

■ KAA NEWS

1. 대한민국광고대상 수상작 시상



한국광고단체연합회가 주관하는 대한민국광고대상에 제일보젤이 기획하고 세종문화가 제작한 SK텔레콤 스피드011 '사슴'편이 선정됐다. 이 광고는 스피드011의 컨셉트인 '마음을 전한다'라는 이미지를 잘 유지하여 표현하였고, 최근 중요한 문제로 부각되고 있는 환경 친화적인 표현이 높이 평가되었다.

올해 신설된 창작부문 최우수상(라디오부문)은 애니콜 '운전 중 통화예절'편을 제작한 제일기획 류재하 카피라이터와 강재덕 프리랜서, 송재근 한솔사운드 오디오PD가 차지했다. 한편 대한민국광고대상 시상식은 11월 10일 롯데호텔에서 열렸다.

2. 자율심의기구 추계 세미나 개최

광고자율심의기구는 11월 3일 올림픽파크텔에서 추계 광고심의 세미나를 개최했다. 이번 세미나에서는 상품 등의 효능·효과 광고표현에서 나타나는 '추천·보증광고의 현황과 문제점'을 제1주제로, '자료 등 인용광고의 현황과 문제점'을 제2주제로 발표와 지정토론이 이어졌으며, 최근 사례들과 이에 따른 현실적인 개선방안이 함께 논의됐다.



한편 지정토론자로 참석한 광고주협회 박효신 상무는 "문제광고에는 합법적인 제품의 불법적인 광고가 있고, 제품 자체가 불법인 광고가 있다"고 전제하고 "이 세미나에서 문제광고라고 지적된 광고 대부분이 제품 자체가 의심스럽거나 광고주가 불분명하며, 이러한 광고들이 건전한 광고주에게 피해를 주고 있다"고 지적했다. 또한 "물품이나 서비스 자체가 불법인 광고에 대해서는 광고심의의 차원을 넘어선 법적인 방법으로 해결해야 하며, 합법적으로 생산·판매되는 제품의 광고에 대해서는 표현의 자유가 더욱 확대되어야 한다"고 주장했다.

3. 한국ABC협회 인터넷 세미나 개최



한국ABC협회는 10월 29일 전경련회관 대회의장에서 '인터넷 광고와 ABC의 역할'을 주제로 세미나를 개최했다.

이번 세미나에서 발제자들은 인터넷 매체에 대한 ABC 공사의 필요성과 질적인 조사의 필요성에 대해 공동인식을 갖고, ABC 공사 제도 정착방안으로 매체사와 광고주 및 광고회사의 인식전환을 요청하는 한편 참여사에 대한 정부 및 광고주의 광고차별화 등 인센티브 방안을 제시했다.

4. LG정유 시그마6 대축제 실시

LG정유는 무결점을 지향하는 최첨단 청정휘발유 '시그마(SIGMA)6'의 출시를 기념하고 이를 고객들에게 널리 알리기 위해 '시그마6 탄생기념 대축제'를 실시했다. 이번 행사는 10월 한 달 동안 보너스카드 회원을 대상으로 ARS를 통해 이루어지는 퀴즈응모 대잔치와 12월까지 인터넷 홈페이지(www.lgcaltex.co.kr)를 통해 이루어지는 인터넷 경품 대잔치로 이루어져 있다.



5. 제일기획 신규 수주 천억원 돌파

제일기획이 연간 신규 광고수주 1,000억원 시대를 열었다. 제일기획은 10월말까지 새롭게 영입한 광고주로부터 수주한 연간 광고비 규모가 1,154억원에 달했다고 밝혔다.

한편 제일기획은 이 같은 신규 광고주 영입의 순항에 따라 당초 5,800억원으로 잡았던 올해 매출목표를 6,700억원으로 상향조정했다.

6. 금강기획 영국 CCG로 매각

현대그룹의 광고회사인 금강기획이 현대그룹의 구조조정 계획에 따라 영국의 코디안트 커뮤니케이션 그룹으로 매각된다. CCG는 영국에 본사를 두고 세계 70개 나라에 170여개의 지사를 가지고 있는 세계적인 커뮤니케이션 그룹이다. 이 그룹은 세계적인 네트워크를 가진 종합광고회사 베이츠 월드와이드를 포함하고 있으며, 세계적인 미디어 서비스 에이전시인 제니스 미디어 월드와이드의 지분 50%를 가지고 있다. 이번 계약으로 CCG는 금강기획의 지분 가운데 80%를 보유하게 되고, 현대그룹은 20%의 지분을 계속 유지할 예정이며, 현대측은 향후 상당기간 동안 그룹의 광고물량을 보장하기로 하였다.

7. 태평양 라네즈 데이 이벤트 실시



태평양은 '라네즈 데이'로 지정한 첫 눈이 오는 날 독특한 인터넷 이벤트를 개최한다. 행사 내용은 첫 눈이 오는 날 라네즈 홈페이지(www.laneige.co.kr)에 접속한 네티즌 가운데 4,000명을 선정해 이들이 지정한 친구나 연인에게 라네즈 립스틱을 보내준다는 것. 태평양의 담당 브랜드매니저인 나인석 부장은 "라네즈는 불어로 눈(雪)이라는 뜻으로 현대 사회에서 자신에게 솔직하고 자신 있는 삶을 살아가는 여성을 상징한다"며 "첫 눈과 라네즈는 의미가 같아 첫 눈이 내리는 날을 '라네즈 데이'로 부르기로 했다"고 말했다.

8. LG애드 LG트윈타워로 이전

LG애드가 11월 15일 여의도 LG트윈타워로 이전했다.(대표전화 3777-1114) 이로써 LG애드는 87년 12월 LG마포빌딩 입주 후 약 12년 동안의 '마포시대'를 마감하고 새로운 '여의

도시대'를 맞이하게 됐다. LG애드는 지난 8월 증권거래소 신규상장 이후 활발한 경영활동을 벌여왔는데, 이번 사옥이전으로 밀레니엄 시대 "새로운 터전에서의 새로운 도약"을 다짐하고 있다.

한편 서울광고기획도 지난 10월 15일 종로구 원남동으로 사옥을 이전했다. 이전 주소는 종로구 원남동 66-21 보령빌딩 11층이며 전화번호는 3668-8000이다.

9. 화제의 광고 네티앙 '상형문자'편



이집트 벽화가 살아 움직이며 마치 화면 밖으로 나올 것 같은 신비로운 영화 같은 광고가 눈길을 끈다. 이 광고의 주인공은 바로 인터넷 커뮤니티를 추구하는 네티앙. 이집트 벽화 속에 나와 너를 뜻하는 상형문자인 남녀의 모습이 보이는 것으로 이 광고는 시작된다. 이어 벽화의 그림이 대화, 느낌, 친구, 세상이라는 뜻의 상형문자로 변화되고 이어 천체에 네티앙을 수놓은 별자리가 그려지면서 내가 세우는 인터넷 커뮤니티라는 멘트와 함께 우주정거장에 도착하는 것으로 이 광고는 끝을 맺는다.

네티앙은 개인홈페이지 만들기 등 1차 광고에서부터 독특한 자기만의 색깔을 표현, 2차 광고로써 네티앙만의 서비스 차별성인 커뮤니티 서비스에 대한 이미지를 확실히 굳히고 있다는 평이다. 오리콤의 네티앙 담당기획인 서희곤씨는 "최첨단 미디어인 인터넷 광고에서 기원전 3000년경에 사용됐던 상형문자를 표현수단으로 사용하는 것이 안 맞는 것처럼 보이지만, 요즘 네티즌들이 자기들만의 약어를 통해 공감대를 이루어 나가는 성향을 볼 때 상형문자 표현법은 오히려 감각적인 젊은층에게 친근하게 어필할 것으로 기대된다"고 말한다.



10. 휘닉스컴 덴츠 광고세미나 개최

휘닉스커뮤니케이션즈는 창립 3주년을 맞이해 10월 20일 프레스센터 국제회의장에서 제3회 휘닉스컴 덴츠 광고세미나를 개최했다. 이번 세미나에서는 일본 광고산업의 선진기법에 대한 강연과 광고 덴츠상 수상작에 대한 소개가 있었으며, 총 50점의 수상작품 전시회가 함께 열렸다.