

■ KAA NEWS

1. 광고학회 특별 연구세미나 개최

한국광고학회는 6월 10일 프레스센터 11층 한국방송광고공사 광고교육원에서 특별연구세미나를 개최하였다. 이날 세미나에는 김흥규 한국외대 신문방송학과 교수가 「어떤 로고가 선호되는가 - 로고의 기호학적 의미에 관한 연구」를, 성영신 고려대 심리학과 교수가 「쇼핑 환경과 쇼핑물에 대한 소비자 태도」를, 윤각 서강대 영상대학원 광고PR학과 교수가 「비방 정치 광고가 정치적 의사 결정에 미치는 영향」을, 박영원 청주대 산업디자인과 교수가 「웹사이트 커뮤니케이션에서의 디자인 유머효과의 활용 가능성에 관한 연구」를 각각 발표하였다.

2. 방송광고 대체입법에 관한 쟁점 토론회 개최

한국광고교육학회와 언론정보학회는 6월 19일 오후 2시 프레스센터 19층 회의장에서 방송광고 대체입법에 관한 쟁점 토론회를 개최한다. 이날 세미나에는 김재범 언론정보학회 회장이 「방송광고시장에서의 경쟁방식 - 미디어레플 중심으로」를, 윤선길 한신대 광고홍보학과 교수가 「한국방송광고공사의 기능 및 역할 개선」을, 김유경 동의대 광고홍보학과 교수가 「방송광고요금 및 판매방식」을 주제발표한다.

3. 한국통신 제3회 광고공모전

실시한국통신은 대학생들의 참신한 아이디어를 광고제작에 반영하기 위해 제3회 한국통신 광고공모전을 개최한다. 이번 공모전은 전국의 전문대 이상 대학생과 대학원생을 대상으로 TV-CM과 신문광고, 인터넷광고 등 3개부문에 대해 실시하며, 접수마감은 오는 24일. 수상자에게는 장학증서와 상장 및 트로피가 제공되며, 오는 7월 7일 신문광고 및 광고공모전 홈페이지를 통해 수상작품을 발표할 예정이다.

4. 오리콤, 뉴욕 페스티벌 은상

수상오리콤은 뉴욕 페스티벌에서 위장약 암포젤엠으로 신문부문 '은상'을 수상하였다. 동사는 최근 클리오 국제광고제에서 버거킹으로 본상 이외의 입상작 부문인 Shortlist를, 뉴욕 페스티벌에서 섬유유연제 피죤으로 본상 이외의 입상작 부문인 Finalist에 각각 선정됐다.

이번 뉴욕페스티벌에서 은상을 수상한 위장약 암포젤엠은 고통받고 있는 위를 선인장의 가시로 묘사, 임팩트있는 심플한 비주얼이 제품의 특성을 잘 살렸다는 평을 받았다.

5. 공정위, 체인점 허위·과장광고 직권 조사

공정거래위원회는 전국 32개 음식점과 자판기 체인본부를 대상으로 체인점 모집과 관련한 허위·과장 광고에 대해 직권조사를 벌였다. 공정위는 월 수익을 지나치게 부풀려 광고해 체인점을 모집하는 행위를 집중 조사하고 제품 특허가 있는 것처럼 속이거나 반품을 거절하는

행위도 함께 단속할 방침이다. 이번에 조사가 진행된 업체들은 월 200만~500만원의 순이익을 보장한다고 광고를 해 체인점을 모집하고 있지만 실제로는 그만큼 이익을 내지 못해 투자금만 날리는 등 피해가 속출함에 따라 조사가 이루어졌다.

6. 삼암기획 Creative Review Board 실시

삼암기획은 5월 31일 오후 4시 동사 프리젠테이션룸에서 김덕룡 홍익대 광고디자인학과 교수, 김유경 한국외국어대 신문방송학과 교수, 성영신 고려대 심리학과 교수, 조문형 광고제작실 대표를 초청, 향후 아시아나항공의 광고캠페인 전개 방향을 위한 Creative Review Board 시간을 가졌다.

7. 삼성전자 IDEA 2000 디자인 공모전서 금상과 은상 수상

삼성전자는 미국산업디자인협회(IDEA)와 비즈니스위크지가 공동 주최한 'IDEA 2000 디자인 공모전'에서 금상과 은상을 수상했다. 이번 공모전에서 동사는 차세대 온라인 동영상 표준인 MPEG-4를 채택한 웹사이트 디자인 '토탈 웹 멀티미디어 디자인'으로 최고상인 금상을 수상했으며, 또 청소년층을 타겟으로 한 '누드형 디지털 카메라'와 'TFT-LCD(박막액정 표시장치)모니터 TV'로 각각 은상을 받았다.

삼성전자는 이번 수상에 따라 지난 96년부터 올해까지 모두 14번을 수상, 필립스, 휴렛팩커드 등 세계적인 업체들을 제치고 미국 애플사에 이어 두번째로 많은 상을 받은 업체가 됐다. IDEA(Industrial Design Excellence Awards)는 세계적 권위의 디자인 공모전으로 소비재, 가구, 그래픽, 자동차, 사무기기 등 9개 부문으로 나누어 시상하며 디자인 혁신, 사용자 편리성, 인체공학성 등이 심사기준이다.

8. LG전자 스포츠 마케팅 전개

LG전자는 이란의 수도 테헤란에서 열리는 4개국 축구대회에 100만 달러를 후원하고 대대적인 판촉활동을 전개하였다. 「LG컵 축구대회」로 명명된 이번 대회에는 이란·이집트·마케도니아와 함께 한국이 참가했으며, 토너먼트 방식으로 대회가 운영된다. 동사는 이번 대회 주최자로서 개·폐회식 주관 및 시상, 대회 명칭 부여, 광고 및 대회 고지 등에 대한 독점권을 사용하며, 중동과 아프리카 전역에 위성을 통해 생중계되었다.

9. 삼성전자, 세계 사이버 게임대회 추진

삼성전자는 인터넷 게임 랭킹 서비스 회사인 배틀탑 및 사이버 엔터테인먼트 전문회사인 CMM과 전략적 제휴를 맺고 '세계 사이버 게임대회'의 개최를 추진 중이다. 세계 사이버 게임대회는 각국별 온라인 게임 예선전을 거쳐 선발된 국가대표들이 매년 지정된 개최지에 모여 종목별 우승자를 가리는 대회다. 세 회사는 올해 7개국에서 선발된 국가대표들이 참가한 가운데 한국에서 시범대회를 개최하고 내년에 약 25개국이 참가하는 '제1회 세계 사이버

게임대회'를 개최할 예정이다.

10. 삼성화재 '찾아가는 디지털 서비스'편

고객에게 직접 찾아가 서비스를 제공해 준다는 개념으로 호응을 얻었던 삼성화재는 같은 컨셉을 가지고 보다 디지털화된 이미지를 구축하기 위해 송승헌 씨를 모델로 하여 디지털 맨이라는 가상인물을 만들어 냈다. 위치확인시스템을 이용하여 사고고객에게 신속하게 달려가 '30분내 현장출동서비스'를 제공하는 디지털 맨! 이번 광고에서는 도로표지판, 등대, 비행기에서 육지, 바다, 하늘 등 모든 생활공간을 디지털 맨이 지켜준다는 내용을 화면에 담았다.

대부분의 사람들은 보험회사라면 직접 보험가입서를 들고 뛰는 아주머니를 연상한다. 이제 삼성화재에서는 기존 보험설계사들의 서비스는 그대로 유지하되 디지털 시대의 새로운 서비스 개념인 '찾아가는 디지털 서비스'를 시도하고자 하는 것이다. 즉, 앉아서 보험가입자를 기다리는 아날로그식 서비스가 아니라 GIS, Mobile Office 등의 직접 찾아가는 디지털 서비스를 제공하겠다는 것이 삼성화재의 새로운 의지이다.

11. 웰콤 새CM, 신세계 그룹PR '동맥'편

신세계의 새로운 광고 '동맥'편은 신세계가 단순히 백화점이 아니라 경제의 흐름을 주도하는 종합유통 선두그룹임을 표현하고 있다. '유통은 나라의 동맥'이라는 나레이션과 함께 힘있게 주먹을 쥐는 손, 근육이 강한 팔의 핏줄을 따라 신세계의 유통망이 하나씩 새겨진다.

마지막으로 주먹이 퍼지면서 날아가는 꽃은 신세계의 CI를 만들고 '대한민국 유통대동맥-신세계'라는 힘있는 나레이션으로 마무리된다.

기존의 여성스러운 백화점 이미지에서 탈피해 유통산업의 중심이라는 강한 컨셉을 잡았고 이것이 21세기의 새로운 비전을 추구하는 신세계그룹의 욕구에 부합되었다는 평이다.

12. 하이텔, 전쟁터 소재로한 CF 화제

한국통신이 전쟁터를 소재로 한 '하이텔' CF를 선보여 화제가 되고 있다. 적군을 물리치고 전투에서 승리한 하이텔부대가 산 정상에 자신들의 깃발을 세우는 장면이 등장한다. 그리고 승리를 자축하듯 빠른 템포의 랩 음악이 흘러 나온다. CF가 주는 메시지는 '인터넷 새나라 하이텔' 광고의 요체인 비주얼과 카피, 이 두가지 요소가 군더더기 하나 없이 힘있고 간결하게 만들어진 작품이다. 내용은 심플하지만 임팩트는 강하다. 무한한 가능성이 열려 있는 온라인상에서 새로운 세계가 펼쳐질 것 같은 기대와 희망을 불러 일으킨다.

13. 김석년 선연 회장 샤밀 화레스상 수상

김석년 선연 회장은 최근 열린 제37차 IAA 국제광고대회에서 국제적인 광고산업의 발전 등에 기여한 공로로 협회 최고 공로표창인 샤밀 화레스상을 받았다.