



2014 한국광고주대회

KAA Annual Conference 2014

국내 주요 광고주들이 한자리에 모여 광고산업의 발전 방안을 논의하는 '2014 한국광고주대회'가 지난 10월 23일 조선포텔 오키드룸&그랜드볼룸에서 개최됐다. 이번 대회는 '특별 세미나'와 '광고주의 밤 KAA Awards 시상식' 등 두 개의 프로그램으로 나뉘어 진행됐다. 2001년부터 'Free Markets, Free Communication, Free Choice'를 슬로건으로 국민들에게 기업의 역할과 광고의 중요성을 알려온 한국광고주대회는 국내 주요 기업의 광고주를 비롯한 매체사, 광고대행사, 학계, 정부 인사 등 500여 명이 참석한 가운데 성황을 이뤘다.



특별 세미나

통합광고효과조사 및
미디어 시장
전망과 대안 제시

2014 한국광고주대회 '특별 세미나'는 총 5개의 주제로 진행됐다.

제1주제 'N스크린 시대의 매체 활용과 통합광고효과 조사 결과'에서는 박현수 단국대 교수가 TV, 인터넷, 모바일 등의 통합광고효과를 분석함으로써 최적의 광고예산 분배 방안 및 미디어 플래닝 전략을 제시했다.

제2주제 '디지털 커뮤니케이션 시대의 매체를 바라보는 변화된 관점'에서는 박준완 GS칼텍스 팀장이 디지털 시대에 소비자의 변화된 커뮤니케이션 행태를 정리하고 전통매체와 뉴미디어의 이분법에서 탈피, 매체에 대한 새로운 관점을 제시했다.

제3주제 '2015 미디어 환경 전망과 대응'에서는 박준우 HS애드 국장이 2015년 미디어 시장에서 광고주가 주목해야 할 매체와 효과적인 미디어 믹스 방안을 제시했다.



광고주의 밤

KAA Awards 시상식

제4주제 ‘한류 드라마를 활용한 광고 전략’에서는 박종구 KOBACO 연구위원이 한류 콘텐츠의 해외 수출 현황 및 경제적 파급효과를 소개하고, 한류 드라마를 활용한 광고 전략을 제안했다.

제5주제 ‘효율적인 광고집행을 위한 미디어 오디트’에서는 황덕현 미디어오딧코리아 대표가 효율적 광고집행을 위해 선진광고시장에서 널리 사용하는 미디어 오디트에 대해 소개하고 도입방안을 모색하는 시간을 가졌다.

‘광고주의 밤’ 행사는 오후 6시 이정치 한국광고주협회 회장의 개회사로 시작됐다. 이 회장은 개회사를 통해 “시대적 변화와 글로벌 스탠다드에 맞는 광고시장 조성에 힘써야 할 것”이라고 말하며 “광고주협회는 앞으로도 광고산업의 선순환 성장과 발전을 위해 다양한 토론의 장을 만들고 그 해법을 제시하고자 최선을 다할 것”이라고 밝혔다.

이어진 ‘KAA Awards 시상식’에서는 국내 광고산업 발전과 기업의 자유로운 경제 활동을 위해 각 부문에서 괄목할만한 성과를 이룬 공로자들을 시상하는 시간을 가졌다. 광고주가 뽑은 광고인상을 비롯하여, 방송프로그램상, 신문기획상, 모델상 등에 대한 시상이 있었다.

먼저 ‘광고주가 뽑은 좋은 프로그램상’에는 KBS의 참좋은시절(드라마 부문)과 MBC의 무한도전(연예오락 부문), 그리고 SBS의 궁금한이야기Y(보도교양 부문)이 각각 선정됐다. 올해 처음 시상하는 특별상에는 TV조선의 드라마 ‘불꽃속으로’가 수상작으로 선정됐다. ‘광고주가 뽑은 좋은 프로그램상’은 가족이 함께 볼 수 있는 건전하고 유익한 프로그램, 시청률이 높으면서 광고효과가 좋은 프로그램을 기준으로 한국광고주협회 회원사들의 투표와 심사를 통해 선정했다.



①	②	③	④
⑤	⑥	⑦	

- ① 광고주의 밤 인사말을 전하는 이정치 한국광고주협회장 ② 특별 세미나 인사말을 전하는 임호균 한국광고주협회 상근부회장
③ 1주제를 발표하는 박현수 단국대 교수 ④ 2주제를 발표하는 박준원 GS칼텍스 팀장 ⑤ 3주제를 발표하는 박준우 HS애드 국장
⑥ 4주제를 발표하는 박종구 KOBACO 연구위원 ⑦ 5주제를 발표하는 황덕현 미디어오딧코리아 대표



2014년 ‘광고주가 뽑은 좋은 신문기획상’에는 조선일보의 ‘한국경제, 이젠 內需다’ 시리즈와, 중앙일보의 ‘갈라파고스 규제에 날아간 61조’ 시리즈, 그리고 한국경제신문의 ‘왜 기업가정신인가 <3부> 기업축쇄부터 풀어라’ 시리즈가 각각 수상의 영예를 안았다. 독창적인 기획력과 아이디어로 자유시장경제의 올바른 인식 제고 및 기업이 정신 고취, 기업의 자유로운 경제활동에 기여한 우수 기사를 발굴하여 시상하는 ‘광고주가 뽑은 좋은 신문기획상’은 총 52여 편의 후보작 가운데, 1차 예심과, 광고주협회 심사소위원회의 2차 심사, 그리고 최종적으로 운영위원회의 3차 본심을 통해 선정됐다.

이러진 광고주가 뽑은 좋은 모델상 시상에서는 피겨여왕 김연아와 ‘의리’로 주가를 올리고 있는 배우 김보성이 수상의 영예를 안았다. ‘광고주가 뽑은 좋은 모델상’은 기업의 제품 판매 및 이미지 제고에 기여한 모델, 소비자 호응도와 친화력이 높으면서 프로정신이 투철한 모델, 광고 외적인 면에서도 타의 모범이 되는 모델을 대상으로 한국광고주협회 회원사를 비롯한 200대 광고주의 투표를 통해 총 3차의 심사를 거쳐 선정됐다. 이번에 수상자로 선정된 김연아는 삼성 스마트 에어컨, 맥심 화이트골드, SK텔레콤 LTE-A 등에 출연하며 브랜드 이미지 제고에 기여했다는 평을 받았다. 동서식품 관계자는 “김연아 선수가 갖고 있는 순수한 이미지와 프로다운 완벽한 이미지가 맥심 화이트골드의 브랜드 컨셉과 잘 맞아 소비자 호감도

와 매출 상승세가 꾸준히 이루어지고 있다”고 말했다.

한편 남자부문 좋은 모델로 선정된 김보성은 비락식혜, 이니스프리, 지마켓 G9, 네이버 밴드게임 등에 출연하며 최고의 전성기를 맞고 있다. 팔도 관계자는 “김보성 씨는 광고모델로서도 의리를 지키는 사나이”라며 “프로모션에도 적극 참여하며 브랜드 인지도는 물론 매출에도 크게 기여했다”고 전했다.

올해 KAA Awards ‘광고주가 뽑은 광고인상’에는 임대기 제일기획 사장이 선정됐다. ‘광고주가 뽑은 광고인상’은 광고주의 권익 보호와 광고의 자유 신장, 그리고 광고산업 발전에 기여한 광고인을 선정, 시상하는 제도이다. 올해 수상자로 선정된 임대기 제일기획 사장은 2010년부터 2012년까지 삼성 커뮤니케이션실 부사장으로 재임할 당시, 한국광고주협회 자율심의위원장을 역임하며 광고심의규정 개선에 앞장서는 등 광고주의 권익 보호와 국내 광고시장의 선진화에 크게 공헌했다. 한편 ‘휴먼테크’, ‘또 하나의 가족’, ‘애니콜’ 등 삼성의 대표적인 기업PR 캠페인을 성공시키며 우리 기업의 글로벌 이미지 구축에 기여한 공로를 인정받았다.

올해로 14주년을 맞는 2014 한국광고주대회는 국내 최대 규모의 광고인 잔치로 자리매김하고 있다. **KAA**



①	②
	③
⑤	④
	⑦

- ① 광고주가 뽑은 좋은 모델상 수상자 김연아 선수가 이정치 회장과 기념촬영을 했다.
- ② 광고주가 뽑은 좋은 모델상 수상자 배우 김보성과 이정치 회장
- ③ 김종덕 문화체육관광부 장관과 광고주가 뽑은 광고인상 수상자 임대기 제일기획 사장
- ④ 경품추첨을 해준 노승만 삼성 전무와 당첨자 최성규 국민일보 사장이 기념촬영을 했다.
- ⑤ 광고주의 밤 사회를 맡은 KBS 김은성, 박지현 아나운서
- ⑥ 축하공연을 해준 가수 알리
- ⑦ 화려한 무대를 선보인 옴므

