



• 제22회 •

소비자가

뽑은

좋은 광고상

창의성을 마음껏 펼칠 수 있는 환경을 만듭시다



우리나라 광고 크리에이티브 수준이 해를 거듭할수록 눈부시게 발전하고 있습니다. 이미 국내 광고기법과 콘텐츠는 세계적인 수준을 넘어서고 있고, 칸을 비롯한 유수의 글로벌 광고제에서 우리 광고가 주목을 받고 있는 것은 어제 오늘의 일이 아닌 것 같습니다.

올해 소비자가 뽑은 좋은 광고상은 몇 가지 특징이 있습니다.

첫째는 국민에게 희망을 주고, 미래를 제시하는 광고, 더 밝은 사회를 꿈꿀 수 있게 해주는 내용이 많았습니다. 광고는 시대상을 반영합니다. 이런 메시지를 담은 광고가 해마다 증가하고 있는 것은 우리가 화합과 소통, 희망이 있는

공동체에 살고 있음을 실감나게 해줍니다.

두 번째는 진정성이 있는 장기캠페인 광고가 수상작에 많이 선정됐습니다. 캠페인의 성과는 일 이년 안에 나타나는 것은 아닙니다. 일관된 메시지로 소비자와 호흡을 같이해 나갈 때 국민들은 그 메시지에 귀 기울이고 응답해 줍니다.

세 번째는 최근 수년간 통합마케팅 전략을 펼쳤던 작품들이 계속 늘고 있다는 겁니다. N스크린 시대가 본격화되고 매체효율성이 더욱 중요시되면서 올드미디어와 뉴미디어를 아우르는 마케팅 방식이 보편화되고 있습니다. 무엇보다 창의력 넘치는 아이디어로 무장한 콘텐츠가 소비자에게 보다 쉽게 다가갈 수 있음을 보여주고 있습니다.

오늘 여러분이 보게 될 수상작은 이러한 특징을 두루 갖춘 품격 높은 작품들입니다.

올해도 많은 관심 속에 397편의 작품이 출품되었고, 세차례에 걸친 공정한 심사를 통해 수상작을 가렸습니다. 전문가의 예비심사, 소비자심사단 100명의 현장투표, 그리고 소비자학회·단체 대표단이 최종 수상작을 선정했습니다.

주지하시는 바와 같이 광고주협회는 지난 22년간 소비자가 뽑은 좋은 광고상을 통해 국민들에게 광고의 중요성을 널리 알려왔습니다. 또한 소비자들이 직접 참여해 좋은 광고를 선정하는 전통을 이어오면서 기업과 소비자간 가교 역할을 충실히 해왔습니다.

우리 협회는 앞으로도 광고인들이 마음껏 창의성을 펼칠 수 있는 환경을 만들기 위해 노력할 것입니다. 많은 관심과 애정으로 지켜봐 주시기 바랍니다.

다시 한 번 시상식에 자리를 함께 해주신 여러분과 좋은 작품을 응모해 주신 광고주, 광고회사의 모든 분들께 깊이 감사드립니다. **KAA**

2014년 3월
한국광고주협회 회장 이 정 치



소비자들이 직접 참여하여 좋은 광고를 선정하는 ‘제22회 소비자가 뽑은 좋은 광고상’ 시상식이 지난 3월 27일 오후 2시 서울 여의도 FKI TOWER 컨퍼런스센터 그랜드볼룸에서 있었다. 이날 시상식에는 이정치 한국광고주협회 회장, 김종 문화체육관광부 차관, 이순동 한국광고협회 회장, 주홍 한국광고주협회 광고위원장(대상 전무), 여정성 서울대 생활과학대학 학장, 최현자 한국소비자학회장(서울대 교수), 남승규 한국소비자광고심리학회장(대전대 교수), 신종원 서울YMCA 시민문화운동본부장 등 광고계 인사와 심사위원단, 수상자 및 하객 200여 명이 참석해 성황을 이뤘다. 한국광고주협회는 소비자의 광고에 대한 인식 고양과 광고문화 창달에 기여코자 1993년 이 상을 제정했다.

① (좌부터 차례로) 인쇄부문 대상을 수상한 이현중 HS애드 대표CD, 유원 LG 전무, 전파부문 대상을 수상한 박병철 오리콤 상무, 임봉균 두산중공업 상무, 이정치 회장, 김종 문화체육관광부 차관, 이순동 한국광고협회장, 인쇄부문 문화체육관광부장관상을 수상한 조현민 대한항공 전무, 방은하 HS애드 GCD, 전파부문 장관상을 수상한 홍석범 현대차 이사, 최준수 이노션 수석국장

② 전체 수상자 기념촬영





▲ 인사말을 하는 이정치 한국광고주협회 회장

이정치 한국광고주협회 회장은 이날 인사말을 통해 “올해 수상작은 특히 국민에게 희망을 주는 광고, 미래를 제시하고 더 밝은 사회를 꿈꿀 수 있게 해주는 광고가 많았다”고 전하며 “일관된 메시지로 소비자와 호흡을 같이해 나갈 때 국민들은 그 메시지에 귀 기울이고 응답해줄 것”이라고 말했다.

심사소감

작년에 이어 올해 두 번째로 심사에 참여하였습니다. 지난해와 올해 수상작품들의 면면을 보면서 몇 가지 공통점을 발견하였습니다.

먼저 소비자들은 고급 프리미엄 브랜드보다는 대중적이고 편안한 브랜드 광고를 선호한다는 점입니다.

두 번째는 생활을 편리하게 해주는 스마트 제품들에 관심이 많고 다소 어려울 수 있는 첨단 기능들을 쉽게 설명해 주는 광고에 호감을 느끼고 있습니다.

세 번째는 수많은 미디어에 노출되다 보니 소비자도 광고를 보는 시각이 전문화되고 있다는 것입니다. 즉 창의성 넘치는 아이디어, 정교한 스토리텔링, 아름다운 영상표현, 키 메시지의 전달력까지, 좋은 광고를 단번에 알아보는 소비자의 안목이 매우 높아졌다는 점입니다.

마지막으로 소비자들이 공감할 수 있는 진정성 있는 광고, 해학과 위트로 웃음을 주는 광고는 지난 20여 년간 꾸준히 소비자들의 인기를 누려왔습니다.

광고는 기업과 소비자의 ‘소통의 창’입니다. 원활한 소통을 위해서는 무엇보다 ‘공감’이 중요합니다.

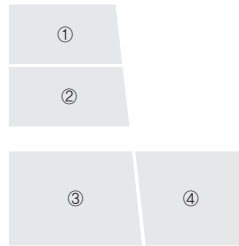
지속가능한 삶의 가치, 소외된 이웃에 대한 배려, 세대 간의 화합과 상생, 새로운 문화와 트렌드, 재래시장 상인들과의 동반성장, 제조업에 종사하는 기능인들에게 힘을 주는 광고, 에너지 절약과 환경을 얘기하는 정유사 캠페인, 우리 사회에 기부문화 정착을 돕고, 실종 어린이 찾기를 돕는 캠페인, 재활용품에 새로운 가치를 부여하는 광고, 희귀병은 이상한 게 아니고 다만 조금 다를 뿐이란 걸 일깨워 주는 광고는 소비자들의 공감을 얻기에 충분했습니다.

이번 심사에 심혈을 기울여주신 100명의 소비자심사단을 비롯한 모든 심사위원님들께 감사를 드립니다. 그리고 좋은 광고를 만들어 주신 수상자 여러분께 뜨거운 박수를 보냅니다. 축하드립니다.

2014년 3월

한국소비자학회장 최 현 자





- ① 여정성 서울대 생활과학대학장(우)에게 신문부문 좋은 광고상을 받는 이종범 예쓰오일 팀장(가운데)과 정원화 제일기획 팀장(좌)
- ② 남승규 한국소비자광고심리학회장(우)에게 잡지부문 좋은 광고상을 받는 김태완 아시아나항공 팀장(좌)
- ③ 최현자 한국소비자학회장(우)에게 인터넷부문 좋은 광고상을 받는 김영삼 MBC 광고국장(좌)
- ④ 이순동 한국광고협회장(우)에게 라디오부문 좋은 광고상을 받는 기민지 현대해상화재보험 부장(좌)



소비자가 뽑은 좋은 광고상은 '좋은 광고상'에 선정된 33편의 작품중 '문화체육관광부장관상' 4편을 선정하고, 다시 이 중 '대상' 2편을 선정하는 방식으로 수상작을 결정했다.

대상에는 두산중공업의 '아름다운 별 지구(광고회사 오리콤)'가 전파부문 대상을, LG의 'LG 젊은 꿈을 키우는 사랑 캠페인(광고회사 LBEST, HS애드)'이 인쇄부문 대상을 받았다. 이 두 작품은 문화체육관광부장관상도 수상하는 영예를 안았다.

또 문화체육관광부장관상 전파부문에는 현대자동차의 '쏘나타 자동차에 감성을 더하다 캠페인(광고회사 이노션)'이, 인쇄부문에는 대한항공의 '내가 사랑한 유럽 TOP10 캠페인(광고회사 HS애드)'이 각각 수상작으로 선정되었다.

이번 제22회 소비자가 뽑은 좋은 광고상에는 총 397편의 광고가 출품되었다.

1차 예심에서는 광고관련학과 교수와 소비자단체 관계자



- ① 주흥 한국광고주협회 광고위원장(우)에게 TV부문 좋은 광고상을 받는 문상숙 SK 플레닛 본부장(좌)
- ② 이정치 한국광고주협회 회장(우)에게 TV부문 좋은 광고상을 받는 최호진 동아제약 이사(좌)
- ③ 김종 문화체육관광부 차관(가운데)과 기념촬영을 하는 전파부문 대상 수상자 임봉균 두산중공업 상무(좌)와 박병철 오리콤 상무(우)
- ④ 신중원 서울YMCA 시민문화운동본부장(가운데)과 기념촬영을 하는 옥외부문 좋은 광고상 수상자 김혜원 현대차 대리(좌)와 배성민 이노션 차장(우)

등 광고전문가로 구성된 심사위원단이 소비자로부터 문제제가 있었던 광고, 모방광고, 비방광고, 허위, 과장광고 등 문제성 광고를 우선적으로 가려내어 총 289점을 선정했다.

2차 소비자심사단 투표심사에서는 서울YMCA 매스컴 모니터링 요원과 대학생 광고연합동아리인 애드컬리지, 애드파워, 애드플러스, 애드피아 소속 대학생 등 100명이 현장투표심사를 한 결과 151점을 선정했다.

3차 본심사에서는 남승규 한국소비자광고심리학회 회장(대전대 교수), 박명숙 한국소비문화학회 회장(동국대 교수), 박민권 문화체육관광부 미디어정책국장, 신중원 서울YMCA 시민문화운동본부장, 여정성 서울대 생활과학대학 학장, 최현자 한국소비자학회 회장(서울대 교수) 등 소비자학회 회장과 소비자단체 대표 등이 장시간의 토론과 투표를 거쳐 매체별, 업종별 총 33점을 선정하고, 그 중 문화체육관광부장관상 4점과, 이 4점 중에서 다시 영예의 대상 2점을 결정했다.

