

■ KAA NEWS

1. 롯데칠성음료 새 광고 'Take a break, 칠성사이다'

롯데칠성음료는 최근 탄생 50주년을 맞아 제품로고 및 BI를 교체하고, 광고에서도 기존의 '맑고 깨끗한 맛, 칠성사이다'라는 슬로건을 'Take a break, 칠성사이다'로 바꾸며 젊은 감각의 크리에이티브를 선보이고 있다. 광고배경도 맑고 깨끗한 자연을 보여주던 것에서 도심속 젊은층의 생활속으로 파고들었다. 이번에 새롭게 방영되는 CF에서는 신선한 모델 김민을 기용하여 20대 젊은 여성의 신선한 생활의 단면을 보여주고 있다.

이번 광고를 제작한 대홍기획은 칠성사이다를 젊은층에게 친숙한 음료로 자리매김하는 것이 목표라고 밝히고, 이를 위해 타겟의 생활속에 언제 어디서나 함께 한다는 내용을 담아 칠성사이다의 맑고 깨끗한 이미지와 타겟의 정서를 연결시켜 표현했다고 한다.

2. 동아제약 제3회 국토대장정 출정



동아제약이 주최하는 제3회 대학생 국토대장정이 7월 6일 부산 용두산공원에서 출정식을 갖고 589.5Km 구간의 대장정을 시작했다. 이날 출정식에는 이어령 행사고문, 표재순·곽수일·장미희 자문위원, 전진 부산광역시장, 박재운 부산대총장, 유삼열 부산MBC 사장 등 행사관계자와 축하인사들이 참석한 가운데 동의대학교 풍물패의 흥겨운 사물놀이를 시작으로 무사행군을 기원하는 축포발사로 마무리되었다.

국토대장정의 행사고문인 이어령 새천년준비위원장은 출정선포를 통해 "우리 문화와 역사에 대한 긍지를 갖고 세계화시대를 여는 젊은이로서 꿈과 희망을 품어라"고 선언하며, 컴퓨터 추첨을 통해 선발된 144명의 건강한 젊은이들의 힘찬 출발을 격려했다.

3. 대한항공 기업PR 등 좋은 광고 선정

한국광고자율심의기구는 대한항공, LG전자, 동양제과 등 3개 회사의 기업PR광고를 2/4분기 광고심의기구가 뽑은 좋은 광고로 선정했다. 대한항공의 경우 '고객을 가족처럼 모시는 기업'의 이미지를, LG전자는 '섬마을 아이들의 디지털 친구'라는 문구로 정겨운 이미지를, 동양제과는 '열린 교실 캠페인'을 통해 기업의 사회적 가치와 이미지를 잘 표현한 것으로 각각 평가됐다.

4. 삼성, 현대 상호 비방광고 게재 시정명령

공정거래위원회는 아파트 재건축사업 시공권을 놓고 상호 비방전을 펼친 현대건설과 현대산업개발, 삼성물산에 대해 법위반 사실 공표명령을 내렸다. 현대건설과 현대산업개발은 지난 3월 서울 개포동 주공1단지아파트 재건축사업 수주때 경쟁을 벌인 삼성물산과 대우컨소시엄이 아파트 동을 나누어 시공하기 때문에 아파트 외벽에 삼성물산의 단일로고를 사용할 수

없다는 공정위의 판정을 받았다고 허위광고를 게재했다.

한편 삼성물산은 현대건설이 조합원들에게 추가부담금을 요구하고 재건축사업 추진능력에 문제가 있다는 등 비방광고를 담은 비디오테이프를 배포한 사실이 밝혀졌다.

5. KBS 제2라디오 FM시대 맞는다

KBS는 최근 라디오의 FM화 추세에 발맞춰 제2라디오를 점차 FM으로도 수신이 가능하도록 바꾸기로 하고 1차로 서울, 경기지역에 한해 FM방송을 개국하였다.

서울 남산 송신소에서 송출하는 이 FM의 주파수는 106.1MHz로 이미 지난달 27일부터 시험 방송을 실시하였으며, 오는 8월에는 제주권(91.9MHz)과 강원권(102.1MHz)으로 방송 권역을 확대한 뒤 2002년까지 전국적인 방송망을 갖출 예정이다. 이번 FM 개국을 기념해 지난 1일에는 '라디오 집중천하 - 새로운 2라디오 시대를 연다'는 타이틀로 오전 5시부터 21시간 생방송을 실시했다.

6. MBC애드컴 제1회 애드챌린지 개최

MBC애드컴은 국내외 대학생들을 대상으로 광고기획서, TV-CM, GR 등을 공모, 이를 심사·시상하는 제1회 MBC애드컴 애드챌린지(AD-Challenge)를 개최한다. 참가대상은 국내외에 재학중인 전문대 이상의 대학(원)생으로, 오는 8월 1일부터 31일까지 1개월간 응모접수를 받고 9월중 수상자를 발표할 예정이다. 기획서 부문과 작품 부문으로 나뉘어 진행될 이번 행사는 학계 및 광고계 권위자의 엄정한 심사를 통해 총 10편의 수상작을 선정, 각 부문 대상 200만원, 우수상 100만원 등 장학금을 지급함은 물론, 향후 이들이 입사 희망시에 특전을 부여한다.

7. 웰컴 신사옥 입주식 거행

웰컴은 7월 7일 신사옥 입주식과 함께 한국광고 크리에이티브 뿌리전 전시회를 개최했다. 이날 신사옥 입주식에는 광고계, 언론계, 학계 등에서 많은 사람들이 참석한 가운데 성황리에 개최되었으며, LEE&DDB 이용찬 사장의 독창 등 다양한 문화행사가 함께 치뤄져 눈길을 끌었다.



특히 웰컴 신사옥은 파트너제도를 위해 4개의 개별빌딩으로 분리 설계되어 각 팀의 독립적인 업무수행을 보장하도록 했으며, 1층의 100여평 공간에는 광고인과 광고지망생들이 자유롭게 이용하며 아트전시회나 세미나를 개최할 수 있는 갤러리를 운영한다.

7일부터 20일까지 첫 전시회로 개최되는 '한국 광고 크리에이티브 뿌리전'은 강한영, 권익

표, 윤석태, 윤호섭, 이만재, 이명환 등 크리에이티브 분야에서 한국광고산업 발전을 이끌어 온 선각자 15인의 대표적인 작품세계를 엿볼 수 있도록 꾸며졌다.

8. 국내 유일 광고 검색 사이트(AD FINDER) 등장



최근 교육, 엔터테인먼트, 재테크 등 서비스 분야에 관련된 광고들을 7개 카테고리 130여개 세부분야로 분류하여 검색할 수 있도록 한 사이트가 오픈 해 관심을 끌고 있다. 광고주는 애드 파인더 광고등록 시스템을 이용하여 무료로 광고를 등록할 수 있으며, 네티즌들은 동종의 기업 광고를 비교, 평가하여 정보를 얻을 수 있을 뿐만 아니라, 해당사이트로 직접 들어가 서류 다운로드와 제휴업체의 서적 및 음반 등의 제품을 구매할 수도 있다.

광고를 등록하기 위해서는 애드 파인더 사이트

(<http://www.adfinder.co.kr>)에 들어가서 정보형 광고등록 아이콘을 누른 후 안내에 따라 광고내용이나 홍보내용을 등록하면 되며, 등록비는 무료이다. 또한 3개월에 30만~100만원의 대행료를 내는 유료 멤버쉽 서비스를 이용하면 일정기간 무료 배너광고와 경쟁사 광고가 애드 파인더에 등록된 경우 경쟁사들의 광고리스트를 이메일로 제공받을 수도 있다.

9. 사이버 에이전트 코리아 본격 영업 개시

인터넷 마케팅 컨설팅회사 ADN(Asia Digital Network)과 일본의 인터넷 미디어 렉사 사이버 에이전트사의 제휴로 설립된 사이버 에이전트 코리아가 서비스 개시와 함께 클릭 보장형 배너광고 시스템(Cyber Click)을 도입, 본격적인 영업활동에 들어갔다.



사이버에이전트 코리아는 3년여에 걸쳐 한국 상황에 맞는 인터넷 광고 관리 시스템을 개발해온 ADN의 솔루션 노하우와 광고주에게 클릭 수를 보장하는 클릭보장형 광고 및 메일매거진 광고 등으로 2년만에 일본 인터넷 광고시장의 10% 이상을 점유한 일본 사이버에이전트사의 비즈니스 모델을 바탕으로 서비스를 개시한다.

국내 인터넷 광고 시장에서 중형 전문 사이트의 개발과 성장을 도모하면서 광고주에게는 클릭 베이스의 효과적인 광고 집행을 보장하겠다는 사이버에이전트 코리아의 등장으로 인해 국내 인터넷 광고시장의 경쟁은 더욱 활발해 질 것으로 예상된다.

10. 디지털방송 겨냥 버추얼 광고 등장

애드버추얼은 프랑스 사이마비전이 개발한 버추얼 시스템기술에 대한 독점계약을 체결, 9월

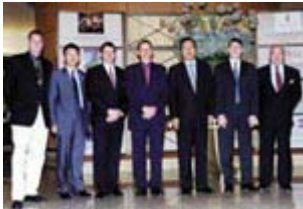
부터 본격 서비스에 들어간다. 버추얼 시스템이란 실제 공간에는 없지만 가상의 이미지를 실시간으로 표현하는 기술로 축구경기를 TV로 시청한다고 가정할 때 경기장에는 A라는 기업의 광고판이 없지만 이를 기술적으로 처리해 시청자의 화면에는 A기업의 광고가 전광판 등에 나타나도록 하는 것이다.

현재 미국과 유럽 등에서는 스포츠 중계시 스폰서 광고 및 경기정보를 제공하는 최첨단 영상기술로 인기가 높다. 버추얼 시스템은 지상파 방송을 비롯, 케이블TV·위성방송·인터넷방송에 이르기까지 모든 영역의 방송에 적용할 수 있으며 영화나 비디오, 게임에도 활용할 수 있다.

11. 방송광고사전심의 광고자율심의기구로 위탁

방송위원회가 담당해오던 방송광고 사전심의가 8월부터 민간기구로 이관된다. 방송위원회는 6월 4일 방송광고 사전심의와 관련된 업무를 한국광고심의자율기구에 위탁키로 결의했다. 방송광고는 새 방송법에 따라 민간기구 또는 단체에 위탁하기로 되어 있다. 한국광고심의자율기구는 91년 설립된 민간기구로 한국광고주협회 한국방송협회 한국신문협회 한국광고학회 등 방송 언론 학계 광고계 관련 16개 단체가 가입돼 있다.

12. 한국방송광고공사 AMCHAM과 조찬간담회 개최



한국방송광고공사는 6월 16일 오전 8시 웨스틴조선호텔에서 주한미상공회의소(AMCHAM)의 데이비드 리차드슨 마케팅분과위원장 등 광고인을 초청, 조찬간담회를 가졌다.

이날 간담회에서는 통합방송법 통과 이후 급변하는 매체환경과 방송광고공사의 대응방향을 설명하고, 외국광고주들과의 협력방안 등을 논의하였다.

13. 월드컵 마케팅 심포지엄 -일본에 못미쳐

2002년 서울 월드컵을 한국 경제의 경쟁력과 국가 이미지 제고에 활용하려는 노력이 미흡하다는 지적이다. 대한상공회의소와 한국마케팅학회 공동 주최로 대한상의회관에서 열린 '월드컵 마케팅 전략과 활용 방안' 심포지엄에서 안길상 충북대 교수는 "막대한 예산을 들이는 월드컵을 한국의 선진국 진입과 총체적 경쟁력 강화의 호기로 삼으려는 노력이 공동개최국인 일본에 비해 부족하다"며 "관광, 문화, 서비스 등 분야별로 치밀한 준비를 시작해야 한다"고 강조했다.

14. 한국광고자율심의기구, 광고관련 판례집 발간

한국광고자율심의기구는 해방 이후부터 1999년까지 광고와 직접적인 관련이 있는 판례들을 한데 모아 정리한 광고관련 판례집을 발간했다. 판례집에서 110건의 광고관련 판례들이 법

를별로 구분되어 소개되어 있으며, 사실관계, 판결요지, 출전 등으로 구성되어 있다.

15. 한국통신프리텔 'Na', 'GOD'편

촌스럽고 이상하게 생긴 아이의 등장으로 인기를 끌었던 한국통신프리텔 'Na'가 요즘 인기 최고의 그룹 'GOD'를 모델로 한 2차 CM을 선보였다. 전편에 이어 '공짜'에 컨셉을 맞춘 2차 CM은 주타깃인 젊은층들의 기호에 맞는 엽기와 복고, 과장된 리얼리티가 화면 가득하다. 허름한 옥상에서 촌스러운 옷을 입고 어설픈 춤을 추고 있는 'GOD' 사이에 김상경씨(1차 CM의 아버지)가 끼어들며 하는 말 "나도 공짜가 좋아".

1차 CM의 인기로 한국통신프리텔의 'Na'는 40일만에 가입자 20만을 돌파했다. 요즘같이 단말기 보조금이 폐지되고 시장이 위축된 상태에서 대단한 실적으로 평가받고 있다. 한국통신프리텔은 'GOD'의 2차 CM으로 소비자들에게 한층 더 다가간다는 전략이다.

16 유한킴벌리, 제1회 녹색광고상 대상 수상

오리콤이 기획, 제작한 유한킴벌리 '숲은 자연이 만든 댐'편이 환경운동연합에서 주관하는 제1회 녹색광고상 대상을 수상했다. 이번 대상을 수상하게 된 유한킴벌리의 '숲은 자연이 만든 댐'편은 우리나라의 숲이 소양강댐의 10배의 물을 저장, 홍수와 가뭄을 막아주는 기능을 한다는 내용으로 숲을 키우고 가꾸어야 하는 필요성을 전달하고 있다.

17. AD21 스포츠조선 소비자 광고대상 제정

스포츠조선과 광고전문사이트 IMNET21이 공동으로 소비자들이 올해의 우수광고를 뽑는 'AD21 제1회 스포츠조선 소비자 광고대상'을 제정, 지면과 인터넷을 통해 소비자의 의견을 접수한다. 국내 최초로 소비자들이 인터넷을 통해 우수광고 선정에 참가하게 되는 이번 광고대상은 소비자 투표점수 50점, 심사점수 50점을 합산하여 선정하게 된다.

대상수상작은 내년 5월 미국에서 개최되는 클리오상에 출품되며 행사참관의 기회도 주어진다. 신인광고인 육성과 발굴을 위해 신인공모도 마련된 이번 광고대상은 7월 15일부터 인터넷 IMNET21.COM과 SPORTSCHOSUN.COM에서 만날 수 있다.