



특 집 ● 2011 한국광고주대회

# KAA Annual Conference 2011 2011 한국광고주대회

국내 주요 광고주들이 한자리에 모여 광고산업의 발전 방안과 광고주의 위상 제고를 논의하는 2011 한국광고주대회가 지난 10월 20일 조선호텔 오키드 룸&그랜드볼룸에서 개최됐다. 이번 대회에는 특별 세미나와 KAA Awards 시상식 이 펼쳐진 광고주의 밤으로 나뉘어 진행되었다. 특별 세미나에서는 2011 KAA 미디어리서치'를 통해 급변하는 매체환경 속에서의 합리적인 매체전략을 제시하는 한편, 종편이 광고시장에 미칠 영향과, SNS시대의 기업브랜드 구축 전략에 대해 알아보았다. 이어 진행된 광고주의 밤에서는 500여 명의 광고주들이 한자리에 모여 2011 광고주선인'을 선포, 광고주, 광고회사, 매체사의 공생 발전과 건강한 미디어 생태계 조성을 위해 광고주의 책임과 의무를 다할 것을 다짐하였다. 또한 KAA Awards 시상식을 통해 올 한해 광고계를 빛낸 광고인들을 축하하는 자리가 마련되었다.

'Free Markets, Free Choice, Free Communication' 을 슬로건으로 진행된 이번 대회에는 국내 주요기업의 광고주를 비롯한 매체사, 광고대행사, 학계, 정부 인사 등 500여 명이 참석한 가운데 성황리에 치러졌다.



## 특별 세미나

실용적 주제 통해 급변하는 방송광고시장 대응 방안 모색

2011 한국광고주대회 특별 세미나는 총 3개의 주제로 진행되었다.

제 1주제에서는 2011 KAA 미디어리서치' 조사결과를 밀워드브라운 미디어리서치의 이양훈 팀장이 발표해 주었다. TV, 신문, 인터넷, 스마트기기 등 전매체별 수용자 미디어 이용행태에 대한 분석을 통해 전매체의 영향력을 객관적으로 평가, 급변하는 미디어시장과 다매체 다채널 환경속에서 효과적인 광고전략 수립방안을 모색하였다.

제 2주제는 박현수 단국대 교수가 종편 출범에 따른 광고시장 전망'이라는 주제로 발표를 하였다. 이 자리에서 박 교수는 종편의 시청점유율과 광고단가를 예상하고 종편이 광고시장에 미칠 영향과 기업의 대응 방안에 대해 제시하였다. 또한 현재 주요 이슈가 되고 있는 미디어렐, 총량제 등 방송광고시장 관련 논의 및 정책에 대해 전반적으로 짚어보는 시간을 가졌다.

제 3주제에서는 삼성전자의 한광섭 상무가 'SNS 시대의 기업 브랜드 구축 전략'이라는 주제를 통해 기업 커뮤니케이션으로서의 SNS에 대해 소개하고 이를 통한 위기 대응 전략, 기업 브랜드 관리 등 SNS의 효율적인 활용 방안에 대해 제시하였다.



특별 세미나에서 인사말을 전하는 임호균 한국광고주협회 사무총장



특별 세미나 사회를 맡은 홍현표 한국광고주협회 조사본부장



제1주제 발표를 해준 이양훈 밀워드브라운 미디어리서치 팀장



제2주제 발표를 해준 박현수 단국대 교수



제3주제 발표를 해준 한광섭 삼성전자 상무





1



2



3



4

1. 광고주의 밤에서 개회사를 전하는 정병철 한국광고주협회 회장
2. 대회 경과보고를 전하는 정상국 집행위원장(LG 부사장)
3. 축사를 전하는 최광식 문화체육관광부 장관
4. 광고주가 뽑은 광고인상을 수상한 신종구 하이마트 회장이 손병두 KBS 이사장과 함께 기념 촬영을 하고있다.
5. 광고주의 밤 사회를 맡은 장웅, 이현주 KBS 아나운서
- 6.7. 광고주가 뽑은 좋은 모델상을 수상한 조인성, 아이유 씨가 수상소감을 전하고 있다.





# Free Markets Free Choice Free Communication



## 광고주의 밤

### KAA Awards 시상식

오후 6시부터 진행된 '광고주의 밤'에서는 광고주들이 한자리에 모여 광고주의 위상 제고와 국가경제 기여도를 함께 생각하고, 국내 광고산업의 발전 방안을 모색하는 자리로 마련됐다.

이날 '광고주의 밤'에서는 2011 광고주선언을 통해 광고주들이 선행적으로 공정 경쟁을 실천해 이익 증대와 소비자 피해 예방을 위해 노력할 것이라고 선언했다. 이와 함께 건전한 여론 형성, ABC제도 정착, 매체 가치가 반영된 요금 체계 확립, 불필요한 제도 개선, 선순환 구조 정착 노력 등을 선포하였다. 이어진 '2011 KAA Awards 시상식'에서는 광고주가 뽑은 광고인상, 좋은 모델상, 좋은 프로그램상, 좋은 신문기획상 등 총 4개 부문에 대한 시상식이 진행되었다.

올해 광고주가 뽑은 광고인상에는 선종구 하이마트 회장이 수상의 영예를 안았다. 광고주가 뽑은 광고인상은 광고주의 권익 보호와 광고의 자유 신장, 그리고 광고산업 발전에 기여한 광고인을 선정, 시상하는 제도이다. 올해 수상자로 선정된 선 회장은 차별화된 크리에이티브와 전자제품은 하이마트"라는 일관성 있는 광고로 브랜드 파워 강화를 통해 하이마트를 국내 최대의 유통회사이자 국내 10대 광고주로 키워냈다. 또한 IMF 등 불황기에도 지속적으로 광고 마케팅에 투자를 결정하는 등 광고에 대한 일관된 관심과 지지를 보냄으로써 국내 광고산업 발전에 기여했다는 공로를 인정받아 상을 수상하게 됐다.

광고주가 뽑은 좋은 모델상에는 배우 조인성과 가수 아이유가 선정됐다. 광고주가 뽑은 좋은 모델상은 기업의 제품 판매 및 이미지 제고에 기여한 모델, 소비자 호응도와 친화력이 높으면서 프로정신이 투철한 모델, 광고 외적인 면에서도 타의 모범이 되는 모델에게 주어지는 상이다. 이번에 수상자로 선정된 조인성 씨는 아모레퍼시픽 헤라옴, 웅진식품 BABA Coffee, 오비맥주 Cass, 위니아만도 덤채 등의 모델로 활약, 도시적이면서도 친근한 이미지로 큰 사랑을 받았다. 한편 여자부문 좋은 모델상은 아이유 씨에게로 돌아갔다. 아이유 씨는 '국민 아이돌'의 이미지를 통해 SK텔레콤 4G LTE, 현대차그룹 기업 캠페인 버스콘서트, 남양유업 불가리스, 삼성전자 갤럭시S, 에스오일, 홈플러스 등의 모델로 활동하며 브랜드 이미지 제고에 긍정적인 영향을 미쳤다는 평가를 받았다.



Free Markets  
Free Choice  
Free Communication



광고주가 뽑은 좋은 프로그램상에는 SBS의 시크릿가든(드라마 부문)과 KBS의 남자의 자격(연예오락 부문), 그리고 MBC 아프리카의 눈물(보도교양 부문)이 선정되었다. 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상은 시청률이 높으면서 광고효과가 좋은 프로그램, 가족이 함께 볼 수 있는 건전하고 유익한 프로그램을 선정, 시상하는 제도이다.

마지막으로 뛰어난 기획력과 아이디어로 자유시장경제의 중요성과 기업의 역할을 보도해 대국민 인식 제고에 기여한 우수 기사를 발굴, 시상하는 광고주가 뽑은 좋은 신문기획상은 동아일보의 '기업이 미래다' 시리즈와 문화일보의 '상생 2011 현장리포트', 그리고 세계일보의 '자원이 미래다' 시리즈가 각각 선정됐다. 총 150여 편의 후보작 가운데 수상작으로 선정된 동아일보의 '기업이 미래다' 시리즈는 기업의 글로벌화, 미래 비전, 사회공헌활동 등이 더 나은 미래를 가져올 것이라는 내용을 소개함으로써 기업들의 사기를 진작시키고 우리 기업에 대한 자부심과 친기업정서를 고취시켰다는 점에서 높은 평가를 받았다.

문화일보의 '상생 2011 현장리포트'는 대기업과 중소기업의 상생과 동반 성장을 위한 노력의 현장을 소개함으로써 국민들에게 우리 기업의 이미지 제고에 기여한 공로를 인정받았다.

또한 세계일보의 '자원이 미래다' 시리즈는 자원전쟁 속에서 사투를 벌이는 우리 기업들의 활약상을 집중 조명하고 자원 확보를 위한 비즈니스 외교, 기업들의 자원개발 무한경쟁, 자원전문가 양성의 필요성 등을 분석, 기업의 역할 및 활약상을 제조명함으로써 좋은 평을 받았다.

올해로 11주년을 맞은 2011 한국광고주대회는 국내 최대 규모의 광고인 잔치로 발전하고 있다.



1. 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상을 수상한 오세강 SBS 국장이 이순동 한국광고단체연합회 회장과 기념촬영을 하고 있다.
2. 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상을 수상한 한학수 MBC PD
3. 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상을 수상한 이광선 KBS PD
4. 광고주가 뽑은 좋은 신문기획상을 수상한 김병직 문화일보 산업부장
5. 광고주가 뽑은 좋은 신문기획상을 수상한 임규진 동아일보 산업부장
6. 광고주가 뽑은 좋은 신문기획상을 수상한 연호상 세계일보 산업부장
7. 김환영 KBS 부사장의 만찬스피치
8. 최완 아모레퍼시픽 상무가 경품추첨을 하고 있다.
9. 경품당첨자와 기념촬영을 하는 김준식 삼성전자 전무
10. 주흥 대상 전무가 경품추첨을 하고 있다.
11. 정길근 CJ그룹 상무가 경품추첨을 하고 있다.
12. 이화식 대한항공 전무가 경품추첨을 하고 있다.
13. 경품당첨자와 기념촬영을 하는 임성민 LG전자 부장
14. 이현수 SK텔레콤 부장이 경품추첨을 하고 있다.
15. 조원용 금호아시아나 상무가 경품추첨을 하고 있다.
16. 광고주의 밤 기념 잔치 제의를 하는 김영일 한국ABC협회 회장







광고주 선언을 발표하는 박정규 광고위원장 (동서식품 전무)

## 2011 한국광고주대회 광고주선언

우리는 새로운 광고 환경을 맞아 광고주, 광고회사, 매체사의 공생 발전과 건강한 미디어 생태계 조성을 위한 광고주의 책임과 의무를 다하기 위해 2011 한국광고주대회'에서 다음과 같이 선언한다.

1. 우리는 진실 되고 품격 있는 광고 마케팅 활동을 통해 소비자에게 유익한 정보를 제공하고, 불건전 광고로 인한 소비자 피해 예방을 위해 노력한다.
2. 우리는 일부 언론의 불공정한 광고 및 험찬 강요 행위가 심각한 수준에 이르렀다는 데 인식을 같이 하고, 건전한 여론 형성과 시장경제 발전을 위해 다각적인 대응에 나설 것임을 밝힌다.
3. 우리는 투명성과 공신력을 뒷받침할 시청률과 ABC제도가 정착될 수 있도록 지원하고, 매체 가치가 광고요금에 적극 반영될 수 있도록 최선을 다한다.
4. 우리는 광고시장 활성화와 광고산업 발전을 위한 제도 개선에 광고계와 공동 노력하는 한편, 필요한 규제 완화에 정부가 적극 나서 줄 것을 촉구한다.

2011년 10월 20일

한국광고주협회 회원 일동