

■ KAA NEWS

1. 공정위, 광고 임시중지 첫 명령

공정거래위원회가 표시·광고법에 따라 부당 광고를 일시 중지시키는 임시중지명령을 처음 발동했다. 공정위는 대한잠업개발공사의 진품누에동충하초가 객관적인 근거가 없고, 사실과 다른 부당한 광고행위를 하고 있다며 이를 즉각 중단할 것을 명령했다. 공정위에 따르면 이 회사는 실험용 쥐를 대상으로 한 실험결과를 토대로 마치 인체에 대해 항암효과 등 동일한 약리효과가 있다고 광고해왔다.

또한 광고 내용과 달리 농촌진흥청의 인증을 받은 사실도 없는 것으로 드러났다. 공정위는 "일반인들의 건강식품 선호도와 추석을 앞둔 시점을 감안할 때 광고가 지속될 경우 비교적 고가인 이 식품의 구입으로 인한 소비자 피해가 확대될 것을 우려, 신속하게 조치했다"고 밝혔다. 이에 따라 대한잠업개발공사가 앞으로 광고를 계속할 경우 1억원 이하의 과태료를 물게 된다.

한편 공정위는 황토매트를 생산, 판매해온 보원과 바로텔마케팅, 국민의료기 등 3개 사업체가 자사 상품과 관련 '인체에 밀착 사용해도 해롭지 않다'는 등의 광고를 했다며 시정명령을 내렸다. 공정위는 이 3개 업체가 각각 보원사계절건강매트, 원앙참숯옥매트, 국민황토방매트 등을 광고하면서 인체에 대한 유해 여부와는 상관없는 헬스Q 검사를 인용해 몸에 해롭지 않다는 표현을 썼으며, 상당기간 판매 가격이 변하지 않았는데도 특별히 할인해서 파는 것처럼 광고했다고 밝혔다.

2. 불공정 보도 책임, 광고주 15.7%

언론개혁시민연대가 서울에 있는 45개 단체 125명의 시민운동가를 대상으로 지난 8월 2일부터 6일까지 '한국언론의 진단과 개혁방향'에 대한 설문조사를 실시한 결과, 신문의 경우 응답자의 15.7%가 불공정 보도의 책임이 광고주와 기업에 있다고 대답했다. 이는 사주와 경영진(40.7%), 정치권력(30.1%)에 이어 세 번째로 높은 응답률을 기록한 것이다. 한편 방송의 경우에도 정치권력(38.5%), 사주와 경영진(38.05) 다음으로 광고주와 기업(12.7%)이 불공정 보도의 책임자로 꼽혔다.

3. AC닐슨, MSK 인수 및 패널 확대



미국의 다국적 기업인 AC닐슨이 국내의 텔레비전 시청률조사회사인 미디어서비스코리아(MSK)를 인수, AC닐슨코리아(대표 권오휴)에 합병한다. 그간 AC닐슨은 MSK의 지분 22.5%를 소유해왔으며, 이번에 MSK의 나머지 지분을 완전히 인수하기로 합의했다.

AC닐슨은 방대한 시장조사 경험을 최대한 활용해 내년 상반기까지 현재 서울로 제한된 패

널을 전국적으로 900가구까지 확대, 전국적인 시청률 서비스를 제공할 것이라고 밝혔다. AC닐슨은 세계 최대의 종합시장 조사회사로 아시아태평양 지역의 13개국 등 40여 개국에서 미디어 측정조사 및 시장조사 서비스를 제공하고 있다. 한편, MSK는 지난 91년부터 서울지역 300가구를 패널로 텔레비전 시청률조사 서비스를 해오고 있다.

4. TNS, 수도권으로 시청률조사 확대

TNS미디어코리아가 시청률조사 대상지역을 수도권으로 확대한다. 이로써 TNS는 기존의 서울 309가구와 이번에 새로 추가되는 인천, 부천, 수원, 성남(분당), 고양(일산), 과천 등 수도권 191가구를 합쳐 총 500가구의 패널조사를 통해 서울 및 수도권 지역의 시청률조사 자료를 공급하게 되었다. TNS는 이어 오는 10월 1일부터는 부산, 대구, 대전, 광주 등 전국 주요도시의 1,000가구에 대한 시청률조사 자료를 공급할 예정이다. TNS측은 지금까지 서울 지역에 대해서만 시청률조사가 이루어졌기 때문에 전국적인 시청자들의 채널 선호도 및 광고효과를 파악하는 데에 한계가 있었다며, 조사지역의 수도권 확대는 시청률조사의 전환점이 될 것이라고 밝혔다.

5. 광고비평포럼, 창립총회 개최

광고비평포럼(대표 강승구, 신용삼)이 지난8월 27일 프레스센터 11층에서 창립총회를 개최하고 본격적인 활동에 들어갔다. 이날 총회에서 신용삼 공동대표는 "신문비평이나 방송비평은 활성화되어 있는 데에 비해 광고비평은 미약한 형편이라서 아쉬움이 많았다"며 "광고가 이미 대중문화의 중요한 장으로 자리매김한 이상 광고에 대한 접근방법도 문화론적 입장에서 조망해볼 필요가 있다"고 말했다. 더불어 "광고비평포럼은 업계 봐주기나 광고회사 감싸주기를 거부하면서 광고계의 살아 있는 판관이 되고자 한다"고 밝혔다.



약 1년 동안의 준비기간을 거쳐 발족된 광고비평포럼의 발기인은 강승구(방송통신대 교수), 김병희(선연 부장), 김상범(K커뮤니케이션즈 대표), 마정미(문화평론가), 박대성(전 제일기획 국장), 박태창(러시 프로덕션 대표), 신용삼(신즈카피 대표), 엄창호(크림 대표), 원용진(동국대 교수), 이현우(제일기획 국장), 전영우(인천대 교수), 차유철(MBC애드컴 국장) 등이다. 한편 이날 총회에서는 기념세미나가 진행됐는데, 소프트 곰바우 인쇄광고에 대한 비평과 제작을 담당할 광고회사의 반론, 광고주의 발표 등으로 진행됐다.

6. 인터넷광고 관심도 대폭 증가

인터넷이나 PC통신과 같은 온라인통신 광고에 대한 소비자들의 관심이 급속히 커지고 있는 것으로 조사됐다. 또한 전파매체 광고에 대한 관심은 비교적 낮아진 반면 신문광고에 대한 관심은 커졌다. 이러한 결과는 6개 광고회사가 지난 5월 1일~31일까지 서울을 비롯한 6대

광역도시 및 경기도에 사는 소비자 4,000명을 대상으로 실시한 CPR조사에서 밝혀졌다. 조사에 참여한 광고회사는 금강기획, LG애드, 동방커뮤니케이션즈, MBC애드컴, 오리콤, DBM 코리아 등으로, 이 조사에서 소비자들은 인터넷 광고에 대해 98년에는 9.7%만이 관심을 갖는다고 답했으나 올해에는 15.5%로 높아졌다.

7. 500대 기업 매출, 글로벌 기업1/26

국내 500대 기업의 매출 규모는 글로벌 500대 기업의 26분의 1 수준으로, 이들 기업의 총 순이익 규모에도 미치지 못하는 것으로 나타났다. 한국능률협회에서 발간하는 <현대경영>이 글로벌 500대 기업과 국내 500대 기업을 비교 분석한 결과 지난해 글로벌 500대 기업의 총 매출액은 1경 3,756조 800억원으로 국내 500대 기업의 527조 3,207억원보다 26.1배 많은 것으로 나타났다. 또 지난해 한국의 매출액 상위 10대 기업의 총매출액은 192조 7,217억원으로 세계 최대 기업인 GM의 193조 5,780억원에도 미치지 못한 것으로 나타났다. 글로벌 5백대 기업 가운데 한국 기업은 지난 96년 13개에 이어 97년 12개 지난해에는 9개로 계속 줄어드는 추세를 보이고 있다.

8. 온세통신, 인터넷사업 본격진출

온세통신은 현대정보기술의 인터넷서비스 부문인 신비로를 인수, 인터넷 사업에 본격적으로 진출한다고 밝혔다. 온세통신은 신비로 인수를 계기로 가입자망 보유 사업자와의 제휴를 통해 초고속 인터넷 시장에 본격 진출하고 자체 위성망을 활용해 위성 인터넷 서비스도 제공할 계획이다. 신비로는 지난 8월 말 현재 전용회선서비스 870개 기관, 개인접속서비스 9만 6,000명, 웹호스팅서비스 가입자 280명, 온라인서비스 49만 3,000명을 확보하고 있다. 온세통신은 자체 네트워크를 활용해 다른 경쟁사에 비해 원가부담을 줄일 수 있고 이용자 증가에 따른 인프라 용량 확보에도 유리해 안정적인 고품질 인터넷 서비스를 제공할 것이라고 밝혔다.

9. 한솔PCS, 광고 들으면 무료통화

한솔PCS는 15초 동안 광고를 들으면 1분간 무료로 통화할 수 있는 서비스를 제공한다. 이 서비스를 받으려면 한솔PCS 가입자가 광고와 함께 문자로 전송된 콜백 번호로 전화를 하면 된다. 이 서비스는 별도로 가입할 필요가 없으며, 다만 광고주가 자신이 원하는 고객에게 광고와 문자로 전송된 콜백 번호를 받아야 무료 통화를 할 수 있다. 광고주의 경우 15초 동안 광고를 들려준 후 1분간 통화요금을 부담하게 되며, 특히 저렴한 비용으로 짧은 시간에 원하는 계층을 공략할 수 있는 이점이 있다.

10. 광고전문지 월간 애드썸컴 창간

국내 광고산업의 전반을 다루는 월간 애드썸컴(Ad.com)이 창간됐다.



애드썸컴은 올 상반기에 폐간된 월간 애드버타이징 편집팀이 새롭게 창간한 광고전문지. 광고계의 산 증인인 신인섭 교수가 회장을 맡았고, 중앙리서치의 조임출 사장이 발행인, 월간 애드버타이징의 오규숙 편집장이 데스크를 맡아 광고업계 정론지가 될 것으로 기대된다.

애드썸컴은 창간사에서 "앞으로 기업의 최고경영자 및 마케팅 실무 책임자의 현장업무에 도움이 되는 책, 튼튼한 한국적 마케팅 실전사례를 구축하는 데 도움이 되는 책이 될 수 있도록 노력할 것"이라고 밝혔다. 한편, 본지는 이번 달부터 애드썸컴 선정 '베스트 오브 베스트' 가운데 대상을 소개하기로 했다.

11. 전자신문사, 전자광고대상 제정

전자신문사가 창간 17주년을 맞아 건전한 광고문화 창달과 광고산업 진흥을 위해 전자 정보통신업계의 우수 광고를 발굴해 시상하는 '제1회 전자광고대상'을 제정 올해부터 매년 시행한다. 전자신문사는 이번에 '전자광고대상'을 제정한 것에 대해 일반 광고시장과 다른 전문 광고인을 양성 배출하고, 광고의 질적 가치를 높여 전자 정보통신업계가 확고한 경쟁 우위를 지키게 하는 데 목적이 있다고 밝혔다.

12. LG애드, 대학생광고대상 시상

LG애드(대표 이인호)가 매년 개최하는 대학생광고대상 시상식이 지난 8월 25일, 국민생명빌딩 한마음대강당에서 수상자 등 200여 명이 참여한 가운데 열렸다. 총 3,601편의 출품작 가운데 46편만이 수상작으로 선정돼 무려 78대 1의 높은 경쟁률을 보인 제12회 LG애드 대학생광고대상 대상은 한국엡손의 엡손 스타일러스 컬러 프린터 텔레비전 광고를 출품한 권현선·현정 자매가 차지했다. 친자매로 이루어진 팀이 광고 공모전 대상을 수상한 것은 유례를 찾기 어려운 일이어서 더욱 관심을 모으고 있다. LG애드는 시상식에 이어 수상작을 한 데 모은 작품집도 제작, 배포할 계획이다.



13. 광고공사, 매체 실무자 세미나 개최

한국방송광고공사(사장 배기선)는 지난 9월 9~10일 경기도 양평 남한강 연수원에서 제10회 광고회사 매체실무자 초청 세미나를 개최했다. 이 세미나에서는 이인호 LG애드 사장이 '새 천년 국내 광고산업의 전망'을 주제로 강연했으며, 방송광고판매의 글로벌 스탠더드, 방송광고 코드표준화 작업의 의의 등 방송광고 영업현안과 관련된 주제로 토론이 진행됐다.

14. MBC애드컴, 이천도자기축제 주관

MBC애드컴(대표 위호인)은 9월 8일부터 19일까지 경기도 이천 선봉산 및 도예촌에서 열리는 제13회 이천도자기 축제를 주관했다. 이천도자기축제는 우리 도자기의 아름다움을 널리 알리고, 도자기 문화의 보급을 통해 도자기 산업과 관광산업의 활성화를 기하기 위해 마련된 것으로, 도예 교실, 도자기 경매, 전통가마 불지피기, 내가 만드는 도자기 코너, 대학생 도예공모전 등 다채로운 행사로 진행됐다.

[애드썸컴 선정 베스트 오브 베스트 대상 - SK텔레콤 TTL]



새로운 것은 창조 또는 발견의 과정을 통해 탄생한다. TTL은 그 후자에 해당할 것이다.

SK텔레콤은 부동의 이동전화 시장 리더. 하지만 유독 20대 초반의 젊은 층에게 약한 모습을 보여왔다. 높은 품질 덕분에 다소 고가 이미지가 형성되어, 그들에게만 갖고 싶지만 갖기 힘든 번호로 받아들여지고 있다.

자칫 아저씨 번호라는 이미지로 연결될 위기감으로 오랜 기간 정확한 문제점의 파악과 그 문제점을 어떻게 해결할 수 있을까 파악하기 위해 그들의 생활 속을 관찰해왔다. 기성의 틀에 대해 도전하고 그 틀의 파괴를 통해 새로운 것을 추구하려는 그네들만의 독특한 사고방식. 주어진 정답보다는 스스로 만들고 해석해 나가려는 그네들의 본원적인 성향을 통해 무질서 속의 질서와 혼돈 속의 정돈된 정의를 하나 하나 발견할 수 있었다.

결국 TTL 광고 전략의 틀을 간단히 정의해 본다면 자유분방하고 혈기 넘치는 야생마를 억지로 샘물까지 끌어와서는 안 된다는 것. 그 야생마가 샘물을 먹게 하기 위해서는 그 말이 스스로 관심을 갖고 샘물로 찾아와야 한다는 것이다. 호기심, 의미해석의 모호성, 모델의 신비함 등 광고 전체를 둘러싼 모든 요소들은 이러한 틀을 바탕으로 디자인된 것이다.

앞으로도 TTL은 스무 살로 상징화된 1823세대의 시각과 사고 속에서 새로운 문화적 가치를 수용하고, 함께 성장해 나가는 진보적인 브랜드가 될 것이다.

화이트커뮤니케이션 이원순 실장