

인공지능과 인간의 상상력 결합, ‘2026 부산국제마케팅광고제’ 개막

- 8. 26.~28. 시그니엘 부산 및 해운대 일원에서 개최, 인간의 상상력과 기술이 결합한 창의성이 이끌 광고산업의 미래 조망
- 올해 첫 ‘국가 특집 프로그램’ 도입, 필리핀 광고의 변화와 특징 집중 조명

문화체육관광부(장관 최희영, 이하 문체부)는 부산광역시, (사)부산국제마케팅광고제조직위원회(위원장 전재수)와 함께 8월 26일(수)부터 28일(금)까지 시그니엘 부산 및 해운대 일원에서 ‘2026 부산국제마케팅광고제(MAD STARS 2026)’를 개최한다. 올해로 19회 차를 맞이한 ‘부산국제마케팅광고제’는 아시아 최대 규모이자 국내 유일의 국제광고제이다.

올해 주제는 ‘앰플리파이(AMPLIFY), 가능성을 증폭하라’이다. 광고제작부터 브랜드와 소비자의 소통 방식에 이르기까지 창의적인 아이디어가 인공지능(AI)을 비롯한 기술을 만나 영향력을 키우고 새로운 가능성을 만들어가는 과정을 집중적으로 조명한다. 광고제에서는 지난 2024년부터 3년째 인공지능 기술이 촉발한 광고산업의 변화와 미래를 깊이 있게 짚어오고 있다. 주요 프로그램으로는 ▲개막식(8. 26.)과 ▲콘퍼런스(8. 26.~28.), ▲교류회(8. 27.), ▲시상식 및 폐막 만찬(8. 28.), ▲전시 및 사업 상담(8. 26.~28.) 등이 있다.

세계적 광고 거장들 한자리에... 특별상 시상 및 올해의 그랑프리 공개

개막식(8. 26.)에서는 광고·마케팅 산업 발전에 기여한 인물에게 특별상을 수여한다. ‘국제명예상’은 마스터카드의 전 최고 마케팅·커뮤니케이션 책임자인 라자 라자만나르(Raja Rajamannar)가, ‘공로상’은 3,500여 편의 광고영상을 제작해 온 임지영 한국광고영상제작사협회 회장이 받는다. 광고제 본선

진출작은 지난 2월 초부터 약 4개월간 모집한 출품작을 대상으로 한 83개국 심사위원 313명의 온라인 심사를 통해 선정했다. 이후 28개국 43명으로 구성된 본선 심사위원단의 세 차례 심사를 거쳐 최종 수상작을 결정했으며, 올해의 그랑프리(Grand Prix of the Year) 2편을 포함한 주요 수상작은 8월 28일, 시상식에서 공개한다.

‘퀀텀 마케팅’ 제안부터 첫 국가 특집 ‘필리핀 특별전’까지, 미래 전략 총망라

사흘간 운영하는 콘퍼런스(8. 26.~28.)에서는 약 40개 분과를 구성해 인공지능(AI) 기술과 인간의 창의성뿐만 아니라 팬덤 문화, 브랜드 성장 등 광고·마케팅 산업의 주요 변화를 폭넓게 다룬다. 8월 27일에 진행되는 기조연설은 ‘국제명예상’ 수상자인 라자 라자만나르와 해외 광고 대행사인 에이케이큐에이(AKQA) 최고 크리에이티브 책임자 타라 맥켄티(Tara McKenty)가 맡았다. 라자 라자만나르는 ‘퀀텀 마케팅(Quantum Marketing)’을 주제로 새로운 기술 환경에 맞춘 마케팅 재설계 전략을 제시하고, 타라 맥켄티는 기술과 인간의 상상력이 만날 때 창의성이 만드는 새로운 가능성을 살펴본다. 이 밖에도 퍼블리시 런던의 최고 크리에이티브 책임자 노엘 번팅(Noël Bunting), 넷플릭스의 아시아태평양 마케팅 파트너십 크리에이티브 총괄 딥 차브리아(Deep Chhabria) 등 세계적인 전문가들이 연사로 참여한다.

특히 올해는 매년 한 국가를 선정해 해당 국가의 창의적 아이디어를 집중 소개하는 ‘국가 특집 프로그램’을 처음으로 선보인다. 첫 주빈국으로는 필리핀을 선정했다. 필리핀의 전문 미디어인 ‘애드보 매거진(adobo Magazine)’과 협력해 ‘필리핀 특별전(Galing Pilipinas)’을 열어 1980년대부터 현재까지의 필리핀 광고 캠페인 흐름을 한눈에 볼 수 있는 전시를 마련하고 문화 기반 브랜드 전략을 다루는 전용 학술대회 등을 진행한다.

미래 광고계 이끌 주역들의 아이디어 대결, 시민과 함께하는 문화 축제로 확산

전 세계 차세대 광고 인재를 발굴하고 육성하는 마케팅·광고 경진대회인 ‘뉴스타즈(New Stars)’와 ‘영스타즈(Young Stars)’ 본선은 8월 25일(화)

부터 열리고 있다. 국내외 5년 차 이하 광고인을 대상으로 하는 ‘뉴스타즈’에는 9개국 63명, 대학생들을 대상으로 하는 ‘영스타즈’에는 10개국 93명이 참가하며, 이들은 30시간 동안 치열한 창의적 아이디어 경합을 벌일 예정이다. 본행사 종료 후에는 9월 10일(목)부터 13일(일)까지 도모현에서 시민 누구나 무료로 참여할 수 있는 ‘크리에이티브 팝업’ 행사를 개최한다. 이를 통해 국내외 주요 캠페인 전시와 현직 전문가들의 특별 강연을 제공, 시민과 함께하는 문화 축제의 장을 이어간다.

문체부 최성희 콘텐츠산업정책관은 “광고야말로 동시대의 문화 흐름을 가장 민감하게 반영하는 지표이자, 인간의 창의성과 혁신 기술이 결합해 만들어내는 그 자체로 가치 있는 최신 콘텐츠”라며 “인공지능(AI) 중심의 디지털 전환과 매체의 다변화 속에서 광고산업이 어떤 새로운 도약의 기회를 만들어갈지 기대가 크다. 문체부 역시 국내 광고산업이 세계 무대에서 독보적인 경쟁력을 갖추고 새로운 미래 성장 동력으로 자리매김할 수 있도록, 정책적 지원을 확대할 것”이라고 밝혔다.

- 붙임 1. ‘2026 부산국제마케팅광고제’ 포스터
2. ‘2026 부산국제마케팅광고제’ 학술대회 주요 연사 및 세부 일정

담당 부서	문화미디어산업실 콘텐츠산업정책과	책임자	과장	이영민 (044-203-3211)
		담당자	사무관	이하영 (044-203-3216)





□ 주요연사

사진	성명 / 소속	강연주제 / 이력
	[키노트] 라자 라자만나르 Raja Rajamannar Mastercard Senior Fellow, Former Chief Marketing & Communications Officer 	마케팅의 새로운 프런티어 급변하는 시대, 기존 마케팅의 한계를 넘어 새로운 마케팅의 가능성을 제시하는 쿼텀 마케팅 - Mastercard CMO로 재직하며 브랜드 혁신을 주도, Mastercard를 세계적인 브랜드로 성장시킨 글로벌 마케팅 리더 30년 이상 글로벌 마케팅 경험으로 'Priceless' 플랫폼을 혁신한 브랜드 전략가 - Harvard·Yale 사례에 소개된 마케팅 사상가이자 베스트셀러 저자
	[키노트] 타라 맥켄티 Tara McKenty AKQA Australia & New Zealand CCO 	창의적 지능: 인간의 상상력과 기술이 만나는 지점 기술과 인간의 창의성이 결합해 새로운 가능성을 만들어가는 스토리텔링의 진화 - TBWA, Saatchi & Saatchi, BMF 등 17년 이상 APAC 크리에이티브 업계에서 활동한 글로벌 리더 - Google APAC 크리에이티브 총괄로 스포츠 혁신 프로젝트 등 기술과 창의성을 결합한 혁신적 캠페인 주도 - AKQA AU/NZ 크리에이티브 총괄, 200개 이상 국제 광고상 수상
	노엘 번팅 Noël Bunting Publicis London CCO 	AI는 과연 윤리적인 수 있을까? AI 시대, 인간 창의성을 지키는 윤리적 AI의 가능성 - Ogilvy에서 Dove 글로벌 크리에이티브 리드를 역임한 글로벌 브랜드 전문가 - Neverland를 런던의 주목받는 크리에이티브 에이전시로 성장시키고, Campaign Start-up of the Year 2022 수상에 기여 - Publicis London CCO로 혁신적 캠페인과 조직 성장을 이끄는 여성 크리에이티브 리더
	딥 차브리아 Deep Chhabria Netflix APAC Creative Lead, Marketing Partnerships 	트렌드는 함께 만들어진다 팬 중심 관점으로 콘텐츠와 브랜드를 연결하며 문화적 영향력을 창출하는 넷플릭스의 파트너십 전략 - Squid Game, Bridgerton, Stranger Things 등 주요 글로벌 콘텐츠와 브랜드 협업 주도 - Ogilvy, R/GA, Saatchi & Saatchi, BBH, Grey Group 등에서 엔터테인먼트·테크·FMCG 브랜드 캠페인 수행 - Miami Ad School에서 차세대 크리에이티브 멘토링, TED Talk 등에서 창의성과 문화에 대한 인사이트 공유
	코바야시 타쿠마 Takuma Kobayashi POLA Inc. Representative Director and President 	예술에서 시작되는 창의성: POLA가 브랜드를 완성하는 독보적인 접근법 아티스트 협업으로 완성하는 POLA만의 차별화된 럭셔리 브랜드 - POLA·ORBIS 그룹에서 브랜드 혁신과 성장을 이끈 뷰티 비즈니스 리더 - DECENCIA·ORBIS 대표를 역임하며 리브랜딩과 사업 회복을 성공적으로 주도 2025년 POLA 대표이사 사장으로 취임, 일본 프리미엄 뷰티 브랜드의 미래 전략을 이끄는 경영자
	류혜정 유니레버 카버코리아 디멘드 크리에이션 부문/이사  	브랜드 트랜스포메이션: 소셜 퍼스트 전략 AHC 리브랜딩 사례를 통해 살펴보는 K뷰티 소셜 퍼스트 전략과 브랜드 혁신 인사이트 - Unilever 카버코리아 마케팅 디렉터로 AHC 글로벌 리브랜딩과 브랜드 전략 총괄 '투톤 립 바' 출시로 400억 원 이상의 매출 성장 견인, 네오 쿠션 등 혁신적인 뷰티 제품과 체험형 브랜드 캠페인 개발 20년 이상 글로벌 뷰티 기업에서 성장 전략을 이끌어온 마케팅 리더

□ 콘퍼런스 프로그램 세부일정

○ (전문가 콘퍼런스) 키노트 스피치, 패널 디스커션 등 유료 참관객 대상

- (일시/장소) 8. 26~28. 시그니엘 부산 4층 그랜드볼룸 및 볼룸

*현장 380석(그랜드볼룸: 250석, 볼룸: 130석), AI통역 제공

날짜	시 간	주 제	연 사
DAY 1 8.26. (수) 아트랙	13:00-13:30	심사위원장과과의 대화	심사위원장 5인 모더레이터 김 쇼 (캠페인 브리프 아시아 편집장)
	13:30-14:00	자동화라는 착각 - AI 마케팅 95%가 멈추는 이유	김기동 (비트리카퍼레이션, 대표)
	14:00-14:30	AI는 과연 윤리적일 수 있을까?	노엘 번팅 (퍼블리시스 런던, CCO)
	14:30-15:00	호기심의 힘	웅카네지 마상고 (오길비 남아프리카, CCO)
	15:00-15:30	AI 그 너머: 지속 가능한 가치를 만드는 방법	엔 주 (D&S 미디어 그룹, 회장)
	15:30-16:00	AI 시대, 인간의 창의성이 필요한 이유	코바야시 신이치 (ADK 마케팅 솔루션즈, ECD)
	16:00-16:30	AI가 만든 동영상 홍수, 브랜드는 어떤 콘텐츠와 AI를 신뢰할 것인가	오재호 (파일러, 대표)
DAY 2 8.27. (목) 아트랙	11:00-11:30	시딩에서 마케팅으로: 글로벌 매출을 만드는 한국식 플레이북	이은솔 (새벽네시, 공동대표)
	11:30-12:00	창의성의 새로운 공식: AI, 팬덤, 문 화가 만드는 가장 강력한 무기	파비오 세이들 (디지털타스, 북미 AI 부문 수석 부사장)
	13:00-13:30	[키노트] 마케팅의 새로운 프런티어	라자 라자만나르 (마스터카드, 최고 마케팅 책임자)
	14:00-14:30	생성형 AI는 끝났다!	이유겸 (DXE, 크리에이티브팀 팀장)
	14:30-15:00	AI 속의 '나'를 마주하다	파울로 마리아노 (오 에스크리토리오, 시니어 아트디렉터)
	15:00-15:30	SAUNAS가 만든 도시 웰니스의 확장	후루야 쿠란도 (토요크 주식회사, CCO)
	15:30-16:00	창의성의 법칙	일라 안드레예프 (제일 CIS, ECD)
	16:00-16:30	내 인생의 60초를 돌려줘	산디판 바타차리야 (몽크스, CCO)
	16:30-17:00	[키노트] 창의적 지능: 인간의 상상력과 기술이 만나는 지점	타라 맥켄티 (AKQA, 최고 크리에이티브 책임자) 저스틴 레웅 (AKQA, 매니징 디렉터)

날짜	시 간	주 제	연 사
DAY 3 8.28. (금) A트랙	09:00-09:30	[뉴스타즈 심사위원장 특별 강연] AI 시대의 생존 가이드	무쿤드 올레티 (VML, 최고 크리에이티브 책임자)
	09:30-11:30	[뉴스타즈] 심사위원과의 대화	심사위원 8인, 모더레이터 송창렬 (크랙더넛츠, 대표)
	13:00-13:30	예술에서 시작되는 창의성: POLA가 브랜드를 완성하는 독보적인 접근법	코바야시 타쿠마 (폴라 주식회사, 대표이사 사장)
	13:30-14:00	브랜드 트랜스포메이션: 소셜 퍼스트 전략	류혜정 (유니레버 카버코리아, 디멘드 크리에이션 부문 이사)
	14:00-14:30	중국의 아름다움을 확장하다: CHANDO의 브랜드 롱텀 전략과 글로벌 브랜드 여정	정 채 (찬도 그룹, 대외협력 총괄 책임자)
	14:30-15:00	후발 브랜드의 반격: 시장에서 존재감을 키우는 브랜드 성장 전략	김현태 (트립닷컴, 한국·일본 브랜드 마케팅 총괄)
	15:00-15:30	지역 문화로 글로벌 브랜드의 가치를 키우다	티티폰 투브통 (브릴리언트 앤 밀리언, 크리에이티브 총괄)
	15:30-16:00	이성과 믿음: AI 시대, 럭셔리를 다시 쓰다	키나미 하세가와 (덴츠, ECD)
	16:00-16:30	트렌드는 함께 만들어진다	딥 차브리아 (넷플릭스, APAC 크리에이티브 총괄)
DAY 3 8.28. (금) B트랙	09:00-09:30	[영스타즈 심사위원장 특별 강연] AI에 대한 당신의 생각은 무엇인가요?	차우 콕 키옹 (아토믹, 크리에이티브 파트너)
	09:30-11:30	[영스타즈] 심사위원과의 대화	심사위원 8인, 모더레이터 허태윤 (MAD STARS 부집행위원장)
	13:00-13:35	믿을 수 있는 데이터가 OOH를 바꾼다	진나이 이치로 (페리온 재팬, 사장) 천용석 (한국옥외광고센터, 수석연구원)
	13:35-14:05	데이터가 만드는 새로운 광고 시장	배준수 (WPP 미디어, 상무) 외 2인
	14:05-14:30	OOH의 미래, 아시아 리더들이 말한다	레베카 창 (세계옥외광고기구 아시아 협력 총괄) 외 3인
	15:00-15:30	문화가 만드는 브랜드, 사람들이 머무는 세계	데니스 페레즈 (유니레버 아시아, 마케팅 총괄)
	15:30-16:00	필리핀의 아이디어는 어떻게 세계로 향하는가: 글로벌 창의성을 만드는 크리에이티브 리더십	멀리 제이미 (제이미 헤드쿼터스, 회장)
	16:00-16:30	제약을 기회로. 필리핀 크리에이티브의 힘	데이비드 게레로 (비비디오 게레로, 크리에이티브 회장)