



한국 옥외광고의 흐름 한 눈에

'KOSIGN 2005'

한국사인산업과 옥외광고산업 최고의 마케팅 장으로 불리며 사인 산업의 시장 변화와 트렌드를 알 수 있는 '2005 한국 국제·사인디자인전(KOSIGN2005)'이 코엑스와 한국옥외광고협회 공동주최로 지난 11월10일부터 13일까지 4일간 삼성동 코엑스 1층 태평양홀에서 개최됐다.

올해로 13회째를 맞이한 코사인2005는 150개 참가 업체, 총 500여 부스의 규모로 진행됐다. 김병철 코사인2005 사무국 차장은 "이번 행사는 국내전시회로서의 위상을 넘어 해외 전시회 참가 및 현지 홍보와 해외 단체와의 교류협력을 강화함은 물론 전 세계 사인 업계 전문 바이어들의 적극적인 관심과 방문 속에 진정한 국제전시회로서의 면목을 갖추는데 목적을 두었다"고 밝혔다.

이번 전시회에는 해외 바이어 1천여명을 비롯해 4일간 2만5천여명이 다녀갔으며 각 분야별 출품품목별로 활발한 내수 및 수출상담이 이뤄졌다.

주요 출품품목으로는 디지털 프린팅분야, 디지털입력 및 디자인분야, LED·Display·조명분야, 미디어 및 잉크분야,



귀빈들이 개막식 테이프 커팅을 하고 있는 모습

숍 디자인 및 사인용품분야, 후가공 및 장비분야 등 사인 관련산업 전반에 걸친 제품들이 대거 전시됐다.

가장 치열한 경쟁을 보였던 디지털 프린팅분야는 디자인아이, 태일시스템, 광고시스템, 아이피엔아이, 근도테크놀로지, 마카스시스템, 코스테코 등 많은 실사출력 장비업체들이 참가해 수성 장비 시장을 넘볼 것으로 예상되는 고해상도 에코솔벤트 시스템, 현수막용 솔벤트 시스템, UV 경화 잉크 프린터기들을 선보였으며

디엠피에스, 예텍, 브레인유니온시스템에서는 소형 평판 프린터를 전시해 관심을 모았다.

소재부문에서는 강우, 원풍, 티피엠, 필캠, 영인화학, 한국에이버리 등의 소재업체와 잉크테크, 알파캠을 비롯한 잉크업체에서 플렉스, PVC 발포시트 등 솔벤트용 신제품을 공개했다.

LED특별관에서는 광고시장의 핵으로 자리잡고 있는 LED를 한눈에 볼 수 있는 자리가 마련됐다. (주)제이프로젝트는



1. 태일시스템 부스 2. 광고시스템 부스 3. 드림프린테크 부스 4. 디자인이 부스 5. 옥외광고대상에서 대상을 수상한 서예가 6. 옥외광고대상에서 최우수상을 수상한 메밀 꽃 필무렵 7. 일리정공의 'Neo Plus'

전도체 코팅이 되어 있는 투명유리에 LED칩을 넣어 도어나 창문, 건물전면유리 등 디스플레이 및 사인물로 사용이 가능한 '파워글라스'를 선보였으며, 중부전기전자(주)는 'LED Line Bar'를, (주)루멘스는 양면에 LED를 적용한 '양면형 사인판넬'과 인테리어용 LED 조명기구 등을 전시했다. 쇼 인테리어 분야에서는 사인테크가 동영상 패널, 라이트 패널, 등을 전시해 눈길을 끌었다.

다채로운 부대행사

이번 코사인2005 전시회에서는 개막일이었던 10일에 맞춰 '2005대한민국옥외광고대상 시상식'이 함께 치러졌으며, 태평양 홀에서는 수상작들이 전시돼 관심을 모았다. 총 118점의 작품이 출품되었던 이번 심사에서는 광고랜드의 조병용 대표가 고풍스런 분위기를 강조한 간판 '서예...'로 영예의 대상인 대통령상을 차지했으며, 애드피아의 김상도 대표가 은은한 꽃향기가 나는 듯한 착각을 불러일으키는 '매밀꽃 필무렵'으로 최우

수상인 국무총리상을 안았다.

코사인2005에서 주목받았던 또 하나의 부대행사는 '세계 3대 광고제 수상작전시회'이다. 광고 올림픽이라 불리는 '칸느 국제광고제', 광고계의 오스카상이라 일컫는 '클리오 국제광고제', 그리고 '뉴욕 페스티벌' 등 세계 3대 광고제 Outdoor 광고부문 수상작들의 특별전이 태평양홀 1층 로비에서 진행됐다.

1953년에 창설되어 올해로 52회를 맞는 칸느 국제 광고제는 일종의 '광고 올림픽'이다. 필름, 인쇄와 옥외, 사이버, 미디어, DM 부문 등으로 나뉘어 출품작의 약 0.2~1% 정도 수상작이 나온다. 올해 한국은 영화 '달콤한 인생' 인터넷 홈페이지가 사이버 부문 '금사자상'의 영예를 안았다.

뉴욕 페스티벌은 1957년 미국의 '더 뉴욕 페스티벌 아이에이에이(The New York Festivals IAA)주최로 설립된, 비 방송매체 분야의 두드러진 발전을 장려하기 위해 기획된 광고제다.

매체와 경쟁 부문이 가장 다양한 광고제로 최근에는 인터랙티브 멀티미디어

부분이 새롭게 신설됐다. 한국에서는 금강기획이 기획·제작한 현대해상화재보험(주) 광고와 리복 광고가 2002년 제 45회 시상식에서 인쇄 부분에서 각각 은상과 동상을 수상한 바 있다.

클리오 국제광고제는 1959년 클리오 어워드사(Clio Awards Ltd)의 주최로 '미국 텔레비전·라디오 광고제'라는 이름으로 창설되었으며 1963년 현재의 이름으로 공식 명칭을 변경했다. 창설 당시에는 뉴욕 등 미국 내 텔레비전 광고를 대상으로 했으나 현재에는 텔레비전·라디오·인쇄·포스터·인터넷·디자인 등의 분야로 나누어 소비자 광고와 캠페인 부문을 시상하고 있다.

이번 특별전시회에서는 LEGO의 'Street Building'과 애견용 치약광고인 'Boomagate', 인도의 풍선껌 광고인 '터지는 풍선 빌보드', 나이키의 'Bernard Wall', 'Mouth(입)' 등 옥외광고의 파격적이고 창조적인 수상작들을 한자리에서 볼 수 있었으며 관련 업계 종사자는 물론 일반 관람객들로부터도 많은 인기를 끌었다. (김지원기자)