

## ■ 세계광고주대회 프로그램

[ 1999년 5월 27일 목요일 ]

### 1. 개회식 • Opening Ceremony

- \* 08:30 - 08:40 : 개회사 - 민병준 조직위원장
- \* 08:40 - 09:00 : 환영사 - 김우중 전국경제인연합회 회장, 한스머클 WFA 회장
- \* 09:00 - 09:15 : 기조연설 - 새로운 시대, 변화하는 기업의 역할 김종필 국무총리

### 2. 뉴 미디어 • New Media

- \* 09:15 - 09:20 : 세션소개
- \* 09:20 - 09:50 : 디지털 시대의 급변하는 미디어환경  
- 리차드 셸비지 IBM Worldwide 홍보본부장
- \* 09:50 - 10:40 : 광고와 인터넷 - 새로운 마케팅 커뮤니케이션 전략  
앨란 매드포스, 맥켄에릭슨 월드와이드 아시아지역 매체담당이사
- \* 10:40 - 11:00 : 커피타임

### 3. 광고의 자유 • Free Speech

- \* 11:00 - 11:10 : 세션 소개
- \* 11:10 - 11:30 : 상업언론의 영역 - 글렌 웨스, 광고기준위원회(ASA)전무 이사
- \* 11:30 - 11:50 : 새로운 천년의 광고윤리 - 더글러스 우드, 국제변호사
- \* 11:50 - 12:10 : 자율규제의 현황과 발전 방안  
- 수네요 마쓰모토, 히도쓰바시대학 법과대학 교수
- \* 12:10 - 12:30 : 종합토론
- \* 12:30 - 14:00 : 중식

### 4. 글로벌 마켓 - 아시아에서의 새로운 기회 Global Markets : New Opportunity in Asia

- \* 14:00 - 14:10 : 세션소개
- \* 14:10 - 14:40 : 아시아 시장의 신비 - 데이비드 리차드슨, 소프레스 서울지사장
- \* 14:40 - 15:10 : 위기의 극복과 새로운 기회 (1)  
- 침 호이 라이, 유니레버 동아시아 태평양지역 부회장
- \* 15:10 - 15:40 : 글로벌 시장의 미래  
- 앤드류 케이니, 보스턴 컨설팅 그룹 서울지사 부회장
- \* 15:40 - 16:00 : 커피타임
- \* 16:00 - 16:30 : 아시아 금융 시장 전망  
- 케빈 앤소니 웨슬리, HSBC Investment Bank Asia Holdings 회장
- \* 16:30 - 17:00 : 한국 경제 위기 극복 사례 - 이현재, 금융감독위원회 위원장
- \* 17:00 - 17:30 : 종합토론

\* 19:00 - 22:00 : 만찬연

[ 1999년 5월28일 금요일 ]

**1. 새시대의 커뮤니케이션 • Communications in the New Era**

- \* 09:00 - 09:10 : 세션 소개
- \* 09:10 - 09:40 : 마케팅 커뮤니케이션의 영역확대
  - 알렌 로젠샤인, BBDO Worldwide 회장
- \* 09:40 - 10:30 : 인터랙티브 미디어 : 크리에이티브와 기술
  - 팀 스미스, 레드스카이 인터랙티브 회장
- \* 10:30 - 11:00 : 커피 타임
- \* 11:00 - 11:30 : 새로운 시장 개척을 위한 브랜드 전략
  - 요시하루 후쿠하라, 시세이도 회장
- \* 11:30 - 12:00 : 커피타임
- \* 12:00 - 12:30 : 지역 포커스 중국 러시아의 브랜드 마케팅
  - 미하일 코즐로프, 워빌던 이사
  - 조우 키잉(상하이 자화 사장)
- \* 12:30 - 14:00 : 중식

**2. 마케팅의 미래 • Towards the Future**

- \* 14:00 - 14:10 : 세션소개
- \* 14:10 - 14:40 : 국경을 초월하는 문화의가교 - 광고 - 조카포 IAA 회장
- \* 14:40 - 15:10 : 비전통적 기법의 마케팅 트렌드 - 에두아도 피셔 Fischer America 회장
- \* 15:10 - 15:40 : 소비자 구매력에 있어서 음악의 역할
  - 아서 배스팅스(MTV 아시아 전략 기획 • 사업개발 담당 부사장)
- \* 15:40 - 16:00 : 커피 타임
- \* 16:00 - 16:30 : 뉴미디어 시대의 매체조사 -존 켈리 ESOMAR 부회장
- \* 16:00 - 17:00 : 인터랙티브 미디어의 자율규제 -에드윈 버렌스 P&G 이사

**3. 폐막식 • Closing Ceremony**

- \* 17:00 - 17:20 : 폐회사 - 한스머클 WFA 회장, 민병준 한국광고주협회 회장
- \* 17:20 - 17:30 : 차기대회 개최지 소개 : 2001 Tokyo Congress - 일본광고주협회 JAA
- \* 18:00 - 20:00 : 송별파티

< 제 46회 세계광고주대회 - 전세계 광고인 500명 참석 >



◀ 지난 97년 스위스 제네바에서 열린 제 44차 세계광고주대회 전경

새 천년 뉴미디어 시대의 세계경제와 광고산업에 대한 다각적인 모색을 위해 세계의 광고전문가들이 서울에 모인다.

오는 26일부터 28일까지 서울 워커히호텔에서 열리는 제46차 광고주대회는 한 세기를 마감하고 새로운 천년을 준비하는 시기에 열린다는 점에서 그 어느 때보다 관심이 집중되고 있다.

세계광고주연맹이 주최, 2년마다 여는 세계적 규모의 광고주 행사인 이번 서울대회에는 세계 40여 나라에서 150명의 외국 광고주, 광고회사, 언론사 대표 및 임원들이 서울에 오며, 국내에서도 350여명의 광고 관련인사가 참석한다.

한국광고주협회가 주관하는 이번 대회의 주제 발표자로 선정된 연사는 총 21명. 광고계의 대표적인 저널리스트인 조 카포 세계광고협회(IAA) 회장을 비롯 앨런 로젠샤인 BBDO 월드와이드 회장, 팀 스미스 레드스카이 인터랙티브 회장, 요시하루 후쿠하라 시세이도 회장, 이현재 금융감독위원회 위원장 등 유명인사들이 연사로 나선다.

이번 대회는 27일 오전 민병준 조직위원장의 개회사에 이어 김우중 전경련회장, 한스 머클 세계광고주연맹 회장 환영사를 시작으로 화려한 막을 올리게 된다. 이틀간 열리는 세미나 프로그램은 ▲뉴미디어 ▲글로벌 마켓 ▲광고의 자유 ▲새로운 마케팅 커뮤니케이션 ▲글로벌 브랜드 ▲마케팅의 미래 등 6가지 세션으로 구성돼 있다.

이번 서울대회는 새로운 천년의 마케팅 흐름을 살펴볼 좋은 기회로 기대를 모으고 있다. 한 세기를 마감하고 새로운 천년을 준비하는 시기에 열리는 서울 세계대회는 21세기 광고의 새로운 도전과 가능성을 모색하는 생산적이고 의미있는 장이 될 전망이다.

■ 세계광고주대회 연사소개

**뉴 미디어**

“위성 방송, 인터넷 등 새로운 매체의 등장은 소비자행동에서부터 광고주, 매체사, 광고대행사의 역할 및 상호관계를 변화시키고 있어 이들 사이의 관계 재정립의 필요성이 높아지고 있다. 디지털 시대가 가져올 생활 환경의 변화를 예측하고 이에 따른 광고의 미래에 대한 새로운 방향과 통찰의 기회를 제공한다.”

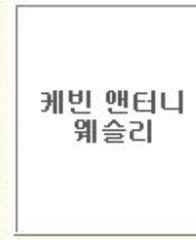


리처드 셀베이지:IBM 월드와이드 홍보본부장

앨런 매드포스:맥켄에릭슨 월드와이드 아시아 지역 매체담당 이사

**글로벌 마켓 : 아시아에서의 새로운 기회**

“지난 수십년간의 지속적인 고도 성장 이후 처음으로 맞는 아시아의 경제 위기는 전세계 50%에 해당하는 인구에게 직접적 영향을 주고 있다는 점에서 세계 경제에 미치는 영향은 대단히 크다고 한다. 아시아의 경제 위기 상황에서 소비자들은 어떻게 변화하였으며 마케터들은 그것에 어떻게 대처하고 있는가? 그리고 위기 극복 이후의 아시아 소비자들은 어떻게 변화될 것인가? 이것이 향후 세계 경제에 미칠 영향은 무엇이며 광고 전략은 어떻게 변화하게 될 것인가? 이 주제는 위기상황에서의 브랜드 관리에 대한 새로운 전략과 향후 아시아 시장전망을 제시하게 될 것이다.”



데이비드 리처드슨: 타일러 넬슨 소프레스 서울지사장

침 호우 라이:유니레버 동아시아 태평양지역 부회장

앤드루 케이나:보스턴 컨설팅 그룹 서울지사 부회장

케빈 앤터니 웨슬리:HSBC 투자은행 아시아 홀딩스 회장

이현재:금융감독위원회 위원장

**광고의 자유**

“오늘날과 같은 국경없는 경제와 뉴미디어 시대에 표현의 자유에 대한 요구는 날로 높아만 간다. 국제 마케터들에게는 이러한 자유와 더불어 도덕적이고 윤리적인 영역을 지키고 존중해야 하는 책임이 수반된다. 사회적 가치도 변하고 이에 따른 광고에 대한 자유의 영역도 어떤 부분은 확대되고 있는가 하면 또 어떤 부분은 오히려 더욱 엄격하게 제한되고 있다. 광고가 추구해야 할 자유와 책임에 대해 논의 한다.”



글렌윅스:광고기준위원회(ASA) 전무이사

더글러스 우드:국제변호사

수네오 마쓰모토:히도츠바시 대학 법학과 교수

### 새 시대의 커뮤니케이션

“인터랙티브 미디어와 디지털 혁명 등 정보통신기술의 발전은 마케팅 커뮤니케이션 환경을 근본적으로 변화시키고 있다. 초국가적 위성방송의 성장과 그것이 가져올 미래 사회에 대한 전망을 제시한다. 이번 서울대회에서는 현재와 미래의 마케팅커뮤니케이션을 조망할 기회를 마련하고자 한다.”



앨런 로젠샤인:BBDO  
월드와이드 회장



팀 스미스:레드 스카미  
인터랙티브 회장



이상철:한국통신프리텔  
사장



요시하루 후쿠하라:  
시세이도 회장



미하일 코즐로프:  
웜빌던 이사



초우 키양:상하이 자화사  
사장

### 마케팅의 미래

“최근 매스 마케팅의 한계를 극복하고자 보다 효율적인 마케팅 전략에 대한 방법론들이 다양하게 제안되고 있다. 새롭게 부각되고 있는 소비자 접근 마케팅 전략은 어떤 것들이 있으며 이러한 마케팅 전략의 효과와 고려해야 할 요소들은 무엇인가? 몇가지 비전통적 마케팅 전략에 대해 세계적인 권위자들의 전문적 식견이 제시될 것이다.”



조 카포:IAA회장



에두아도 피셔:피셔  
아메리카 회장



머서 베스팅스:  
MTV 아시아 전략  
기획, 사업개발담  
당 부사장



존 첼리:  
ESOMAAR 부회  
장



에드윈 베런스:  
P&G이사