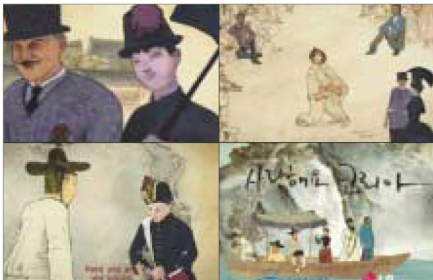


방통위 시장획정안, 규제강도 정하는 지침 활용

방송통신위원회는 매년 시장의 경쟁상황을 평가해 규제 제한이나 강화 조치를 내리고 있는 통신처럼, 내년부터 방송에도 비슷한 기준을 도입해 규제 방향을 정하는 근거로 활용한다는 방침이다. 방송통신위원회는 지난 10월 20일 전체회의를 열고, 이 같은 내용의 방송시장 경쟁상황평가를 위한 시장획정안'을 보고했다. 방통위는 경쟁상황 평가를 위한 시장의 대상을 ▷방송플랫폼의 가입자 확보 시장 ▷방송채널 시장 ▷방송프로그램 시장 ▷방송광고 시장 등 4가지로 나누기로 했다. 방통위는 연말까지 각 사업자들에게 자료를 요청해 시장별 지배력 평가를 위한 기초자료를 수집하고, 이용자 만족도, 진입장벽, 브랜드 인지도, 전환장벽, 상품정보의 획득 및 이용 등에 관한 시장지배력 평가 설문조사도 실시할 예정이다. 방통위는 이를 토대로 경쟁상황평가 연구반을 운영, 시장구조와 사업자 및 이용자 행위, 시장성과 지표들의 상대적 중요도 등을 결정하고 지배력 평가의 지표를 검토할 예정이다. 방통위는 내년 1월 시장상황평가(안)에 대한 사업자 및 전문가 의견 수렴 및 시장상황평가 결과를 위원회에 보고할 예정이다. 한편 방통위는 지상파와 케이블TV 간 분쟁을 일으킨 지상파 재송신에 대해서도 내년 1월말까지 재송신 제도개선반을 운영, 구체적인 입법 개선안 등을 마련한다고 밝혔다.

[LG] 사랑해요 코리아, 사랑해요 LG 캠페인' 올해의 광고상 선정



LG의 사랑해요 코리아, 사랑해요 LG 캠페인'이 한국광고홍보학회(회장 한은경)가 선정하는 올해의 광고상'에 선정됐다. 올해의 광고상'은 국내의 광고홍보학 교수 30인의 심사위원이 한 달간 심사를 거쳐 올해 최고 TV 광고 캠페인을 선정해 수상하는 제도이다. LG는 G20 정상회의, 다문화 등 국가적 이슈와 관련한 TV광고로 더 나은 대한민국을 만들기 위한 메시지와 함께 LG 브랜드의 아이덴티티인 '사랑'을 전파한 캠페인으로 평가받아 올해의 광고상

을 수상하게 됐다고 설명했다.

LG 홍보팀 브랜드담당 정창훈 상무는 LG가 소비자들과 소통에서 가장 강조하는 부분은 '고객사랑'이다. 앞으로도 LG가 제공하는 고객사랑의 가치를 효과적으로 표현해 나갈 것'이라고 전했다. 한편 LG와 함께 SK텔레콤의 '팔팔팔 캠페인', 한독약품의 '내 마음의 소화제 캠페인(헤스탈플러스)'이 올해의 광고상' 수상의 영예를 안았다.

[GS칼텍스] 아스팔트에서도 경유를? 새광고 눈길



GS칼텍스가 아스팔트를 청정경유로 만드는 기술, GS칼텍스라면 가능합니다'라는 메시지의 또 다른 I am your Energy' 광고로 눈길을 끌고 있다. GS칼텍스는 사람들에게 지속 가능한 삶의 원천을 제공하는 에너지 기업'임을 알리기 위해 2009년 3월 I am your Energy' 슬로건을 개발하고, 광고 캠페인을 통하여 우리 모두는 누군가의 에너지이며, 서로가 서로에게 좋은 에너지가 되자라는 관개'를 통한 에너지 철학을 이야기해 왔다.

새롭게 선보이는 이번 I am your Energy' 캠페인은 기업의 실체를 담아 에너지 전문기업으로서 보이지 않는 숨은 에너지의 새로운 가치를 발견하는 에너지 인사이트(Energy Insider)'를 컨셉으로 GS칼텍스의 전문기술(감압잔사유 수첨탈황분해시설(VR-HCR))을 소재로 아스팔트를 청정경유로 만드는 기술, GS칼텍스라면 가능하다는 메시지를 전달하고 있다. 다소 딱딱하게 느껴질 수도 있는 메시지를 보완하기 위해서 기존 I am your Energy' 캠페인에 단절감을 주지 않고 밝은 분위기를 유지하면서 거부감 없이 다가갈 수 있도록 가족, 특히 귀여운 어린 여자아이를 주인공으로 이야기를 전개하고 I am your Energy'송과 끝마무리 포맷을 기존과 같이 유지하였다.

GS칼텍스 박희준 광고팀장은 I am your Energy' 캠페인은 최근 소비자 조사결과, 런칭 후 현재까지 성공적인 진행을 하고 있으며, 앞으로도 시대 트렌드에 맞고 적절한 소재를 찾아내 I am