할 예정이다. (자세한 사항은 협회 홈페이지를 참조) **KIA**