부담 아닌 영광스런 상 받고 싶다

각종 수상제도 여전히 광고주들에 부담

광고상을 비롯한 인증제도 등 각종 수상제도에 광고주들이 부담스러워하고 있다.

현재 종합일간지, 경제지, 스포츠지는 물론 규모가 작은 전문지까지, 20여 개의 신문사가 광고상, 히트상품, 으뜸상품, 마케팅대상, 소비자대상 등의 이름으로 70여 개의 수상제도를 운영하고 있는 것으로 알려져 있다. 거기다 컨설팅단체를 비롯한 각종 공공기관, 정부단체, 광고단체와 학회 등에서 시행하는 상까지 합하면 현재 기업과 상품을 대상으로 운영되는 수상제도는 100여 개가 넘을 것으로 추정된다.

광고주들의 불만은 크게 세 가지다. 수상 종류가 너무 많아서 상의 의미가 없다는 것과 심사도 형식적으로 이루어져 신뢰할 수 없다는 것, 그리고 가장 큰 것은 수상 후의 광고부담이다.

"주최만 다를 뿐 광고상이 너무 많다보니 상의 권위도 없고, 심사의 공정성도 없다고 본다. 형식적인 심사만 있을 뿐, 광고, 협찬금에 의해 주최측 의도대로 수상작이 정해진다는 의혹이 짙다"익명을 요구한 한 광고주의 말이다."특히 신문사의 광고상 같은 경우는 대학교수인 심사위원들이 이 신문사, 저 신문사에 겹치기로 심사를 하는 경우가 많아 기대치가 다소 떨어진다"라는 말을 덧붙였다.

한편 일부 광고주들은 심사위원 구성도 지나치게 편중되어 있다는 의견이다. 연륜과 해박한 지식의 원로가 심사를 하는 것도 좋지만 광고의 트랜드나 변화하는 크리에이티브에 대한 이해를 위해서는 심사위원의 다양한 구성이 필요하지 않겠냐는 설명이다.

무엇보다 심각한 건 수상 후의 광고게재 요구다. 이미 조사를 통해 각종 주관사로부터 수상경험이 있는 광고주의 78%가 광고게재, 경쟁관계 자극, 협찬 또는 지원비 요구를 받은 경험이 있는 것으로 나타나기도 했다.(KAA저널 2003년 5/6월호) 특히 고객만족도, 브랜드파워 등의 인증과, 한국경영대상, 대한민국경영품질대상, 대한민국고객만족경영대상 등 이름도 비슷비슷한 수상제도를 합쳐 총 13개의 인증, 수상제도를 운영하고 있는 한국능률협회컨설팅은 연합광고 요구 등으로 광고주에게 적잖은 부담을 주고 있다.

역시 익명을 요구한 한 광고주는 이에 대해"수상 후 광고에 대한 압박이 심하다. 특히 능률협회컨설팅의 경우 일간지의 공동광고 게재뿐 아니라 자사 잡지의 광고 요청까지 계속 해와 곤란할 때가 많다. 기업 입장에서는 이런 게 한두 건이 아니기 때문에 차라리 수상을 거부하는 경우도 있다. 순수한 수상제도가 아닌 자사의 매출을 올리는 마케팅 수단으로 활용하는 경우가 많아 기업에게 상당한 부담이 된다"고 말했다. 실제로 한국능률협회컨설팅은'인증등록'이라 하여 수상기업이 연합광고를 거부할 경우'인증로고사용권'을 금하는 등 상대적 불이익을 주는 규정이 있는 것으로 알려졌다. 이런 경우 광고주 입장에서는 경쟁사를 의식해 방관하기도 힘들고, 울며 겨자먹기식으로 광고를 할 수밖에 없다고 한다.

"수상제도가 불필요한 요소와 잡음 없이 진행되었으면 한다. 상이 권위와 공신력을 갖추도록 개선돼 나아가길 주최측에 당부하고 싶다"광고주들은 지금 받아서 부담되는 상이 아닌 받으면 영광인 상을 원하고 있다. 취재 | 이수지

KAA 광장

Voice of Korea Advertisers

조선일보 초청 회원간담회 성황리에 열려

지난 9월3일'조선일보 초청 제80회 한국광고주협회 회원간담회'가 소공동 롯데호텔 에메랄드룸에서 있었다. 민병준 회장과 강신호 전경련 회장을 비롯, 협회 회원사 대표 및 홍보광고담당 임원, 부서장 등 100여명과, 방상훈 조선일보 사장 및 경영/편집 간부, 기자 등 40여명이 참석한 이날 간담회에서는 시장경제 원칙의 중요성과 조선일보의 편집방향, 그리고 한국 신문시장의 현황을 짚어보는 시간을 가졌다.

제2차 홍보위원회 개최

지난 9월 2일 롯데호텔에서는 2004년도 제2차 홍보위원회가 있었다. 사무국 김이환 상근부회장과 홍보위원장인 남양유업 성장경 상무를 비롯, 홍보위원 20여명이 참석한 이날 홍보위원회에서는 이왕돈 SBS 보도국 편집부장의'SBS보도의 기조'에 대한 발표와, 이어 홍보위원들과의 간담회가 있었다.

광고위원회 소위원회 개최

광고위원회 소위원회가 지난 9월 14일 광고위원회 부위원장인 유영욱 부장(SK텔레콤)의 주재로 있었다. 이날 소위원회에서는 광고위원 6명이 참석한 가운데'광고주가 뽑은 좋은 모델상'과'광고주가 뽑은 좋은 프로그램상'의 최종심사가 있었다. 광고주가 뽑은 좋은 모델상 남녀 각 수상자와, 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상 드라마, 보도시사, 교양오락 각 부문의 수상작은 10월 6일'2004전국광고주대회'에서 시상할 예정이다.

공정위, 광고 · 방송 외주도 불공정 하도급 처벌키로

영화나 광고, 방송프로그램 제작시 용역을 주는 거래에 대해서도 하도급법이 적용돼 이를 위반한 업체들에게는 과징금 등 제재가 가해진다.

공정거래위원회는 9월 21일 하도급법 적용대상을 확대해 용역위탁 분야를 추가하는 내용의 하도급법 개정안을 입법예고했다고 밝혔다. 광고업이나 전문디자인업, 방송프로그램 제작업, 영화제작업, 전시/행사대행업, 건물유지/관리업, 화물운송업 등이 용역위탁에 해당한다.

이에 따라 공정위는 하도급 거래 때 원사업자가 정당한 사유없이 본인이나 제3자에게 협찬금과 같은 금전과 물품, 용역 등 경제적 이익을 제공하라고 요구하는 행위를 금지토록 했다. 물건을 납품할 시점보다 대금 지급하는 시점의 물가가 낮아졌다고 해서 대금을 깎는 행위도 부당 감액행위에 해당된다.

삼성전자, 올림픽 마케팅 큰 성공

2004아테네올림픽 공식후원사였던 삼성전자가 전세계적으로 올림픽 마케팅의 큰 성공을 거두었다.

우선 OAKA(the Athens Olympic Complex)의 최대 명소가 된 삼성홍보관에는 올림픽 기간 동안 총 77만 명의 선수, 선수가족, 관람객 등이 다녀가 공식 만남의 장소로 활용됐다. 공항 및 교통수단의 대규모 옥외광고 노출은 큰 폭의 브랜드 인지도 상승을 가져왔다고 한다.

한편 프랑스에서는 7,8월 두달간 노키아를 제치고 휴대폰 판매시장 1위를 차지했다. 콜롬비아에서는 유일한 메달 수상자인 역도 동메달리스트 마벨 모스퀘라에게 휴대폰 및 디지털TV, 양문형 냉장고 등을 선물하는 장면이 현지 주요 방송사를 통해 방송돼 큰 홍보 효과를 얻었다.

기아차, 중국 육상 영웅 리우샹 덕에 '대박'

기아자동차가 중국의 육상 영웅 리우샹 선수를'천리마'광고모델로 활용, 효과를 톡톡히 거두고 있다. 리우샹 선수는 아테네올림픽 남자