

2017 서울도시건축비엔날레 홍보 결과보고

2017 . 12. 18.

문서번호	서울도시건축비엔날레사무국-4773	책임	서울도시건축비엔날레사무국장	대표이사			
결재일자	2017.12.19.	12/18 김나연	12/19 정소익	12/19 이근			
공개여부	공개	협 조		팀장			
방침번호	대표이사방침 제 (5197)호			12/18 代서해영			

추진근거	- 2017 서울도시건축비엔날레 홍보 계획보고 (대표이사방침-1858호, 2017.5.16.)		
대 내 외 협력현황	부서(단체)명	협약내용	협약결과
사 업 비			

※ 문서내용을 위와 같이 간단히 요약하세요.

서울디자인재단 (서울도시건축비엔날레사무국)

사전 검토항목

※ 해당사항이 없을 경우 '무 ✓' 표시하시기 바랍니다.

검 토 항 목	검토여부 '✓' 표시
시 민 참 여 고 려 사 항	시 민 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	이 해 당 사 자 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	전 문 가 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	옴 브 즈 만 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input checked="" type="checkbox"/>
법 령 및 기타 고 려 사 항	법 령 규 정 : 교통 <input type="checkbox"/> 환경 <input type="checkbox"/> 재해 <input type="checkbox"/> 기타 <input type="checkbox"/> 무 <input checked="" type="checkbox"/>
	기 타 : 고용효과 <input type="checkbox"/> 노동인지 <input type="checkbox"/> 균형인지 <input type="checkbox"/>
	기 타 : 취약계층 <input type="checkbox"/> 성인지 <input type="checkbox"/> 장애인 <input type="checkbox"/> 디자인 <input type="checkbox"/> 갈등발생 가능성 <input type="checkbox"/> 유지관리 비용 <input type="checkbox"/> 무 <input type="checkbox"/>
타 자 원 의 활 용	중 앙 부 처 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	민 간 단 체 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	기 업 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
관 계 기 관 및 단 체 협 의	관 계 기 관 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>
	관 련 단 체 : 유 <input type="checkbox"/> () 무 <input type="checkbox"/>

2017 서울도시건축비엔날레 홍보 결과보고

2017 서울도시건축비엔날레 및 서울시 도시·건축 정책에 대해 쉽고 재미있는 정보정 달로 행사 참여 확인 및 긍정적인 여론 조성

1. 개요_국내홍보

- 운영기간 : 2017년 1월 1일 ~ 12월 31일 (집중홍보기간/7~10월)
- 운영주체
 - 언론 및 온라인 홍보 : (주) 레인보우 커뮤니케이션즈
 - 방송섭외·옥외광고 : (주) KBS 아트비전
 - 미디어 관리 및 대행사 운영·관리 : 서울비엔날레사무국
- 주요 추진실적

구분	내용	추진실적
언론홍보	언론 보도	○ 300개 매체 966 건 노출 - 일간지 145건, 방송 및 통신 매체 287건, 온라인 매체 279건, 외신 및 전문지 164건, 지역지 및 기타 91건 ○ 방송채널보도 22 건 (뉴스 18건, 시사교양 4건)
	기자 설명회	○ 총 2 회 개최 (5월29일, 8월16일) - 5월 29일 기자설명회 : 19개 매체, 19명 참석 - 8월 16일 기자설명회 : 48개 매체, 47명 참석
	미디어 팸투어	○ 총 4 회 개최, 45 개 매체, 77 명 참석
	프레스센터 운영	○ 총 80 개 매체 및 기관, 110 명 방문
온라인 홍보	뉴스레터 및 데일리	○ 22 회 제작 및 발송 (데일리발송 6호~11호)
	SNS	○ 페이스북 : 좋아요 5,812명 (80건 게재, 467,235건 도달) ○ 인스타그램 : 팔로워 1,333명 (66건 게재, 4,389건 좋아요)
	바이럴	○ 카카오플러스친구 : 총 54건 게재, 32건 메시지 발송
	온라인 유료 광고	○ 총 20건 (842,955건 도달, 3,037,927명 노출)
광고 및 홍보물 제작	옥외광고	○ 가로가판대 총 694개 (후면 332개, 측면 362개) ○ 가로등배너 총 217조 (종로구, 중구, 송파구) ○ 대형현수막 1개 (서울도서관) ○ 지하철 광고 2개 (을지로입구역 - 시청역 지하보도) ○ 홍보영상 모니터 및 전광판 게재

2. 세부내용_국내홍보

1. 언론홍보

- 운영기간 : 2017년 6월~11월 (6개월)
- 미디어리스트 데이터베이스 구축 : 총 153개 매체, 578명 기자 리스트 확보
- 보도자료 작성 및 배포 : 총 11회 보도자료 작성 및 배포, 328건 노출
 - 대상 : 건축전문지, 문화부, 서울시청 출입기자, 사진부 등

NO	배포 일자	내 용	계재건수
1	6/29	극영화로 이해하는 서울의 공유문화는? 무료강좌로 서울비엔날레 미리 만나보세요!	4건
		- 서울도시건축비엔날레 시민 참여형 사전 강의 소개 - 사전 강의로 미리 만나는 서울비엔날레	
2	7/14	2017 서울도시건축비엔날레, '서울투어'로 만나는 공유도시 서울	5건
		- 서울도시건축비엔날레 서울투어 프로그램 소개 - 투어 주요 루트 소개 및 투어프로그램을 통해 미리 만나는 서울비엔날레	
3	7/20	서울 도심에서 즐기는 뇌파산책, 서울비엔날레 <뇌파산책 워크숍>	9건
		- 서울비엔날레 똑똑한 보행도시 행사 중 하나로 열린 뇌파산책 워크숍 - 행사 현장감이 드러나는 포토기사 배포	
4	8/2	'건축학개론 이제훈'. 서울비엔날레 홍보대사 위촉	54건
		- 서울비엔날레 홍보대사 이제훈 선정 - 선정 소감 및 이유 등과 함께 주요행사 소개	
5	8/17	공유가 바꾼 전 세계 도시-건축, 9월 서울서 만난다	89건
		- 서울시청 출입기자 대상 기자간담회 용 보도자료 배포 - 서울비엔날레의 취지 및 주요 프로그램 소개	
6	8/23	매주 토요일, 비엔날레 식당에선 특별한 저녁 식사가 무료	6건
		- 도시가 직면한 자원 환경문제로 인해 발행되는 생활 방식의 변화 등 식량과 관련된 문제인식을 위한 체험형 현장프로젝트 '식량도시' 소개 - 식량도시의 주된 프로그램인 비엔날레식당과 비엔날레카페 소개	
7	8/31	D-2 '서울도시건축비엔날레' 놓치면 안 될 4대 관전 포인트	126건
		- 개막에 앞서 서울도시건축비엔날레를 즐길 수 있는 4대 관전 포인트 소개 - 프로그램 별 소개 및 주요 전시작품 별첨으로 상세히 소개	
8	9/15	세운상가창신동 구도심에서 만나는 생산도시 서울의 미래	4건
		- 서울비엔날레의 현장프로젝트인 생산도시 프로젝트에 대한 소개 - 생산도시 프로젝트 참여팀인 모토엘라스티코 인터뷰	
9	9/28	2017 서울도시건축비엔날레 현장프로젝트 '똑똑한 보행도시'	18건

		- 서울비엔날레 현장프로젝트인 똑똑한 보행도시 프로젝트 소개 - 추석연휴때 즐길 수 있는 시민 참여형 행사도 함께 소개	
10	10/13	가을 향기 물씬 돈의문박물관마을에서 '인생샷' 남겨볼까? - 새로운 핫플레이스로 떠오르고 있는 돈의문박물관마을 소개 - 돈의문박물관마을 내에서 인생샷을 건질 수 있는 주요 명소 소개	9건
11	10/28	놓칠 수 없는 마지막 서울비엔날레 즐기 꿀팁은? - 폐막을 앞두고 서울비엔날레 폐막주간 주요 행사 소개 - 건축가포럼 이벤트 등 서울비엔날레를 마지막으로 즐길 수 있는 주요 프로그램 추천	4건

※ 당초 계획은 12호(11.10일자 배포)였으나, 시청 도시공간개선단의 요청으로 폐막관련 보도 자료 미배포

■ 미디어 응대 및 취재지원

- 대상 : 건축전문지, 문화부, 서울시청 출입기자, 사진부 등
- 미디어 라운딩 : 미술·건축 분야, 문화부 및 전시회 담당기자, 시 출입기자, 여성지 및 교육지 기자, 사진부 기자 등 분야별 사전 미디어 라운딩 33회
- 프레스 센터 운영 : 상시 미디어 응대 및 취재지원 총 80개 매체 및 기관
110명 방문 (DDP, 돈의문박물관마을 각각 운영/ '17.9.2.~11.5., 65일간)

■ 미디어 팸투어 : 총 4회

2. 방송매체 홍보

- 운영기간 : 2017년 9월~11월 (집중홍보기간)
- 방송매체 종류
 - KBS, SBS 등 공중파, 종합편성채널 등
 - 뉴스보도 및 시사교양 프로그램 등
- 방송 보도 결과 : 총 22건

3. 온라인 홍보

■ SNS 홍보

- 운영기간 : 2017년 1월~11월 (11개월)
- 추진배경
 - 타겟과 시의성을 고려한 트렌디한 콘텐츠 기획으로 현장 참여 유도
 - 서울도시건축비엔날레 주제 및 프로그램에 대한 전반적인 이해도 제고를 위한 사전 홍보
 - 흥미로운 현장 콘텐츠로 전시 및 프로그램 참여 유도
- 온라인 콘텐츠 제작 및 운영 개요

구분		제작·발행	이벤트 진행	광고 집행	비고
SNS	페이스북	80건	5건	20건	
	인스타그램	66건		2건	
	카카오 플러스친구	54건		-	메시지 32건 발송
뉴스레터		22회	-	-	사전제작 2회

□ 페이스북 운영 결과

- 2017년 5월 대비 페이지 좋아요 195.3% 증가, 월 도달 수 3,714.8% 증가
- 사전·사중 카드뉴스, 이미지, 언론공유 등 총 80건 발행 및 게재
- 페이지 광고 (브랜드 인지도, 페이지 좋아요) 및 콘텐츠 광고 총 20건 집행

□ 인스타그램 운영 결과

- 2017년 6월 대비 팔로워 수 472.1% 증가
- 이미지 및 카드뉴스 등 총 66건 발행

■ SNS 광고

- 운영기간 : 2017년 7월~11월 (5개월, 집중홍보 기간)
- 이벤트 목록

채널	기간	이벤트 명	총 도달수	좋아요	참여자
페이스북/ 인스타그램	8.9~8.16	'서울비엔날레' 초성퀴즈	9,187	94	59
	9.1~9.8	방문인증 이벤트	38,255	12	30
	10.19~10.31	돈의문박물관마을 인생샷	99,032	17	7
	11.1~11.12	만족도조사 참여 이벤트	12,536	133	160
	11.1~11.12	만족도조사 참여 사진 이벤트			62
합계	총 5건		159,010	256	318

※ 이벤트 참여자에 한해 비엔날레 기념품 혹은 문화상품권 증정

■ 카카오플러스 친구

- 운영기간 : 2017년 8월~11월 (4개월, 집중홍보 기간)
- 추진배경
 - '메시지 보내기' 기능을 활용한 서울시건축비엔날레의 '알람' 역할 수행으로 관련 이슈 및 공지, 소식을 시의적절하게 전달할 수 있는 매체 선정
- 운영결과

- 게시물 총 54건 게재, 메시지 총 32건 발송 ※ 공지, 모집 등을 제외

■ 온라인 뉴스레터

□ 운영기간 : 2017년 3월~12월

□ 추진배경

- 학계, 건축계, 유관·협력기관, 사전 워크숍 참여자 등 전문가 및 일반 시민을 대상으로 한 서울도시건축비엔날레 소식지로의 역할
- 기간에 따라 월1회, 주1회, 일1회 등 발송 (행사기간중 데일리로 진행)

□ 뉴스레터 운영결과 (발송목록 및 결과)

연번	발행일	서울비엔날레 ISSUE	발송건수	개봉률
사전	2.28	생산도시 워크숍 및 국제스튜디오 심포지엄 개최	1,209	20.3%
사전	3.30	프랑스 건축가 도미니크 페로 특강 개최 등	1,280	25.1%
1호	7.3	주제강연: 지도와 서울	1,293	32%
2호	8.4	뇌파산책 워크숍 현장스케치	1,307	23%
3호	8.18	똑똑한 보행도시	1,310	32.67%
4호	9.1	개막 D-1, 데일리 비엔날레 소식	1,320	30%
5호	9.2	개막, 데일리 비엔날레 소식	1,568	32.49%
6호	9.3	데일리 비엔날레 소식	1,327	28.33%
7호	9.4	데일리 비엔날레 소식	1,317	29.31%
8호	9.5	데일리 비엔날레 소식	1,328	30.42%
9호	9.8	토크시리즈 / 시장님 및 총감독 중앙일보 인터뷰	1,333	30.46%
10호	9.15	비엔날레 식당 및 카페	1,335	31.16%
11호	9.22	2017 서울도시건축비엔날레 한정판 기념품	1,326	29.41%
12호	9.27	서울도시건축비엔날레 2배로 즐기는 세 가지 방법	1,323	27.06%
13호	9.29	즐거운 추석 연휴, 서울도시건축비엔날레와 함께!	1,324	22.81%
14호	10.16	로보틱 공예교육	1,324	29%
15호	10.20	평양살림 심포지엄	1,330	28.5%
16호	10.25	평양살림 심포지엄 + 북한영화제	1,326	27.22%
17호	10.27	커넥티드 시티 / 세계총괄건축가포럼	1,326	26.92%
18호	11.3	2017 서울도시건축비엔날레 만족도 조사	1,324	26.51%
19호	11.17	감사레터	1,422	28.44%
20호	12.15	2017 서울비엔날레 출판물 안내(일정 변동 가능)	-	-

3. 홍보영상 제작 및 운영

■ 운영기간 : 2017년 6월~11월

■ 영상 제작 종류

- 사전 홍보용 : 총 2편 제작 (10", 15", 20" 3종씩 제작)
- 사중 홍보용 : 총 1편 제작 (10", 15", 20" 3종씩 제작)



서울시청앞 대형전광판



DDP 어울림광장

4. 옥외광고

- 운영기간 : 2017년 7월~11월 (4개월)
- 게재 매체 종류 및 운영 결과

구분	장소	기간	비고
가로등배너 (총 227조)	새문안로 (서대문사거리~광화문사거리)	8.1~8.31	50조
	종로 (종로 1~4가)	8.1~8.31	50조
	세종로 (세종대로~광화문)	8.1~8.31	50조
	올림픽대로 (잠실운동장~종합운동장)	8.1~9.28	50조
	DDP 일대	7.17~11.05	16조
	세운상가	8.1~11.05	1조
	코엑스 주변 (UIA 측과 교환)	8.1~11.05	10조
가로가판대 (총 694개소)	후면	8.10~11.05	332개소
	측면	8.10~11.05	362개소
대형현수막	서울도서관 측면 (시청)	8.01~9.01	
포스터 게첨	50개 대학 포스터 부착	8.28~9.30	대학별 15장 부착 총 750장 부착
지하철	와이드칼라 (을지로입구~시청역 지하보도)	9.28~11.05	
DDP	DID 가로형	7.17~11.05	
	멀티비전	7.17~11.05	
	키오스크 포스터형	7.17~11.05	
	미디어월	7.17~11.05	
	미디어 스탠드 사인	7.17~11.05	
	대형모니터 (M1 앞)	9.2~11.05	

5. 타행사연계홍보

- 운영기간 : 2017년 4월~11월 (8개월)
- 타행사 연계홍보 결과 : 시민 축제 및 행사에 참여하여 비엔날레 홍보, 시민 참여 이벤트 개최 (상품 증정)

행사명	일정	주요내용	
서울애니메이션 캐릭터어벤져스축제	5.5~5.7 (3일간)	- 대상: 가족단위 시민 - 주요내용 : 엑스배너 설치 및 인쇄물 배포로 비엔날레 사전홍보	
서울로7017 개관	5.20	- 대상: 일반 시민 - 주요내용 : 엑스배너 설치 및 인쇄물 배포로 비엔날레	
정책박람회	7.7	- 대상: 일반 시민 - 주요내용 : 비엔날레 사전홍보를 위한 기념품 배포 및 롤렛이벤트 개최	
회현달빛축제	7.22	- 대상: 가족단위 시민 - 주요내용 : 비엔날레 사전홍보를 위한 식량도시 비엔날레 카페(음료)시식 이벤트	

■ 타기관 협조 연계홍보

기관명	주요내용	비고
우리은행	서울비엔날레 리플렛 지점 배치	우리은행 14개 지점
국립현대미술관	행사기간 중 전시리플렛 로고 바탕 및 리플렛 배치	국립현대미술관 서울관
남산예술센터	뉴스레터 내 비엔날레 광고 게재	온라인 뉴스레터 2회

6. 대학생 기자단 운영

- 운영기간 : 2017년 3월~11월 (9개월)
- 대학생 기자단 인원 : 총 4명
- 업무내용 및 주요 매체
 - 홍보지원, 콘텐츠 제작 및 게재
 - 자체 아이템 개발 및 운영 (건축찌라시, 팟캐스트 등 기획)

7. 홍보대사 운영

- 운영기간 : 2017년 9월~11월 (2개월)
- 홍보대사 및 활동 내용
 - 홍보대사 : 배우 이제훈
 - 활동내용 : 비엔날레 공식 개막식 참석, 미디어 응대, SNS 매체 활용, 홍보영상 촬영 등

8. 이벤트

- 운영기간 : 2017년 5월 ~ 11월
- 운영목적 : 비엔날레 인지도 제고
 - 현장 이벤트 : 관람객의 재미와 입소문을 위한 이벤트 기획
 - 온라인 이벤트 : 모객과 호기심 유발을 위한 이벤트 기획
- 운영방법 : 현장 및 온라인 채널을 활용한 전방위적 홍보
- 이벤트 목록

구분	이벤트 명	기간	참여자	당첨자	비고
온라인	'서울비엔날레' 초성퀴즈	8.9~8.16	59	30	
온라인	방문인증 이벤트	9.1~9.8	30	30	
온라인	돈의문박물관마을 인생샷	10.19~10.31	7	7	
온라인	만족도조사 참여 이벤트	11.1~11.12	160	30	
온라인	만족도조사 참여 사진 이벤트	11.1~11.12	62	20	
현장	정책박람회 룰렛이벤트	7.7	330	328	시청앞
현장	회현달빛축제 룰렛이벤트	7.22	246	246	백범광장
현장	투어 프로그램 우수참여자	9.2~11.5	254	8	각 프로그램

현장	기념품 할인행사 팩키지	11.4~5	26	26	돈의문박물관 마을
합계	총 5건		1,174	725	

※ 이벤트 참여자에 한해 비엔날레 기념품 혹은 문화상품권 증정

9. 기타 (간행물)

■ 서울비엔날레 광고 혹은 소개 간행물 목록

매체	기간	내용	비고
아트나우	6월호, 8월호	서울비엔날레 소개	사진 및 자료 제공
여성조선	7월호, 9월호	서울비엔날레 미리보기 소개	사진 및 자료 제공
서울사랑	8월~10월호	서울비엔날레 소개 및 각 프로그램 내용 게재	시민소통담당관 협조 (시보유 매체)
내친구서울	8월호~10월호		
자치구소식지	8월호~10월호		
공간	8월호, 10월호	비엔날레 미리보기 및 비엔날레 프로그램 소개	사진 및 자료 제공
지역정보화지	제 105호	비엔날레 광고 2면 게재	타기관 협조 무료진행
ASIANA	9월호	서울비엔날레 프로그램 소개	사진 및 자료 제공
INTERIORS	9월호, 10월호	서울비엔날레 소개 및 각 프로젝트 내용 소개	사진 및 자료 제공
더무브	9월호	서울비엔날레 소개 및 전시 참여 건축가 인터뷰	사진 및 자료 제공
앤써	9월호	서울비엔날레 소개	사진 및 자료 제공
장식신문	제 333호 (9월 25일)	서울 비엔날레 소개 및 주요 프로그램 내용 게재	사진 및 자료 제공
리빙센스	10월호	서울비엔날레 주요 스폿 소개	사진 및 자료 제공
디자인하우스	10월호	서울비엔날레 주간 리뷰	사진 및 자료 제공
메종	10월호	세운상가 프로젝트 소개	사진 및 자료 제공
미술세계	11월호	서울비엔날레 및 각 프로젝트 내용 소개	사진 및 자료 제공

10. 온라인 만족도 조사

- 조사기간 : 2017년 11월 1일 ~ 11월 12일
- 조사방법 : 온라인 비엔날레 채널 페이스북 활용
- 참가인원수 : 160명
- 질의문항 : 객관식 4문항, 서술식 3문항

- 운영결과 : 다양한 의견 수렴 및 조사에 응해주신 분 대상으로 문화상품권 지급, 단기간에 많은 참여율 보임
- 조사결과

- 객관식 문항 (중복 가능)

- 2017 서울시건축비엔날레 기간 중 방문한 곳은 어디입니까?

동대문디자인플라자 DDP	140명	87%
돈의문박물관마을	97명	60%
세운상가	45명	28%
기타	11명	6%

- 참여했던 프로그램 또는 활동은 무엇입니까?

전시관람 (도시전, 주제전등)	139명	86%
단순관람 (이벤트 참여 식당방문 등)	74명	46%
강연참여 (비엔날레 주제강연, 토크시리즈)	32명	20%
현장프로젝트 참여	20명	12%
투어프로그램	20명	12%
기타	15명	9%

- 2017 서울시건축비엔날레는 어떻게 알게 되었나요?

서울도시건축비엔날레 공식 홈페이지	42명	26%
서울시 홈페이지	12명	7%
DDP 홈페이지	16명	10%
옥외광고	70명	43%
매체광고(영상 또는 음성 광고)	39명	24%
SNS(페이스북, 인스타그램 등)	90명	56%
기타	17명	10%

- 2017 서울시건축비엔날레에 만족하시나요?

매우 만족	17명	10%
만족	26명	16%
보통	41명	25%
불만족	53명	33%
매우 불만족	23명	14%

- 서술식 문항

- 가장 만족스러웠던 것은 무엇이었나요? (대다수 의견만 서술)

- 전시 콘텐츠와 구성 (주제전, 도시전)
- 시민참여 프로그램 (강연, 투어 등)
- 비엔날레 홍보
- 전시 도슨트
- 반대로 가장 불만족스러웠던 것은 무엇이었나요? (대다수 의견만 서술)
 - 전시 콘텐츠의 어려운 설명
 - 인위적인 돈의문박물관마을 공간
 - 스텝들의 불친절함
 - 사이니지
- 향후 서울도시건축비엔날레에 바라는 점이 있다면? (대다수 의견만 서술)
 - 대중적인 내용과 콘텐츠
 - 전시장 투어 셔틀버스 운행
 - 전시 동선의 고려 필요

11. 문제점 및 향후 개선사항

■ 문제점

- 홍보 예산 증감 및 홍보 전담 인력 배치 필요
- 프로젝트별 협업 강화 및 홍보콘텐츠 확보
- 대학생 기자단의 참여저조로 학생 위주의 홍보 미흡

■ 향후 개선사항

- 전체 예산의 최소 10% 홍보예산 확보가 필요하며, 언론, 온라인 등 홍보 전담 인력의 확충 필요
- 사전, 사중, 사후 등 홍보기간에 맞게 프로젝트별 내용이 전달되어야 홍보 콘텐츠 확보가 가능하므로 홍보를 위한 프로젝트간의 협업이 강화되어야함
- 비엔날레 대학생 기자단의 활동에 따른 베네피트 강화와 자체 기획을 할 수 있는 기반 조성 필요

3. 해외홍보 세부내용

1. 개요

- 구성 : 온라인(뉴스레터, 포털, SNS), 보도자료배포/게재 및 현지 홍보 행사
- 홍보기간 : 2017. 5. 15. ~ 2017. 11.
- 홍보 파트너 : Urban Next (건축, 도시, 디자인 전문 포털)

■ 결과물('17.11.8.현재)

분 류	실 적	대표이미지
온라인	<p>· 뉴스레터</p> <p>· Urban Next 회원 (관련 전문가) 15만 명 대상</p> <p>· 총 24회 배포</p>	
	<p>· 메뉴 중 서울비엔날레 (Imminent Commons) 개설</p> <p>urbannext.net/imminent-urban-commons/</p> <p>· 서울비엔날레 출판물, 참가자 인터뷰, 기고문, 행사기록 등의 콘텐츠 수록</p> <p>· 총 119개 콘텐츠 게재</p>	
	<p>· 포털의 콘텐츠를 간략하게 편집하여 SNS를 통해 빠르고 쉽게 전달</p> <p>· Facebook, Twitter 각 1개/일 이상 포스팅</p>	
보도자료	<p>· 배포</p> <p>· 149개의 해외 우수 신문, 잡지 대상</p> <p>· 총 6회 발송</p>	
	<p>· 기사 게재</p> <p>· 해외 유력 언론에 총 7회 노출</p> <p>- The Architects' Newspaper, Dezeen, The Architectural Review, The Guardian</p>	
현지 홍보 행사	<p>· 출판기념회를 겸한 서울비엔날레 홍보행사 개최</p> <p>· 총 3회(뉴욕, 런던, 홍콩)</p>	

2. 세부내용

■ 기획의도

- 연구 중심의 서울비엔날레 콘텐츠를 체계적으로 정리, 출판하여 지속적인 아카이브 및 세계적 담론의 기반으로 활용
- 관람객의 보다 깊은 이해를 돕는 자료로 제공

■ 출판 방식 : 공동출판

□ 목적

- 출판 노하우 활용
- 효과적인 배포/판매망 활용 및 지속적인 출판물 관리

- 방식
 - 국문본, 영문본, 가이드북 각각의 출판사 지정하여 추진
 - 재단과 출판사가 출판비용 공동 부담
 - 홍보, 유통 등의 배포/판매비용은 출판사가 별도 부담
 - 판매 수익 중 재단 배당 부분은 출판물(현물)로 수령
 - ※ 수령된 출판물의 용처 : 시청, 참가자 등 송부 및 아카이브
- 공동출판사
 - Urban Next(Actar Publisher) : 출판 총괄/#1~#4 제작 및 해외 배포
 - 워크룸 프레스 : #1~#4 번역, 국문본 편집 및 국내 배포
 - 미디어버스(복소사이어티) : 가이드북 제작 및 배포

3. 문제점 및 향후 개선사항

- 문제점
 - 과도한 출판물, 출판 시점 불규칙
 - 출판물 별 콘텐츠 구분은 효과적이나 준비 시간 부족으로 질 하락 우려
 - 연구결과물에 치중한 콘텐츠로 인해 행사 도록으로는 활용 어려움
 - 국영 번역에 상당한 시간이 필요함에 따라 국문본과 영문본 출간 시점 상이
- 향후 개선방안
 - 합리적인 출판 일정 및 규모 계획 수립 준수
 - 연구 결과물, 행사 결과물(도록)을 구분하여 선명한 계획 수립 준수

4. 추진성과

■ 성과지표

구분	KPI	합계	1분기	2분기	3분기	4분기	비고
정량	보도건수	70건	10건	10건	30건	20건	
	예산집행실적	100%		30%	40%	30%	
정성	홍보콘텐츠 개발 및 디자인 향상						

■ 추진 성과

- 총 보도건수 : 988건 (성과지표의 14배 보도건수)
 - 언론보도건수 : 총 966건 (일간지 145건, 방송 및 통신 매체 287건, 온라인 매체 279건, 외신 및 전문지 164건, 지역지 및 기타 91건)
 - 방송채널보도건수 : 총 22건 (뉴스 18건, 시사교양 4건)
- 사회부, 문화부, 잡지사 등 다양한 미디어 기자 초청으로 한 팸투어 4회 개최로 적극적인 홍보 수행

- 페이스북, 인스타그램, 카카오플러스친구 등 다양한 온라인 채널을 활용하여 총 200건의 홍보콘텐츠 제작 및 게재
- 비엔날레 뉴스레터를 제작 및 게재하였으며, 집중홍보기간에는 데일리 발송

5. 소요예산

■ 산출내역

- 지출금액 : ₩ 삼억구천사백사만사천삼백이원 (₩ 394,044,302)
- 예산과목 : 서울도시건축비엔날레 - 서울도시건축비엔날레 - 건축비엔날레개최 - 행사홍보비
- 세부내역

구분	세부내역	금액	비고	
국내홍보	온, 오프라인 홍보	141,627,659	원	
해외미디어초청	해외기자 초청 (3인)	5,859,021		항공, 숙박 제공
홍보영상	영상 2회 제작	24,818,181		
사진촬영	도록촬영 및 행사촬영	20,000,000		
홍보대사	활동비	9,000,000		
인쇄물	포스터, 리플렛 등	85,000,000		
옥외광고	가로등배너, 가로가판대 등 옥외광고	82,576,550		
해외 광고	3회(패키지)	2,162,891		
해외홍보용역	글로벌 포털 SNS, 온라인 및 미디어 보도	23,000,000		

- 붙임 : 1. 홍보 결과보고서 1부.
 2. 언론보도 리스트 1부. 끝.