

Global News

캐나다 국민들, 광고산업에 대한 긍정적인 인식 나날이 증가




69%의 캐나다 국민들은 광고가 소비 촉진에 중요한 역할을 한다고 믿고 있다는 조사결과를 캐나다의 ICA(Institute of Communication Agencies)가 최근 발간된 Advertising Week를 통해 공개했다.

ICA의 길리엄 그래햄 CEO는 ‘광고는 소비자의 마음을 이끌어 경제 발전에 중요한 역할을 한다. 소비행태에 영향을 주는 광고는 결국 소비자 신뢰지수를 높이는 데 중요한 역할을 한다’고 말했다.

소비자의 태도에 영향을 주는 광고의 힘은 비단 판매에만 영향을 미치는 것이 아니다. 광고산업의 가치를 인정하는 캐나다 국민들이 점점 늘고 있다. 광고가 여러 가지 사회적 문제에 대한 국민들의 태도를 좋은 방향으로 바꾸고 있다.

조사에 따르면 조사대상자의 78%가 광고(산업)이 음주운전과 같은 문제에 대해 캐나다 국민들의 의식을 바꾸어 놓고 있다고 답변했고, 69%의 응답자가 광고산업이 ‘healthy living’과 ‘green living’에 대한 국민들의 의식수준을 긍정적인 방향으로 높여주고 있다고 답변했다.

77%의 응답자는 ‘애국심을 불러일으키는’ 광고가 국가 자부심을 높여준다고 답변했고, 56%는 캐나다에서 제작된 광고가 자신들에게 의미있다고 말했다. 54%는 더 많은 광고가 캐나다에서 제작되어야 한다고 답변했고 65%는 대부분의 광고가 캐나다에서 만들어졌으면 한다고 말했다.

한편 응답자들이 뽑은 최근 광고 중 최고의 광고에는 버드와이저, 애플, 코크, Telus, 이케아 TD, 몰슨, 펩시 등이 상위를 차지했다. 80% 응답자가 TV가 가장 영향력 있는 광고매체라고 답변했고 상점 POP와 신문이 뒤를 이었다. 

인도네시아 광고업계, 월드컵 특수 기대

인도네시아 국민들은 국가대표 축구팀이 월드컵 본선에서 뛰는 모습을 볼 수 없다. 하지만 광고계는 월드컵 특수를 누릴 것으로 기대하고 있다. 님슨 인도네시아에 따르면 2010년 인도네시아의 전체 광고시장은 약 16% 이상 늘어날 것으로 보이는데 남아공 월드컵이 그 핵심 역할을 할 것으로 내다보았다. 과거 2002년 월드컵 당시, 인도네시아 광고주들은 전년보다 무려 32%나 더 많은 광고비를 썼다.

월드컵과 관련된 광고 대부분은 월드컵 개최에 앞선 4월에서 6월 사이에 주로 집행될 것으로 보인다. TV광고뿐만 아니라 인쇄매체 광고도 크게 늘어날 것이라고 님슨 인도네시아의 마야키아 랜더니 국장은 말했다. 품목별로는 담배나 음식료의 광고가 크게 늘어날 것으로 보인다면서 주로 월드컵과 관련된 이벤트를 즐겨 사용하는 품목들이라고 덧붙였다.

월드컵 뿐만 아니다. 244개 지역에서 선거가 예정되어 있다. 비록 월드컵에는 못미치지만 광고시장에 활력을 불어넣을 것으로 보인다.

한편 대부분의 선진국에서 방송이나 인터넷에 비해 신문광고의 하락세가 눈에 띄는 반면, 인도네시아 광고시장은 특이하게도 신문매체의 광고 성장률이 가장 높다.