
**『2024 한·아프리카
정상회의 종합홍보사업』 용역
제안요청서 (안)**

2023. 9.

한 국 언 론 진 흥 재 단

※ 본 제안요청서상의 모든 규정은 공고일 기준 이전의 최신 규정으로 함.

I 2024 한·아프리카 정상회의 개요

1 행사 개요

- [행 사 명] 2024 한-아프리카 정상회의 / 2024 KOREA-AFRICA SUMMIT
- [참석대상] 아프리카 54개국 정상, 관련 국제기구(AU, AfCFTA 등) 사무총장
 - 아프리카 54개국 중 30-35개국이 동 회의 정상급 참석에 우호적 입장 표명
 - 각 국 및 국제기구 정상급 내외 및 수행원, 기업·언론 등 약 10,000명 참석 예상
 - * 57개 정상급 대표단이 참석한 2012년 핵안보정상회의 당시 약 10,000명 참석
- [시기] 2024년 5 ~ 6월 중(잠정)
 - * △ AfCFTA 비즈니스 포럼(5.25-27), AfDB 연차총회(5.27-31), '아프리카의 날(5.25)' 행사
 - △ 남아공 신임 대통령 취임식(5월말 예상), 케냐 '자치정부수립의 날'(6.1) 등 감안
- [장소] 서울 또는 인천 검토 중
- [관련부처] 외교부(주관), 기재부, 행안부, 산업부, 중기부, 관련 지자체 등

2 개최 목적 및 기대 효과

- 우리 정부 최초로 개최하는 아프리카 대상 정상급 국제회의
 - 참가대상 정상급만 60여명으로 국내 개최 다자회의 중 역대 최대 규모
- 아프리카 전략적 중요성* 부상 → 관계 격상, 경제협력 확대 기반 마련
 - * △ AfCFTA 출범에 따른 GDP 3조 달러, 인구 약 13억의 단일시장 부상 △ 4차 산업혁명 핵심 광물자원 부존, 저렴한 인건비를 바탕으로 한 신생산기지 △ 유엔 회원국 1/4 이상, 안보리 비상임이사국 3/10을 구성하는 국제무대 캐스팅보터 등
- 주요국에 견줄만한 글로벌 중추국가로서 위상 강화
 - ※ 미, 중, 일, 러, EU, 인도, 터키 등은 對아프리카 정상급 협의체 운영 중
- 아프리카에 대한 이해 및 친밀도 제고
 - 아프리카가 미래 성장을 위한 협력 대상임을 우리 국민들이 실감할 수 있는 기회

II 제안 요청 사항

1 사업 개요

□ (사업명) 2024 한-아프리카 정상회의 종합홍보 사업 용역

□ (사업예산) 총 삼십오억원정(₩3,500,000,000원, 부가세 포함)

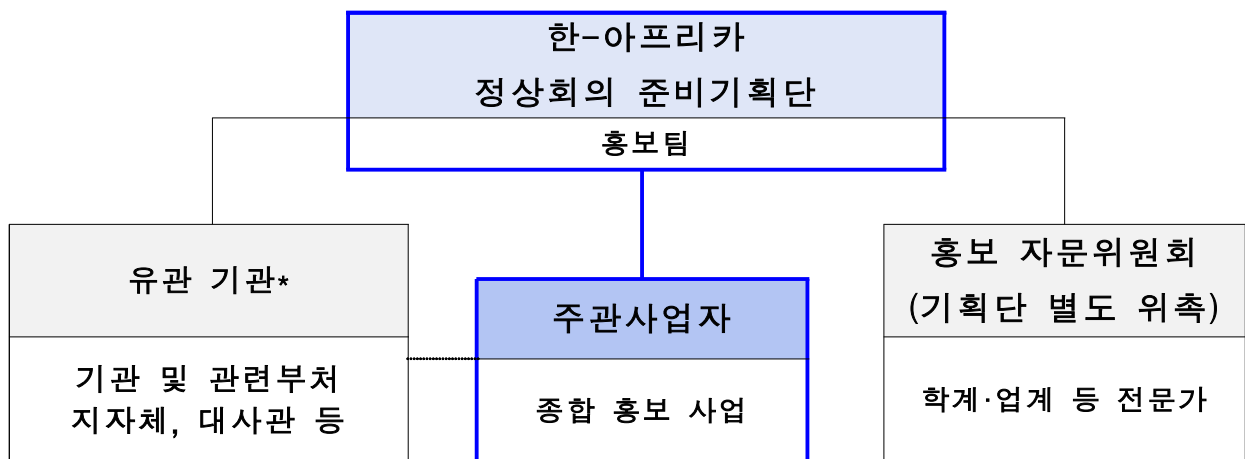
- ※ 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행규칙」 제8조에 따라 일반관리비의 비율은 용역원가의 6%를 초과하지 못하며, 이윤율은 용역원가 및 일반관리비의 10%를 초과하지 못함. 단, 매체비 및 사후원가정산 등에 대하여는 적용하지 아니함
- ※ 기타 광고주 요청이 있을 경우 추가 홍보물 제작이 가능해야 함
- ※ 광고물 추가(수시) 제작의 경우 최초 낙찰 단가 적용

□ (사업범위) 홍보 기획, 영상 및 광고 제작, 온·오프라인 행사, 홍보 대사, 각종 디자인 등 일체 홍보 활동을 포함

- ※ 매체 비용은 발주처가 별도 지출 예정(내년도 예산으로 10~15억원 예상)

□ (사업기간) 계약체결일 ~ 2024.7.31.

2 과업 추진 체계



- * 외교부(대변인실, 대사관 등), 문체부(국민소통실, 해외문화홍보원, 해외문화원 등), 산업부, 중기부, 관련 지자체 등 유관기관

Ⅲ 과업내용

1 홍보 방향

- ① 역대 **최초 한-아프리카 정상회의**이자, 금번 정부 주최 **최대 다자 정상회의**
 * 정상급 참석률에 따라 기존 역대 최대 可(기존 최대 다자회의의 '12 핵안보 정상회의는 38명 정상급 참석)
- ② 한국형 인태전략 선언 원년, 아프리카로의 **인태전략 확장**
- ③ **아프리카의 전략적 중요성 부상**에 따른 한-아프리카 협력 확대 필요
 - △AfCFTA 출범에 따른 GDP 3조 달러, 인구 약 13억의 단일시장 부상 △4차 산업 혁명 핵심 광물자원 부존, 신생산기지 △유엔 회원국 1/4 이상, 안보리 비상임 이사국 3/10을 구성하는 국제무대 캐스팅보터 등
- ④ 아프리카에 대한 **이해 및 친밀도 제고**

2 과업 내용(안)

※ 사업자 선정 후 협상 과정에서 과업 항목 변경 가능

| 구분 | 세부내용 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|---|--------------------------------|-----------|-------|-----|----|----|-----|---------------|--------------------------------|-----------|----|-----|-----|------------------|-----|----|----|-----|------------------|-----------|-------|-----|----|----|-----------------|-----------|-------|---|
| 가. 홍보 기획 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 전체 사업 관련 종합계획 및 세부계획 수립, 운영 - 개요 및 장·중·단기 세부 전략 및 실행방안 계획서 제출 - 계약기간 내 추진 로드맵 제시 - SNS 등 뉴미디어 기반의 새로운 기법 제시 ○ 홍보대사 제안, 섭외, 계약체결 및 관리 ○ 유관기관, 민간 등 외부 단체와 협력방안 도출 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 나. 디자인, 홍보물 제작 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 키비주얼, 슬로건 등 디자인, 콘셉트 도출 ○ 홍보 콘텐츠 제작 - 공식 홍보 동영상, 인쇄물 등 ○ 일반 홍보물 제작 - 포스터, 리플렛, 굿즈 등 ○ 행사용 홍보물 제작 - 서울, 인천 등 전국 주요 거점 홍보조형물 제작, 설치 및 관리 ○ 모든 산출물에 대한 재산권·저작권 협의 <p style="text-align: center;"><필수 제작물 리스트></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>종류</th> <th>내용</th> <th>타겟</th> <th>분량</th> <th>언어</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">이미지</td> <td>키비주얼, 로고, 슬로건</td> <td>한-아프리카 포괄 의미 * 후단의 타국 사례 참조</td> <td>대국민 행사참여자</td> <td>1식</td> <td>한/영</td> </tr> <tr> <td>소책자</td> <td>아프리카 소개, 바로 알기 등</td> <td>대국민</td> <td>2식</td> <td>한글</td> </tr> <tr> <td>포스터</td> <td>로고, 키비주얼, 슬로건 활용</td> <td>대국민 행사참여자</td> <td>2식 이상</td> <td>한/영</td> </tr> <tr> <td>물품</td> <td>굿즈</td> <td>로고, 키비주얼 중심 디자인</td> <td>대국민 행사참여자</td> <td>4식 이상</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> | 구분 | 종류 | 내용 | 타겟 | 분량 | 언어 | 이미지 | 키비주얼, 로고, 슬로건 | 한-아프리카 포괄 의미 * 후단의 타국 사례 참조 | 대국민 행사참여자 | 1식 | 한/영 | 소책자 | 아프리카 소개, 바로 알기 등 | 대국민 | 2식 | 한글 | 포스터 | 로고, 키비주얼, 슬로건 활용 | 대국민 행사참여자 | 2식 이상 | 한/영 | 물품 | 굿즈 | 로고, 키비주얼 중심 디자인 | 대국민 행사참여자 | 4식 이상 | - |
| 구분 | 종류 | 내용 | 타겟 | 분량 | 언어 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 이미지 | 키비주얼, 로고, 슬로건 | 한-아프리카 포괄 의미 * 후단의 타국 사례 참조 | 대국민 행사참여자 | 1식 | 한/영 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 소책자 | 아프리카 소개, 바로 알기 등 | 대국민 | 2식 | 한글 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 포스터 | 로고, 키비주얼, 슬로건 활용 | 대국민 행사참여자 | 2식 이상 | 한/영 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 물품 | 굿즈 | 로고, 키비주얼 중심 디자인 | 대국민 행사참여자 | 4식 이상 | - | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|------|------------|-----------------------|-----------|-------|-----|
| | 영상 | 영상광고 소재 | 아프리카의 중요성, 정상회의 소개 등 | 대국민 | 30초 | 한글 |
| | | 정상회의 홍보영상1 | 한·아프리카 외교 관계, 정상회의 소개 | 대국민 행사참여자 | 3분 | 한/영 |
| | | 정상회의 홍보영상2 | 정상회의 성과 홍보 | 대국민 | 3분 | 한/영 |
| | 지면광고 | 지면광고 소재1 | 정상회의 소개 | 대국민 | 신문 전면 | 한/영 |
| | | 지면광고 소재2 | 정상회의 성과 홍보 | 대국민 | 신문 전면 | 한/영 |

다. 온라인 홍보

| | |
|-----------------------------|---|
| 온라인 및 SNS 활동 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 제작 및 유통 <ul style="list-style-type: none"> - 스토리텔링, 브랜디드, 네이티브 등 콘텐츠 제작 및 제공 - UCC, 웹툰, 웹드라마, 게임형 콘텐츠 등 제작 및 유통 - 인포그래픽스 제작 및 유통 - 공모전 수행 ○ 온라인 활동 <ul style="list-style-type: none"> - 핫이슈, 테마별 메타 블로그(네이버 '오픈캐스트' 등) 발행 - 트렌드(여행, 요리, 육아 등), 격언·유머, 패러디 등 정보 콘텐츠 제공 ○ SNS 활동 <ul style="list-style-type: none"> - SNS 기자단, 파워 블로거, 상호작용 마케팅 활동 등 |
| 홈페이지 및 등록 시스템 제작, 운영 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 공식 홈페이지(국·영·불·아랍어) 제작 및 운영 ○ 정상회의 참가자 등록시스템(국·영·불·아랍어) 제작 및 운영 <ul style="list-style-type: none"> * 서버는 정보자원관리원 광주센터 사용(서버비 미발생) * 구체적 사양은 우선협상대상자 선정 후 제공 |

라. 오프라인 홍보

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ 일반 설명회 <ul style="list-style-type: none"> - 디스플레이, 전시회, 부스 운영 등 ○ 이벤트 및 축제 <ul style="list-style-type: none"> - 연예인 공연, 기념회, 페스티벌 등 행사 기획 및 운영 - 일정 제시, 기획안 제시, 장소·인력 섭외, 자료제작·배포, 기타 이벤트 및 축제 부대사항 일체 |
|--|--|

마. 매체 홍보(광고)

| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ 매체별 광고·홍보 기획 ○ 매체별 광고·홍보 콘텐츠 제작 ○ 광고 매체 선정, 집행 보조 <ul style="list-style-type: none"> * 매체 선정은 한국언론진흥재단 통해 진행 * 매체 구매비는 과업에 미포함(기획단이 별도 지출) |
|--|--|

바. 기타

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ 사후 홍보 효과 분석 <ul style="list-style-type: none"> - 인지도 변화 조사, 홍보 가치 측정 등 ○ 기타 정상회의 관련 디자인 등 제안 |
|--|---|

3 사업 일정(안)

| 구분 | ~'23년 10월 | ~'23년 12월 | ~'24년 3월 | ~'24년 5월 |
|-------------|---------------------|-----------------------|------------------|----------|
| 홍보 기획 | 계획 수립 | 홍보대사 위촉, 민간 협력방안 | - | - |
| 디자인, 홍보물 제작 | 키비주얼 등 도출 | 홍보 동영상 제작 | 각 종 홍보물 제작 | |
| 온라인 홍보 | - | 홈페이지, 등록 시스템 제작 완료 | 홈페이지, SNS 등 운영 | |
| 오프라인 홍보 | - | - | 일반 설명회, 이벤트 및 축제 | |
| 매체 홍보 | - | 매체별 홍보 기획 | 컨텐츠 제작, 광고 진행 | |
| 기타 | 기타 정상회의 관련 디자인 등 제안 | | | - |

* 일부 과제는 조정될 수 있음

IV 과업수행지침

1. 일반사항

- 작업 상황에 대한 보고, 설명, 수정 등 요구 시 사업수행자는 즉시 이에 응해야 하며 업무 상황 파악을 위한 편의를 제공하여야 함
- 사업수행자는 본 과업이 완료된 후라도 각종 성과품에 미비 사항을 발견하면 최종성과품에 그 내용을 즉시 보완하여 제출하여야 함
- 행사 개최 연건 변동 등 불가피한 경우에는 본 과업의 일부에 대한 과업 지시를 사전에 상호협의 하에 변경할 수 있음
- 사업내용에 명시되지 않았더라도 과업 내용상 당연히 수반 되어야 할 사항에 대해서는 과업 수행자와 협의하여 별도의 추가 비용 청구 없이 과업 지시를 할 수 있음
- 본 과업은 재단의 협업방식(AOR)에 따라 업무 수행 예정. 계약 대상자는 한국언론진흥재단의 업무 보고 요청 및 기타 사항에 따라야하며 재단의 협업방식(AOR)을 적용하여 민간협력에 대한 대가(재위임 수수료) 70%를 지급한다. 재위임 수수료 관련 필요서류 등은 재단 안내, 협의

2. 전담인력 구성 및 운용

- 과업 수행을 위한 전담 인력 구성 및 운용
 - PM(project manager), AE(account executive), 영상·카드뉴스 등 디지털 콘텐츠 기획자, 웹디자이너, 작가, 영상 촬영·편집 PD 등 전문 인력
 - 투입인력은 용역사업의 안정적 운영에 적합한 인력으로, 유사 프로젝트 경험이 있는 전문 인력으로 구성해야 하며, 구체적 이력 등을 제시해야 함 (**※필수요소 : 관련 업무 5년차 이상 전담인력 배치**)
 - 용역 참여 인력이 실제 사업을 수행할 인력이어야 하며, 변경하고자 할 때 반드시 사전에 기관에 고지, 협의 후 승인받아야 함

3. 사업보안 및 저작권

- 용역업체의 장은 사업을 수행하는 과정에서 주요 정보 및 수행 결과 등이 유출되지 않도록 다음 사항이 포함된 보안대책 수립·시행
 - 참여 인력에 대한 보안 조치
 - 용역사업 수행 관련 정보·관련 시설 등에 대한 보안조치
 - 용역사업 수행내용* 및 결과의 보안 조치 등
 - * 업무 수행과 관련한 정책 자료 등은 본 업무 수행 목적 이외에는 사용할 수 없음
- 계약목적물에 대한 저작권재산권은 외교부가 소유하며, 계약 목적물을 과업 수행기관에서 배포 또는 복제하기 위해선 발주처와 협의해야 함
 - 과업 수행기관이 제작한 콘텐츠는 상업적 사용을 배제한 정부기관 등의 2차적 활용*에 그 출처를 밝히고 사용할 수 있음
 - * 정부 및 유관기관 온·오프라인 매체 등에 콘텐츠 공유 및 확산 등
 - 과업에 필요한 콘텐츠 제작 시 타인의 저작권을 침해해서는 안 되며, 침해로 인해 발생하는 책임은 과업 수행기관에 있음
 - * 저작권 관련 민원 분쟁 발생 건은 계약기관 종료 후에도 확인 및 수정 요청에 응해야 함

4. 사업보고서 제출

- 과업 수행기관의 장(長)은 사업 진행 상황 파악, 점검 등을 위해 주관 부서의 요청이 있을 경우 사업 기간 중이라도 요청자료에 대해 즉시 보고하여야 함
- 과업 수행기관의 장(長)은 지정된 기간 동안 주기적으로 제안요청서, 제안서, 계약서, 사업내용서 등 업무 범위에 포함된 사항에 대한 운영 보고서를 제출하여야 함 (세부 내용 별도 협의 가능)
 - 정기보고서 : 주·월·분기 단위의 계획서 및 운영 결과보고서
 - 이슈 및 정책 사안에 따른 특별 기획보고서
- 과업 수행기관의 장(長)은 사업종료일에 제안요청서, 제안서, 계약서, 사업내용서 등 이행실적을 담은 최종보고서를 제출
 - 결과보고서 및 제작물 파일이 수록된 매체(USB) 1개
- 과업 수행기관은 결과 보고와 관련된 증빙서류 등을 제출해야 함

※ 제안요청서 및 입찰공고 등에 포함되지 않은 사항은 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」, 「협상에 의한 계약체결 기준」 등 국가 계약관련 법령을 따름

5. 관련 문의

- (과업관련) 2024 한-아프리카 정상회의 준비기획단 조용찬 사무관 ☎ 02-2195-2326
- (제안관련) 한국언론진흥재단 정부광고1팀 김태용 과장 ☎ 02-2001-7845
- (입찰관련)
 - 한국언론진흥재단 경영지원팀 곽선희 차장 ☎ 02-2001-7726
 - 한국언론진흥재단 GOAD서비스팀 김민수 사원 ☎ 02-2001-7679

V 사업자 선정 및 계약 관련

※ 사업자 선정, 제안서 평가, 계약(약정) 등 한국언론진흥재단에 일임

1. 입찰 참가 자격

- 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령 제12조 및 동법 시행규칙 제14조에 의한 경쟁입찰 참가자격을 갖춘 기관
- 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 제27조 및 동법 시행령 제76조에 의거 부정당업자의 입찰 참가자격 제한을 받지 않은 기관
- 국가종합전자조달시스템 입찰참가자격등록규정에 의하여 반드시 나라장터(G2B)에 입찰마감일 전일까지 입찰참가자격을 등록한 자

2. 사업자 선정

- 적용규정 : 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령 제43조의 규정에 따른 “협상에 의한 계약체결” 방식으로 추진
- 선정 절차

공개입찰 공고(나라장터) → 제안서 접수 → 제안서 심사 → 우선협상대상자 선정 → 계약체결

3. 평가 일정(안)

- 입찰공고문을 따름(입찰공고문 확인 요청)

※ 제출 제안서와 발표 프레젠테이션 문서는 동일해야 하며 변경할 수 없음

※ 평가 일정은 언론진흥재단에서 정하는 바에 따름

4. 제안서 작성 및 제출

- 제안사 현황(회사연혁 및 일반현황), 확약서, 청렴계약이행서약서, 입찰참가신청서, 입찰보증금 지급각서 각 1부
- 사업자등록증 사본, 법인등기부등본, 법인인감증명서, 국세 및 지방세 납세증명서 각 1부

□ 제안서(제안요청서 지시사항 포함/A4용지 규격)

□ 제안서 작성방법

- 제안서에는 본 제안요청서에서 요구하는 모든 사항이 기술되어야 하며, 제안업체의 제안이나 아이디어를 별도로 제시할 수 있음.
- 제안서의 내용은 명확한 용어를 사용하며 “~수도 있다”, “~이 가능하다”, “~을 고려한다” 등과 같은 모호한 표현은 불가능한 것으로 간주함.
- 제안서의 규격은 A4지 3hole 바인더로 지정하고, 제본은 금함.
- 제안서의 내용은 최대 300페이지(별지서식 제외)를 초과하지 말 것
- 요약서는 최대 50페이지 이내, 페이지별 쪽 번호 부여
- 제안내용 확인을 위하여 추가 자료요청 시 입찰참가자는 이에 응하여야 함.
- 제안내용 중 기술적 판단이 필요한 부분은 증빙자료가 제시되어야 함.

□ 제안서 목차

| 작성항목 | 작성방법 |
|------------------------|---|
| I. 제안개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사는 해당사업의 제안요청 내용을 명확하게 이해하고 본 제안의 목적, 필요성, 범위 등을 요약하여 기술 ○ 제안사는 제안의 특징, 장점, 강조점, 기대효과 및 사업수행 전략 등을 요약하여 기술 |
| II. 제안업체 일반현황 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사의 일반현황, 연혁 ○ 주요사업내용, 조직·인력 현황 등을 명료하게 제시 |
| III. 사업수행능력 | |
| 1. 용역 참여자 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 본 사업을 수행할 조직, 업무분장 내용 등을 개략적으로 제시 ○ 본 사업 수행 인력을 분야별로 제시하고 용역사업에 투입할 참여 인력의 학력, 경력, 자격, 유사용역실적 등을 기술 ※ 필수사항 : 정상회의 홍보 관련 파견인력 1명 명단 제출 (총책임자와 부문별 책임자 사이의 중간관리자급으로 파견기간 명시, 파견기간은 사업기간과 동일함을 원칙으로 하되 상황에 따라 조정 가능) |
| 2. 관련분야 용역 수행실적 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사의 관련분야 용역 수행실적 제시 |
| IV. 사업수행계획 및 방법 | |
| 1. 개요 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 용역 수행 방향, 범위, 내용 등 제시 |
| 2. 과업 수행계획, 일정 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 추진일정을 “Ⅲ과업내용 및 단계별 사업일정”을 감안하여 로드맵 수립 |

| 작성항목 | 작성방법 | | | | | |
|--------------------------|--|---------------|--------------------------------|-----------|-------|-----|
| 3. 세부 수행방법 (영역별 사업제안) | <ul style="list-style-type: none"> ○ “III과업내용 및 단계별 사업일정”에 따라 구체적 홍보 계획 및 프로그램 등 제안 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 뿐 아니라, 국외 홍보 방안 포함(구분하여 표시) - 옥외홍보물, 또는 광고는 크리에이티브 시안 포함 <p style="margin-left: 20px;"><필수 제작물 리스트> * 리스트 중 경쟁PT 중점 심사항목 붉은색 표시</p> | | | | | |
| | 구분 | 종류 | 내용 | 타겟 | 분량 | 언어 |
| | 이미지 | 키비주얼, 로고, 슬로건 | 한-아프리카 포괄 의미 * 후단의 타국 사례 참조 | 대국민 행사참여자 | 1식 | 한/영 |
| | | 소책자 | 아프리카 소개, 바로 알기 등 | 대국민 | 2식 | 한글 |
| | | 포스터 | 로고, 키비주얼, 슬로건 활용 | 대국민 행사참여자 | 2식 이상 | 한/영 |
| | 물품 | 굿즈 | 로고, 키비주얼 중심 디자인 | 대국민 행사참여자 | 4식 이상 | - |
| | 영상 | 영상광고 소재 | 아프리카의 중요성, 정상회의 소개 등 | 대국민 | 30초 | 한글 |
| | | 정상회의 홍보영상1 | 한-아프리카 외교 관계, 정상회의 소개 | 대국민 행사참여자 | 3분 | 한/영 |
| | | 정상회의 홍보영상2 | 정상회의 성과 홍보 | 대국민 | 3분 | 한/영 |
| | 지면광고 | 지면광고 소재1 | 정상회의 소개 | 대국민 | 신문 전면 | 한/영 |
| | | 지면광고 소재2 | 정상회의 성과 홍보 | 대국민 | 신문 전면 | 한/영 |
| 4.사업관리 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 사업관리방안(홍보결과 평가 및 업무 보고방식, 주기 등) ○ 각 영역별 세부사업계획 중 관계기관과의 협력방안을 구체적으로 기재 ○ 이슈관리, 모니터링 및 리스크 대비 방안 포함 | | | | | |
| 5. 예산집행계획 | ○ 제안서 상의 예산계획은 주어진 범위내에서 계획을 수립 | | | | | |
| 6. 기타 추가제안 | ○ 위 항목에 제시되지 않은 기타 제안을 기술 | | | | | |

□ 제안서 효력

- 제안서의 내용은 제안자가 계약자로 선정된 후 계약서에 명시되지 않더라도 계약서와 동일한 효력을 가짐. 단, 계약서에 명시한 경우는 계약서 사항이 우선함
- 본 제안요청서의 전체 또는 일부를 제안서 제출 이외의 다른 목적으로 사용할 수 없음

- 제출된 제안서에는 제안사의 고유한 개념과 아이디어가 포함될 수 있으나, 제안서 내에 독창적 정보라고 명시되지 않는 한 재단과 광고주는 이를 임의로 사용할 권한을 가짐
- 재단은 필요시 입찰참가자에 대하여 추가 제안이나 추가 자료를 요청할 수 있으며, 이에 따라 제출된 자료는 제안서와 동일한 효력을 가짐

□ 유의사항

- 우선협상대상으로 선정된 자는 재단의 보안 요청을 준수해야 함
- 제안서 내용은 객관적으로 입증할 수 있어야 하며, 내용이 허위로 확인되거나 입증하지 못하는 경우 평가 대상에서 제외
- 제안서의 내용을 허위로 작성한 사실이 발견되거나 제안된 내용을 충족시키지 못할 경우 제안사에 일체의 손해에 대한 배상책임이 있고 계약을 무효로 할 수 있음. 또한 국가계약법 시행령 제76조에 의한 부정당업자 지정 등 법적제재를 받게 됨
- 제안서 및 입찰 참가와 관련된 일체의 비용은 입찰참가자의 부담으로 하며, 사업수행에 따른 산출물의 소유권은 광고주에 있음
- 계약 후 제안서의 용역범위 및 세부추진내용이 당초 계획과 달리 여건 및 특성에 부합되지 않을 경우에는 상호합의 하에 현실에 맞게 적절히 수정하여 추진
- 본 제안요청서에 명기하지 않은 사항이라도 사업 수행과정에서 불가피하거나 응당 시행해야 할 업무는 당연히 포함된 것으로 함
- 입찰에 참가하고자 하는 자는 입찰관련 사항을 완전히 숙지하여야 하며, 이를 숙지하지 못한 책임은 응찰자에게 있음
- 본 제안요청서에 명시된 모든 조항은 최소한의 사항만을 규정하여 누락된 사항에 대해 문제가 발생하지 않도록 사업자가 사전 조치를 취해야 함
- 제안서 상에 기재된 직원이 다른 직원으로 교체되거나 변동되는 경우, 반드시 재단 및 기획단의 사전 동의 필요
- 기타 사항은 제안요청서에서 정하는 바에 의하며, 동 요청서에서 정하지 않은 사항은 계약예규 협상에 의한 계약체결 기준과 재단의 유권해석에 따름
- 제안서 및 입찰참가신청 서류 등은 “제안서 제출 매뉴얼”을 참고하여 나라장터(e-발주시스템)를 통해 온라인으로 제출해주시기 바랍니다.

- ※ e-발주시스템(<http://rfp.g2b.go.kr>) → 공지사항 → “제안서 제출 매뉴얼”
- 제안서 제출 후 반드시 조달업체업무 → (물품, 용역)투찰관리 → 기술평가 제안서 메뉴에서 제안서 제출사항 다음의 제안서 제출 유의사항을 확인하시기 바랍니다.
 - 홈페이지 및 등록시스템 구체 사양은 보안상 이유로 사전에 제시되지 않으며, 우선협상대상으로 선정된 후 별도 제공되어 계약 체결시 해당 사양을 준수하는 내용 포함 예정
 - 입찰보증금 납부 및 동 귀속
 - 신용정보 관리규약 제12조에 의한 채무불이행 또는 금융질서 문란자인 경우, 가격등락이 심하거나 불안정한 품목 또는 기타 계약체결을 기피할 우려가 있는 품목으로 계약관이 입찰보증금 납부의 필요성이 있다고 결정한 경우에는 입찰금액의 100분의 5 이상의 입찰보증금을 납부하여야 한다.
 - 부당업자 제재를 받아 나라장터에서 부정당업자로 등록·확인된 자로서 제재기간 종료일이 입찰공고일로부터 최근 2년 이내인 경우에는 부정당업자 제재기간 종료일이 입찰공고일로부터 2년 이내에 포함된 전체 부정당업자 제재건의 총 제재기간에 따른 다음 각 호의 입찰보증금을 납부해야 한다.
 - 1) 총제재기간이 6개월 미만 : 입찰금액의 100분의 10
 - 2) 총제재기간이 6개월 이상 ~ 1년 미만 : 입찰금액의 100분의 15
 - 3) 총제재기간이 1년 이상 ~ 2년 미만 : 입찰금액의 100분의 20
 - 4) 총제재기간이 2년 이상 : 입찰금액의 100분의 25
 - 납부면제 : 위 사항을 제외하고는 본 입찰에서 입찰보증금의 납부는 면제하되, 입찰보증금 지급각서를 제출하여야 한다.
 - 입찰보증금의 국가귀속 사유가 발생하였음에도 납부하지 않은 경우에는 납부하지 않은 입찰보증금을 납부하여야만 본 입찰의 입찰보증금을 면제하고 ‘입찰보증금 지급각서’로 대체할 수 있다.
 - 입찰보증금 지급각서 제출방법 : 전자입찰시 정해진 서식에 따라 송신한 입찰서로 갈음한다.
 - 국고귀속 등 : 낙찰자가 정해진 기일 내에 계약을 체결하지 아니한 경우, 입찰보증금은 『국가를당사자로하는계약에관한법률시행령』 제38조에 의해 조치되며, 부정당업자 제재를 받게 됩니다.

5. 제안서 평가방법

□ 평가방법 및 기준

- '협상에 의한 계약 제안서평가 세부기준'에 의거 한국언론진흥재단에서 평가 주관

□ 제안서 심사

- 제안서 사전 심사를 통해 상위 4개 업체 선정, 프레젠테이션(PT) 실시
 - ※ 서류 심사는 (기본) 제안서로만 평가 (심사위원에게 1개 파일 제공)
 - ※ 제안서 제출 업체가 4개 이내인 경우 모두 PT 실시
 - ※ PT 심사시에는 심사위원에게, 기본정성제안서와 요약정성제안서(발표용) 모두 제공되며, (필수제작물리스트중) 중점심사항목을 감안하여 심사
 - 제출 파일명에 / 기본제안서 / 요약제안서로 / 꼭 구분하여 명기
 - ※ 제안서 작성방법 내용을 참고하여, 기본·요약 정성제안서 작성
 - 제안서의 내용은 최대 300페이지(별지서식 제외)를 초과하지 말 것
 - 요약서는 최대 50페이지 이내, 페이지별 쪽 번호 부여
 - 작성 관련 세부사항은 외교부 문의

□ 기술능력 평가방법(협상에 의한 계약)

- 기술점수(90%)와 가격점수(10%) 합산 후 고득점 순으로 우선협상 대상자 선정
- 광고협력사 선정은 기술평가와 가격평가를 종합한 결과 최고득점자를 우선순위 협상자로 선정하여 협상을 하며, 이 협상이 성립된 때에는 다른 협상적격자와 협상을 실시하지 아니함
- 항목별 평점 중 최고 및 최저 점수를 제외한 나머지 평점 합산
- 다만, 사업제안서에 대한 기술평가 결과 76.5점(90점 만점의 85%) 미만의 점수를 획득한 신청자는 기획재정부 계약예규『협상에 의한 계약체결기준』에 따라 선정대상에서 제외하며, 모든 협상적격자와의 협상이 결렬될 경우에는 재공고 입찰에 부칠 수 있음
- 동점자 발생 시, 기술평가 고득점 순으로 선정, 기술평가 점수도 동일한 경우 평가항목 중 배점이 가장 큰 항목 고득점 업체를 우선협상대상사로 선정
- 우선순위 협상자와의 협상이 성립되지 않으면 동일한 기준과 절차에 따라 순차적으로 차순위 협상적격자와 협상을 실시함
- 실제 업무를 담당할 PM이 프레젠테이션을 하여야 함
- 기술능력 평가 시간 : 업체별 25분(발표 20분, 질의응답 5분)
- 입찰 참가 서류 제출 역순으로 프레젠테이션 실시
- 평가결과에 대하여 제안업체는 이의를 제기할 수 없으며, 제안서에 기재되지 않은 사항은 평가하지 아니함

6. 기술평가 기준

| 평가항목 | 평가요소 | 배점 한도 | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|---|---|--------------------------|--|----------------------|-----------|------------|--------------------|---------------------------------|------------|------------|-----------|-----------|
| 총 계 | | 100 | | | | | | | | | | | |
| 기술 능력 평가 (90) | I. 기술평가위원회 평가 | 90 | | | | | | | | | | | |
| | 사업내용 이해도 및 홍보 기획력 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 사업 전반의 이해, 제안요청서와 부합성 ○ 미디어 및 온라인 마케팅 트렌드를 반영한 홍보 기획 능력 ○ 온·오프라인 연간, 월간 콘텐츠 홍보 - 기획 능력 ○ 홍보기획의 실효성, 전달력, 효과성 | 20 | | | | | | | | | | |
| | 홍보물 개발 제작의 전문성 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠 구성 제작 가공의 전문성 ○ 필수 제작물 리스트 - 광고 시안 내용 ※경쟁PT시에는 아래 두가지 발표 사항 기반 중점 평가 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 25%;">키비주일, 로고, 슬로건</td> <td style="width: 25%;">한·아프리카 포괄 의미 * 후단의 타국 사례 참조</td> <td style="width: 25%;">대국민 행사참여자</td> <td style="width: 10%;">1식</td> <td style="width: 15%;">한/영</td> </tr> <tr> <td>영상광고 소재</td> <td>아프리카의 중요성, 정상회의 소개 등</td> <td>대국민</td> <td>30초</td> <td>한글</td> </tr> </table> | 키비주일, 로고, 슬로건 | 한·아프리카 포괄 의미 * 후단의 타국 사례 참조 | 대국민 행사참여자 | 1식 | 한/영 | 영상광고 소재 | 아프리카의 중요성, 정상회의 소개 등 | 대국민 | 30초 | 한글 | 25 |
| | 키비주일, 로고, 슬로건 | 한·아프리카 포괄 의미 * 후단의 타국 사례 참조 | 대국민 행사참여자 | 1식 | 한/영 | | | | | | | | |
| | 영상광고 소재 | 아프리카의 중요성, 정상회의 소개 등 | 대국민 | 30초 | 한글 | | | | | | | | |
| 사업수행능력 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 과업 수행을 위한 전담인력 구성 및 운영(기획/스토리텔링/디자인/영상편집 등 전문 인력)의 적정성 ○ 외교부 상주 투입 인원 및 리소스 배분의 적정성 (실제 투입인력 기준) ○ 콘텐츠 기획 제작 관련 효율적 공정관리 체계 구축(업무 프로세스) 정도 ○ 사업 추진체계의 합리성 ○ 수행 방법의 실현 가능성 | 30 | | | | | | | | | | | |
| 마케팅 전문성 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 홍보 관계 기관과의 협력체계 구축 방안, 전문가 풀 구성, 홍보자원 활용 방안 등 시너지효과 창출 정도 ○ 콘텐츠 공유 전달 체계 구축 및 유통 확산 실행계획의 전문성 | 15 | | | | | | | | | | | |
| 가격 (10) | Ⅲ. 입찰평가가격 | 10 | | | | | | | | | | | |

1) 개요

□ 분석 목표

- 타 국가의 아프리카 정상회의 현황, 개요, 홍보전략 파악을 통해 ‘한-아프리카 정상회의’에의 시사점 및 차별화 요소를 도출함

□ 분석 대상

- ‘아프리카+1’ 개최 경험 및 성격, 우리나라와의 관계 등을 고려하여 일본, 중국, 미국, 프랑스, 인도 사례를 선정함

《 표5 》 일본, 중국, 미국, 프랑스, 인도의 ‘아프리카+1’ 정상회의 개요

| 국가 (최초 개최년도) | 회의명 | 개요 |
|-----------------|----------------------------|---|
| 일본 (1993년) | TICAD | <ul style="list-style-type: none"> - 명칭: 도쿄 아프리카 개발 국제회의(Tokyo International Conference on African Development) - 개최 횟수 / 주기 / 마지막 개최년도: 8회 / 3년 / 2022년 - 역대 개최지: 일본 도쿄, 요코하마, 케냐 나이로비, 튀니지 튀니스 - 특징: 아시아에서 가장 오래된 ‘아프리카+1’ 정상회의, 대국민 홍보 및 인식강화 활동 등 국민외교에 적극적 |
| 중국 (2000년) | FOCAC | <ul style="list-style-type: none"> - 명칭: 중국-아프리카 협력 포럼(Forum on China-Africa Cooperation) - 개최 횟수 / 주기 / 마지막 개최년도: 8회(정상회의 3회) / 3년 / 2021년 - 역대 개최지: 중국 베이징, 에티오피아 아디스아바바, 이집트 샤름엘셰이크, 남아공 요하네스버그, 세네갈 다카르 - 특징: 정부 간 전통외교의 성격이 강하며, 일부 허부 포럼 있으나 민간 참여 제한적 |
| 미국 (2014) | US-Africa Leaders Summit | <ul style="list-style-type: none"> - 명칭: 미국-아프리카 리더 정상회의(US-Africa Leaders Summit) - 개최 횟수 / 주기 / 마지막 개최년도: 2회 / 비정기 / 2022년 - 역대 개최지: 미국 워싱턴 DC - 특징: 대중보다는 관계자 및 전문가를 위한 사이드 이벤트 구성 |
| 프랑스 (1973) | (New) Africa France Summit | <ul style="list-style-type: none"> - 명칭: (새로운) 아프리카 프랑스 정상회의(New) Africa France Summit) - 개최주기 / 마지막 개최년도: 1990년까지 연간 개최, 이후 2년마다 개최 / 2021년 - 역대 개최지: 프랑스 각지 및 아프리카 각국 도시 다수 - 특징: 가장 오래된 ‘아프리카+1’ 정상회의, 2021년 ‘새로운 아프리카 프랑스 정상회의’로 전환하며 정상 대신 청년들이 참여하는 회의로 변모, 아프리카 각국 국민을 대상으로 하는 공공외교 중심 |
| 인도 (2011) | IAFS | <ul style="list-style-type: none"> - 명칭: 인도-아프리카 포럼 정상회의(India-Africa Forum Summit) - 개최 횟수 / 주기 / 마지막 개최년도: 3회 / 3년 / 2015년 - 역대 개최지: 인도 뉴델리, 에티오피아 아디스아바바 - 특징: 아프리카와의 공통점과 확대 강조 |

2) 일본: 도쿄 아프리카 개발 국제회의(TICAD) 기획 및 홍보 사례









□ 배경

- 일본 정부가 UN, UNDP, AU, 세계은행과 공동 개최하는 다자간 국제회의로 1993년부터 3년 주기로 총 8회 개최됨
- TICAD는 주인의식과 파트너십을 기본 원칙으로 채택, 아프리카가 정한 발전 우선순위를 중시하고 정부, 민간, 시민사회 파트너십 촉진을 지향함
- 일본 정부의 아프리카 ODA 전략의 근거가 되는 선언과 행동계획을 논의함
- 일본 정부는 TICAD의 주요 성과로 아프리카 대륙 내 일본 기업의 증가 (2010년 520개 → 2017년 796개), 사하라 이남 아프리카 쌀 생산량 증가, 아프리카 청년의 일본 유학생 수, 식수 및 위생 개선 등을 제시함¹⁾
- TICAD의 정부기관, 국제기구, 기업, 시민단체가 협업하는 개방성을 중국의 FOCAC을 포함한 다른 ‘아프리카+1’ 회의와의 차별성으로 강조함

□ 역대 회의 슬로건 및 로고

- 회의마다 다른 로고를 사용하며, 자국 상징 이미지를 최소화하고 아프리카 대륙 지도를 핵심 이미지로 활용하는 등 아프리카를 중심의 디자인을 함

《 표6 》 역대 TICAD 슬로건 및 로고

| 회의 | TICAD 1 (1993) | TICAD 2 (1998) | TICAD 3 (2003) | TICAD 4 (2008) |
|-----|---|---|--|---|
| 개최지 | 일본 도쿄 | 일본 도쿄 | 일본 도쿄 | 일본 요코하마 |
| 슬로건 | African Development Towards the 21 st Century | | Supporting Africa's Approach to Development in the 21 st Century | Towards a Vibrant Africa: Continent of Hope and Opportunity |
| 로고 |  |  |  |  |
| 회의 | TICAD 5 (2013) | TICAD 6 (2016) | TICAD 7 (2019) | TICAD 8 (2022) |
| 개최지 | 일본 요코하마 | 케냐 나이로비 | 일본 요코하마 | 튀니지 튀니스 |
| 슬로건 | Hand in Hand with a More Dynamic Africa | Advancing Africa's Sustainable Development Agenda | Advancing Africa's Development through People, Technology and Innovation | A Partner Growing Together with Africa |
| 로고 |  |  |  |  |

* 출처: 일본 외무성 홈페이지 참조하여 정리

1) Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2019. "TICAD7 Phamphlet." Tokyo: Ministry of Foreign Affairs, Japan

□ 특징(1) 대규모 부대행사(트랙1.5)

- TICAD(2019년)의 경우 부대행사로 정부 기관, 국제기구, 기업, 시민사회단체가 주도하는 140여 개 주제의 세미나와 심포지움이 열렸고, 100여 개의 부스가 운영되었으며 1만여 명이 참관함²⁾
- * 세미나: “아프리카에서 사업 성공하기: 최전선의 경험” (Veracity Worldwide), “글로벌 보건 분야에서의 산학협력을 통한 아프리카 개발” (나가사키 대학교), “베냉: 서아프리카 시장의 관문” (주일본베냉대사관) 등
- * 부스 및 전시: “아프리카의 자이카 봉사단의 기여 전시” (JICA), “케냐에서 온 홈페이지드 아프리카 세라믹 비즈 공예” (Chuui), “아프리카 여성을 위한 수산업 협력” (NGO Ocean World Academy of Japan) 등
- * 주요 참여기관: (일본 정부기관) 외무성, 환경성, 교육성, JICA, 일본해양개발기구, 요코하마시, (국제기구) UN Women, 세계은행, UNEP, GGGI, (사기업) DG TAKANO, Saraya, D-OLF Hydrometric, (시민사회) Africa Japan Forum, Japan Citizen’s Network for TICAD, WaterAid Japan, 일본 SDGs청년플랫폼(JYPS), 히로시마대학교 아프리카 학생회, (학계) 도쿄대학교, 홋카이도 대학교, 국제식량정책연구소(IFPRI) 등



TICAD7 공식 사이드 이벤트 안내책자³⁾



TICAD7 사이드 이벤트 중 세계은행 세션 (출처: 세계은행 홈페이지)

- 원조 전담 기구인 일본국제협력단(JICA)의 경우 TICAD7 전 기간에 걸쳐 개발협력 사례 및 접근법에 관한 세미나를 개최함
- * 세미나 주제: “인간 중심 법치 실현: 아동 노동 퇴치 경험의 교훈”, “일본 기업 x 아프리카 x JICA: 비즈니스를 통한 아프리카 현지 문제 개선”, “SHEP를 통한 백만 농민의 생계 개선” 등

2) 横浜市. 2019. “第7回アフリカ開発会議 横浜開催の記録”

3) https://www.mofa.go.jp/region/africa/ticad/ticad7/pdf/program_en.pdf

- 일본무역진흥기구(JETRO)가 개최한 TICAD7 사이드 이벤트인 비즈니스 포럼과 비즈니스 엑스포에는 150여개 일본 기업이 참여, 약 21,000명 참관⁴⁾
- * 비즈니스 포럼: 일본과 아프리카 각국의 비즈니스 리더, 기업인이 모여 아프리카 비즈니스의 잠재력과 비전을 논의하는 행사, 아프리카 스타트업과의 협력 방안과 일본 중소기업의 아프리카 진출 관련 특별 세션 편성
- * 비즈니스 엑스포: 아프리카 대표단을 대상으로 일본 기업의 상품과 기술, 서비스를 전시하는 ‘일본 페어’를 중심으로 개최되었으며, TICAD6의 ‘나이로비 선언’에 언급된 주요 주제에 따라 ‘고품질의 인프라’, ‘식량 가치사슬 건설’, ‘기후변화 대응방안’으로 구역을 나누어 전시

□ 특징(2) 대국민 홍보, 인식강화 및 참여증진

- TICAD5 및 TICAD7 개최도시 요코하마시는 시민과 방문객의 행사 및 아프리카 인식 증진을 위해 회의 직전 1개월을 “아프리카의 달”로 지정, 시내 각지에서 다양한 이벤트를 진행함
- TICAD 주최 주무기관(외교부)과 요코하마시의 협업 내용⁵⁾: ▲ (외교부-본회의 운영) 행사장 설치, 회의 진행, 국가 홍보, 전체 위기관리, 각국과의 협의, ▲ (요코하마시-개최 지원) 대시민 홍보, 개최 도시 위기관리, 도시 장식, 환대 등
- 요코하마시 진행 행사 내용과 성과: ▲ (TICAD5) 아프리카 페스타: 아프리카 문화·예술 공연, 장터, 대사관·NGO 홍보부스 등, 2일간 150,000여명 방문, ▲ (TICAD7) 아프리카 페스타: 아프리카 음악 및 춤 공연, 워크숍 등, 2일간 약 1,200명 방문, ▲ (TICAD7) 아프리카 마켓: 아프리카 잡화 및 예술 작품 판매 장터, 2일간 약 7,900명 방문 등



‘아프리카의 달’ 포스터 (출처: 요코하마시)



아프리카 페스타 중 아프리카 춤 공연 (출처: 요코하마시)

4) <https://www.jetro.go.jp/en/news/releases/2019/06a9de581ad31d46.html>

5) 横浜市. 2019. “第7回アフリカ開発会議 横浜開催の記録”

- TICAD5(2013)에서의 시민사회 네트워크 활동을 계기로 2014년 설립된 Japan Citizen's Network for TICAD(Afri-Can)는 TICAD6(2016)과 TICAD7(2019)에서 부대행사를 개최함
 - Afri-Can은 정상회의 선언문 작성 의견 제시 등 정책 과정에의 시민사회 참여 창구로 역할 했으나, TICAD가 아프리카 발전보다 일본 기업의 진출 촉진의 성격으로 변해간다는 판단하에 2020년 해산을 결정함⁶⁾
 - * TICAD6(2016)의 결과물인 ‘나이로비 선언’에 “nobody will be left behind”라는 문구를 추가하고 TICAD7의 슬로건에서 혁신과 기술보다 ‘사람’이 먼저 언급되도록 하는데 기여함
 - * 향후 TICAD에서는 Japan NGO-Liaison Group for TICAD라는 이름의 느슨한 네트워크 활동 예정
- ‘아프리카 여행·스탬프 랠리’: TICAD5(2013) 및 TICAD7(2019) 개최 분위기 조성 및 아프리카 각국 소개를 위해 개최지 요코하마 시내 40개 역마다 아프리카 1개국 스탬프를 설치, 아프리카 여행·스탬프 랠리를 진행함
 - * 각 역마다 다른 국가의 국기, 국장, 위치 등의 기본 정보 제공 및 선착순 상품 제공 (TICAD5 22,442명, TICAD7 23,900여명 참여)



아프리카 여행·스탬프 랠리 안내책자
(출처: Impress Watch)



아프리카 여행·스탬프 랠리 참여자
(출처: 요코하마시)

6) <http://afri-can-ticad.org/2020/04/01/announcement-about-the-disbandment-of-japan-citizens-network-for-ticad/>

- ‘아프리카와의 1교 1국’: TICAD4(2008) 개최를 계기로 개최지 요코하마시 소재 각 학교에 아프리카 1개 국가를 교류 국가로 정하고 교류 활동을 진행하며 학생들의 아프리카 이해를 제고함
 - * 2017년부터 2020년까지 요코하마 시내 총 66개교, 일본 내 대사관 주제 아프리카 국가 중 33개 국가가 참여함
 - * 내용: 아프리카 각국 대사 등의 학교 방문, 학생들의 대사관 방문, 대사관 발행 홍보물, 사진, 요리법 제공 등

□ 특징(3) 미디어 활용 홍보

- 트위터, 페이스북, 뉴스레터 및 별도 웹페이지를 활용하여 ▲TICAD 참여국 소개(역사, 문화, 정치, 경제, 양국관계, 특산품 등), ▲양국 교류협력 사례, ▲아프리카-일본 관련 뉴스, ▲관련 기관 소식 공유

□ TICAD 기획 및 홍보의 시사점

- 열린 회의를 통한 차별화: 정부, 국제기구, 시민사회, 기업이 모두 참여하는 열린 회의로 정부 중심 전통외교의 비중이 큰 타 국가 ‘아프리카+ 1’ 정상회의와 차별화함
- 국민외교 노력: 아프리카 및 국제개발협력 관련 경험을 보유한 지자체(개최지 요코하마시, 개발협력 기관 JICA, 무역 진흥 기관 JETRO 등)와 외무성이 협업하여 TICAD 전후로 다양한 규모, 지역, 주제의 대국민 홍보 및 참여 프로그램을 진행, 대국민 아프리카 및 TICAD 노출 강화 및 축제 분위기를 조성함
 - * 예) 요코하마시: 1교 1국, 1역 1국 등의 활동을 통한 아프리카 대륙 내 다양한 국가 존재 인식 강화, JICA: 국제개발협력 관련 각종 세미나 및 강연회 개최 등
- 아프리카 교류협력 최상위 플랫폼: 대규모 부대행사를 통해 아프리카 관련 기관, 단체, 전문가 등 이해관계자의 교류와 상호 학습을 촉진함
 - * TICAD 계기 Africa Japan Forum, Japan Citizen’s Network for TICAD 등의 시민사회 네트워크 결성
- 아프리카의 ‘전통’문화, ‘문제’ 해결을 위한 개발협력 중심의 기획(한계): ‘개발 국제회의’라는 특성으로 인하여, 난민이나 말라리아, 식량 등 아프리카의

‘문제’를 해결하기 위한 개발협력이 강조되고, 홍보 과정에서도 현대와 미래의 아프리카보다는 ‘전통’ 춤과 음악, 문화 등에 대한 편중이 존재하여 아프리카 다양한 나라와 문화를 소개한다는 목적 달성에는 유의미할 수 있으나 아프리카에 대한 부정적 편견 전환에는 한계가 일부 있었을 것으로 보임

3) 중국: 중국-아프리카 협력 포럼(FOCAC) 기획 및 홍보 사례

□ 배경

- 중국 정부와 아프리카 각국의 협력 플랫폼으로 2000년 장관급 회의로 시작, 정상회의 3회 포함 지금까지 총 8회 개최됨
- 중국과 아프리카 대륙 사이의 지정학 및 경제적 이익 확대와 국제사회에서의 입지 강화를 목적으로, 상호평등, 주권존중, 국내정치 불개입, 상호발전을 일관되게 강조함
- FOCAC의 주요 의제는 ▲무역(1기: 2000-2006), ▲원조와 직접투자, 개발 금융(2기: 2006-2015), ▲정치 안보 파트너십 및 “중국-아프리카 운명공동체”(3기: 2015-2021) 순으로 확대됨⁷⁾
- 하부 포럼으로 ‘중국-아프리카 인민 포럼’, ‘중국-아프리카 청년 리더 포럼’, ‘중국-아프리카 미디어 협력 포럼’ 등이 있으나, 대부분 정부 주도로 민간기업이나 전문가 등의 참여는 제한됨


□ 역대 회의 슬로건 및 로고

- 역대 회의에서 동일한 로고를 사용하고 있으며, 슬로건을 통해서는 주로 호혜적 관계를 강조함

《 표7 》 역대 FOCAC 슬로건 및 로고

| 회의 | 1차 FOCAC (2000) | 2차 FOCAC (2003) | 3차 FOCAC (2006) | 4차 FOCAC (2009) |
|-----|--|--|--|--|
| 개최지 | 중국 베이징 | 에티오피아 아디스아바바 | 중국 베이징 | 이집트 샤름엘셰이크 |
| 슬로건 | Building a new international political and economic order and China-Africa economic and trade cooperation for the 21 st century | Carrying out practical cooperation and taking specific actions | Friendship, peace, cooperation and development | Deepening the new type of China-Africa strategic partnership for sustainable development |

7) Shirley Ze Yu. 2022. “What is FOCAC? Three Historic Stages in the China-Africa Relationship.” *China-Africa Initiative Series* in LSE Blog. <https://blogs.lse.ac.uk/africaatlse/2022/02/03/what-is-focac-three-stages-the-new-china-africa-relationship-trade-economics/>

| 회의 | 5차 FOCAC (2012) | 6차 FOCAC (2015) | 로고 |
|-----|---|---|---|
| 개최지 | 중국 베이징 | 남아공 요하네스버그 |  |
| 슬로건 | build on past achievements and open up new prospects for the new type of China-Africa strategic partnership | China-Africa progressing together: Win-win cooperation for common development | |
| 회의 | 7차 FOCAC (2018) | 8차 FOCAC (2021) | |
| 개최지 | 중국 베이징 | 세네갈 다카르 | |
| 슬로건 | China and Africa: Toward an even stronger community with a shared future through win-win cooperation | Deepen China-Africa partnership and promote sustainable development to build a China-Africa community with a shared future in the new era | |

* 출처: 중국 탄자니아 대사관 홈페이지 및 FOCAC 홈페이지 참조하여 작성

□ 특징(1) 대국민 홍보 및 인식강화

○ 중국 관영 매체 중국중앙텔레비전(CCTV)의 국제방송 방송국인 중국국제텔레비전(CGTN)은 FOCAC7 개최에 맞춰 아프리카 각국 내 중국의 지원과 기업 진출을 통한 개발 성공 사례 홍보 다큐멘터리 “중국-아프리카 협력의 새시대 (A New Era of China-Africa Cooperation(중어판 제목: 中非合作新时代))” 제작 및 방영함

- * 총 5부작이며, 국내외에서 중국어, 영어, 프랑스어 등으로 각각 방영 및 유튜브, 페이스북 등 업로드 (1부: Shared Dreams, 2부: Shared Aspirations, 3부: Connecting People, 4부: Integrated Interests, 5부: Future Partnership)
- * 앞선 FOCAC6 이후의 중-아 협력에 대해 포괄적으로 다루며, 아프리카에 진출한 중국 기업의 성공적 협력사례, 일대일로 이니셔티브, 인적교류와 빈곤퇴치 사례 등을 소개



FOCAC 특집 다큐멘터리 중어판 (출처: CCTV)



FOCAC 특집 다큐멘터리 영어판 (출처: CGTN)

- FOCAC 후속행동위원회(Chinese Follow-up Committee of FOCAC) 사무국에서 운영하는 전용 웹사이트(focac.org)를 통해 중국어, 영어, 프랑스어로 FOCAC 관련 정보 및 후속 조치 사항, 주요 문서뿐 아니라 중-아 관계 뉴스, 재아프리카 중국 대사관 소식, 아프리카 시사 뉴스 등 중-아 관계 및 아프리카 종합 정보를 제공함

□ 특징(2) 자국 및 아프리카 미디어를 통한 홍보

- 중국 관영 매체(신화통신, China Daily, CRI, CGTN 등)를 통하여 ‘동등한 파트너십’을 주요 내러티브로 하는 FOCAC 개최와 성과를 홍보함
- 언론과 미디어 협력은 FOCAC의 주요 의제 중 하나로, 중국 정부는 아프리카 미디어의 인프라 지원 및 언론인 초청 연수 등을 통해 아프리카 언론의 중국 관련 우호적 기사의 증가 도모함⁸⁾

* 관영 통신사인 신화통신(Xinhua)는 세계에서 아프리카 대륙 내 가장 많은 지국을 보유한 언론사로 아프리카 언론은 프랑스AFP, 영국 로이터에 이어 세 번째로 신화통신을 많이 인용함⁹⁾

□ FOCAC 기획 및 홍보의 시사점

- 공공외교 노력: 국제적 네트워크를 보유한 관영 매체와 중국 정부의 지원을 받는 아프리카 각국 언론사를 통한 FOCAC 및 중국-아프리카 관계에 관한 긍정적 기사 전파, 바람직한 국가 이미지 구축을 시도함
- * 관영 매체가 중앙선전부에 통제되는 등 언론을 선전(propaganda)의 도구로 인지하는 중국 정부의 미디어 활용은 유의해야 하나, 아프리카 내 미디어 네트워크 구축을 위한 중장기적 접근과 그 성과에는 시사점이 있음
- 선명한 내러티브: 중국의 선전 노력에도 불구하고 중국-아프리카 관계에 대한 비판은 다수 존재하나, FOCAC 기획 및 홍보 전반에 일관되게 흐르는 중국 정부의 반 서방, 공동체, 남-남 협력 등의 내러티브는 서방의 대안으로서의 중국의 이미지를 형성하는 데 도움이 된 것으로 보임

8) Xin, X. 2009, “Xinhua News Agency in Africa.” *Journal of African Media Studies* 1(3): 363-377.

9) Madrid-Morales, D. 2021. “Who set the narrative? Assessing the influence of Chinese global media on news coverage of COVID-19 in 30 African countries.” *Global Media and China* 6(2): 129-151.

4) 미국: 미국-아프리카 리더 정상회의(US-Africa Leaders Summit) 기획 및 홍보 사례

□ 배경

- 2014년 오바마 행정부에서 아프리카 각국 정상을 초청, 미국과 아프리카 대륙의 첫 번째 정상 회의를 개최했지만, 트럼프 행정부에서는 개최되지 않았고, 2022년 바이든 행정부에서 두 번째 정상회의를 개최함
 - * 첫 번째 정상회의 개최 이후 두 번째 정상회의가 개최까지 8년이나 걸렸지만, 이름과 구성을 계승한 두 번째 정상회의가 열리며 이 플랫폼이 추후 정례화될 가능성이 있음을 보여줌
- 회의의 주된 내용 및 보도 방향은 미국의 아프리카에 대한 지정학적 이해관계 강화와 관련되어 있음

□ 역대 회의 슬로건 및 로고

- 두 차례 회의에서 다른 로고를 사용했으나, 회의 디자인에 대한 공식 설명은 부재함

《 표8 》 역대 US-Africa Leaders Summit 슬로건 및 로고

| 회의 | 2014 US-Africa Leaders Summit | 2022 US-Africa Leaders Summit |
|-----|---|--|
| 개최지 | 미국 워싱턴 DC | |
| 슬로건 | Investing in the Next Generation | - |
| 로고 |  |  |

□ 특징(1) 민간 교류 및 비즈니스 중심의 본회의 구성

- 두 차례 모두 정상회의 1일 차는 각종 포럼, 2일 차는 비즈니스 포럼, 3일 차는 정상회의로 진행됨

《 표9 》 역대 US-Africa Leaders Summit 본회의 프로그램

| 회의 | 2014 US-Africa Leaders Summit | 2022 US-Africa Leaders Summit |
|-----|--|--|
| | Forums | |
| 1일차 | <ul style="list-style-type: none"> - Civil Society Forum - AGOA Forum - Investing in Women for Peace and Prosperity Working Luncheon - Resilience and Food Security in a Changing Climate 등 | <ul style="list-style-type: none"> - African and Diaspora Young Leaders Forum - Civil Society Forum - AGOA Trade Ministerial - US-Africa Space Forum - Peace, Security, and Governance Forum 등 |
| | Business Forum | |
| 2일차 | <ul style="list-style-type: none"> - Expanding Opportunities: The New Era for Business in Africa - Open Markets: Financing the Africa of Tomorrow - Powering Africa: Leading Developments in Infrastructure 등 | <ul style="list-style-type: none"> - Charting the Course: The Future of US-Africa Trade&Investment Relations - Building a Sustainable Future: Partnership to Finance African Infrastructure and the Energy Transition 등 |
| | Leaders Session (정상세션) | |
| 3일차 | <ul style="list-style-type: none"> - Session1. Investing in Africa's Future - Session2. Peace and Regional Stability - Session3. Governing for the Next Generation | <ul style="list-style-type: none"> - Session1. An Africa of Good Governance, Democracy, Respect for Human Rights, Justice, and the Rule of Law - Session2. A Peaceful and Secure Africa - Session3. A Prosperous Africa Based on Inclusive Growth and Sustainable Development |

○ 각국 및 미국 내 각 부처 정부 인사들이 참여하는 트랙1 형식의 포럼·세션과 정부와 시민사회의 대화를 촉진하는 반관반민의 트랙1.5 형식의 포럼·세션이 함께 편성됨

- 다만, 본회의에 편성되었음에도 각종 포럼에 대한 후속 조치나 결과 문서는 대부분 부재하여 실질적으로 정부와 시민사회의 대화 및 정책 제언 기능을 했는지는 평가할 수 없었음

* 각국 정부 및 미국 내 부처 간 논의(트랙1) 사례: 2022년 1일 차 ‘Peace, Security, and Governance Forum’(모잠비크 Filipe Nyusi 대통령, 소말리아 Hassan Sheikh 대통령, 수단 Mohamed Bazoum 대통령, 미 국무부 Antony Blinken 장관, USAID Samantha Power 처장, 아프리카연합 Moussa Faki Mahamat 집행위원장 참석)

* 미국 정부와 시민사회 논의 사례(트랙1.5): 2022년 1일 차 ‘African and Diaspora Young Leaders Forum’(최초의 소말리아계 미국인 국회의원 Ilhan Omar, 미 환경보호청 최초의 흑인 처장 Michael Regan, 가나 Nana Akufo-Addo 대통령, 수단계 미국인 환경운동가 Wafa May Elamin 등 참석)

- 2일차 비즈니스 포럼에서 언론 취재와 온라인 스트리밍이 이루어지는 ‘Deal Room’을 운영하여 계약 및 양해각서(MoU) 체결 현황을 실시간 공개하고 홍보함
- * 세계 1위 네트워크 업체인 CICSO의 니제르, 코트디부아르, 부르키나파소 등 서아프리카 국가 사이버 보안 수출 계약 체결 등 14건이 발표됨



Deal Room에서 MoU 체결 직후 사진을 찍는 모습
(출처: 미 국무부 유튜브)



아프리카 수출입은행(Afreximbank)와의 MoU 취지를 설명하는 미국 수출입은행장(출처: 미 국무부 유튜브)

□ 특징(2) 기존 네트워크와 포럼 중심의 부대행사

- 미국 내 풍부한 아프리카 및 아프리카 디아스포라 관련 네트워크와 포럼을 기반으로 연구기관, 시민사회단체, 기업, 정부기관 등이 주로 관계자와 전문가를 대상으로 하는 세미나와 포럼 등의 부대행사를 주도적으로 개최함
- * Pan-African Council & Afri Business ‘US-Africa Trade and Investment Forum’, 하워드대학교 아프리카학센터, 비트바테르스란트대학교 미국연구아프리카센터 등 ‘Africa’s Future: University Partnerships, Technologies and Democracy, Investment, and Open Diplomacy’, Africa Mbele ‘A New Movement to Recover, Invest, and Build the Future Africa’, Amnesty International, Human Rights Watch 등 ‘African Human Rights Leader Summit’ 등

□ 특징(3) US-Africa Leaders Summit 기획 및 홍보의 시사점

- 트랙1.5 중심: 부대행사가 아닌 본 행사에 각종 포럼 등 트랙1.5 프로그램을 배치하며 미국의 對아프리카 정책 결정 과정에 민간이 최소한 상징적으로나마 참여하고 소통하는 장을 마련함

5) 프랑스: 새로운 아프리카 프랑스 정상회의(New Africa France Summit), 기획 및 홍보 사례

□ 배경

- 프랑스 마크롱 대통령은 2017년 집권 이후 아프리카 순방, 과거사 공개 사과 등을 통해 프랑스와 아프리카의 관계 및 내러티브의 긍정적인 전환을 시도함
 - * 르완다 제노사이드에 대한 프랑스의 책임을 일부 인정하고, 알제리 독립전쟁 당시의 프랑스군의 범죄행위를 인정 및 사과했으며, 식민지 시기 약탈한 베냉 유물을 반환하는 등 과거사 문제를 해결하고자 함
 - * 각종 연설 등에서 식민주의적 관계 청산과 동등한 파트너십을 강조하고 있으나, 프랑스 국내에서는 아프리카로부터의 이주 증가를 우려하는 국민의 반발이 있고 국내외적으로 프랑스의 진정성에 대해 의구심을 제기하는 비판도 다수 있음¹⁰⁾
- 이러한 노력의 하나로 1973년부터 이어져 오던 프랑스 아프리카 정상회의를 2021년에 ‘새로운 아프리카 프랑스 정상회의’로 재편함
 - * 1973년부터 1988년까지는 매년, 1990년 이후로는 2년마다 개최된 초기의 프랑스 아프리카 정상회의는 프랑스의 아프리카에 대한 영향력을 확인하는 행사이자 때로는 아프리카 정부가 프랑스와 정치·경제적 협상을 하는 장으로 기능함¹¹⁾
 - * 2021년 ‘새로운 아프리카 프랑스 정상회의’는 ‘정상 없는 정상회의’로 마크롱 대통령과 아프리카 및 프랑스 청년이 대화하는 파격적인 형식으로 구성됨
- ‘새로운 아프리카 프랑스 정상회의’는 디아스포라, 기업가, 문화·예술·스포츠 분야의 행위자 등 프랑스-아프리카 관계를 일상적으로 상징하는 사람들을 위한 플랫폼을 지향하며, 특히 청년 중심의 접근을 시도함¹²⁾
 - * 2021년 정상회의 본회의 5대 주제: ▲시민참여, ▲기업가정신과 혁신, ▲고등교육과 연구, ▲문화, ▲스포츠

□ 회의 슬로건 및 로고

- 회의는 프랑스 국내 혹은 아프리카 각국 도시에서 개최되며, 회의마다 다른 로고와 슬로건을 활용함

10) <https://www.politico.eu/article/france-emmanuel-macron-africa-reset-strategy-francafrique/>

11) Nwokedi, E. 1982. Franco-African Summits: A New Instrument for France's African Strategy? *The World Today*, 38(12), 478-482. <http://www.jstor.org/stable/40395343>

12) <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/africa/the-new-africa-france-summit-reinventing-our-relationship-together/>

《 표10 》 New Africa France Summit 슬로건 및 로고

| 회의 | 기존 France Africa Summit | New Africa France Summit 2021 |
|-----|---|--|
| 개최지 | 프랑스 및 아프리카 각국 도시 | 프랑스 몽펠리에 |
| 슬로건 | Pour le partenariat, la paix et l'émergence (2017 정상회의) | Réinventons ensemble les relations entre l'Afrique et la France (함께 재창조하는 아프리카-프랑스 관계) |
| 로고 |  <p>BAMAKO 2017 Le Mali accueille la France et l'Afrique</p> <p>(2017 정상회의 로고)</p> |  <p>AFRICA FRANCE New Summit Montpellier, France, 8 October 2021</p> |

- 특징(1) 프랑스와 아프리카 각국 국민을 주 대상으로 하는 국민·공공외교 중심의 행사
- 파격적으로 아프리카 각국 정상 대신 프랑스와 아프리카 각국의 청년 3,000여 명이 참석하는 새로운 형식의 정상회의를 시도함
 - 프랑스 정부는 ‘새로운 형식, 새로운 행위자, 새로운 도전’을 강조하며 다른 ‘아프리카+1’ 정상회의와의 차별성을 강조함¹³⁾
 - 프랑스와 아프리카 각국의 다양한 연사가 다양한 주제로 발표했으나 대부분 일방적인 연설 위주로 구성되었고, 실질적인 대화가 이루어질 수 있는 시간은 부재했다는 지적도 있었음¹⁴⁾
 - 프랑스 대통령을 중심으로 대통령과 아프리카 청년이 진정으로 대화하는 장으로서의 정상회의 이미지 구축 시도
 - 마크롱 대통령과 아프리카 청년이 2시간 동안 대화하는 중심 행사의 기획과 청년 대표 선정을 마크롱 정부의 아프리카 정책을 비판해온 저명한 학자 아실 음벰베(Achille Mbembe)에게 맡기며 정부의 진정성을 강조함
 - * 카메룬의 역사·정치학자이자 비트바테르스란트대학교 교수인 아실 음벰베는 마크롱 정부의 아프리카 정책을 ‘상상력이 부족’하고 자국의 경제적 이익만 추구하며, 아프리카의 폭정을 지원한다고 비판한 바 있음¹⁵⁾

13) <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/afrique/nouveau-sommet-afrique-france-reinventer-ensemble-la-relation/>

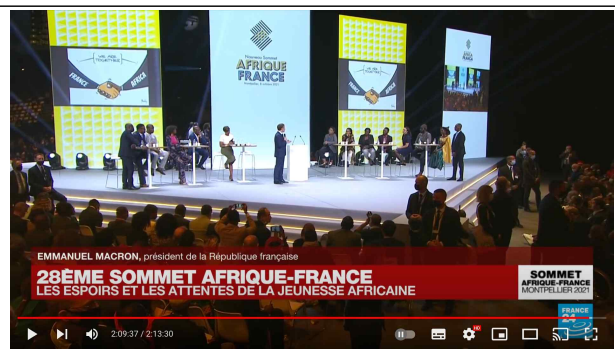
14) <https://www.ifri.org/en/publications/editoriaux-de-lifri/afrique-questions/new-afrika-france-summit-concealed-continuation>

15) <https://www.theafricareport.com/52774/does-macron-understand-how-much-influence-france-has-lost-in-africa-achille-mbembe/>

* 청년 대표 11명 중 한명인 부르키나파소의 청년 기업가 엘다 코아마(Eldaa Koama)는 프랑스 정부의 개발협력 정책을 비판하며 아프리카를 구원받아야 할 불쌍한 사람들이 사는 대륙처럼 그리는 ‘발전’의 관점에서 벗어나야 함을 직설적으로 지적¹⁶⁾했고, 해당 영상은 유튜브 여러 채널에 공유되어 많은 것은 860만 이상의 조회 수¹⁷⁾를 기록함(2시간 분량의 전체 대화 영상 또한 420만 조회 수 기록). 마크롱 대통령은 그의 문제의식에 공감하며, 프랑스는 그런 관점에서 개발원조가 아닌 “연대 투자(solidarity investment)”를 한다고 응답함



정상회의에서 발언하는 부르키나파소의 청년 기업가 엘다 코아마 (출처: France24 유튜브)



대통령 - 아프리카 청년 대화 전경 (출처: France24 유튜브)

- 특징(2) 다채로운 문화행사: ‘아프리카 몽펠리에 축제(Africa Montpellier Festival)’
 - 정상회의 전후 6일 동안 개최도시인 몽펠리에 지자체가 아프리카 문화 축제를 개최함
 - 예술, 미술전시, 영화 상영, 교류 및 강연, 음식, 게임, 문학, 음악, 스포츠 등으로 구성됨
- 특징(3) 비즈니스 행사 연계: Ambition Africa
 - 프랑스 무역투자진흥청(Business France)는 2018년부터 매해 개최중인 프랑스-아프리카 경제·무역 교류 행사인 Ambition Africa의 2021년 행사를 정상회의 일정에 맞추어 개최함
 - Ambition Africa는 기업 전시 및 비즈니스 미팅뿐 아니라 보건, ICT, 농업 등 그 해 주요한 아프리카 경제에 관한 포럼 프로그램도 포함함

16) 엘다 코아마는 “만약 아프리카와 프랑스의 관계가 솔이라면, 그 솔은 정말 더러운 솔일겁니다. 대통령님! 저는 대통령님이 이 솔을 좀 씻으시길 바랍니다!” 라고 말했고, 청중은 이에 환호했다.

17) <https://youtu.be/CvFrflpdGgE>

- * 2023년 10월 개최 예정인 Ambition Africa 2023 프로그램: ‘아프리카의 미래 구상: 어떤 관점으로 할 것인가?’, ‘메이킹 인 아프리카: 도전과 기회’, ‘아프리카의 농업&농산업: 원자재에서 제품으로’, ‘소비재: 프랑스 브랜드는 어떻게 도전에 맞설 것인가?’, ‘물&수자원 관리: 기후변화 시대의 필수 서비스’, ‘에너지 접근: 아프리카 발전의 핵심 문제’, ‘핀테크&사이버보안, 아프리카 성장을 위한 두 지렛대’, ‘아프리카 스마트 도시: 지속가능한 도시 이동성을 향하여’, ‘전문 훈련과 인적자원: 아프리카 청년에 투자하고 의지하기’, ‘아프리카 중소기업 금융: 새로운 해결책은 있는가?’ 등

□ 새로운 아프리카 프랑스 정상회의 기획 및 홍보의 시사점

- 아프리카를 중심에 둔 접근 노력: 강대국들의 ‘신 아프리카 쟁탈전’에 맞서 아프리카에서는 탈식민, 탈서구에 관한 논의와 개발원조에 대한 비판론이 재점화됨. 전 식민 종주국인 프랑스 또한 이러한 비판의 중심에 있는 나라지만, 프랑스 정부는 ‘새로운 아프리카 프랑스 정상회의’에서 ‘진정성’을 키워드로 정면 돌파를 시도함
- 열린 대화를 통한 논의 활성화: ‘새로운 아프리카 정상회의’는 기존에 정부 비판적이었던 아프리카의 저명인사와 청년을 초대하여 열린 대화를 함으로써 국내외 언론, 프랑스 국민, 외국 국민 모두의 자발적 관심을 유도하고 프랑스-아프리카 관계에 대한 논의 활성화의 계기를 제공함. 이는 아프리카 관계에서의 진정성을 보여줄 뿐 아니라 자유롭고 민주적인 국가 이미지 전파에도 기여했을 것으로 보임

6) 인도: 인도-아프리카 포럼 정상회의(IAFS), 기획 및 홍보 사례

□ 배경




- 인도와 아프리카 대륙 사이의 최고위 협력 플랫폼으로 2008년 처음 개최된 이후 약 3년 주기로 개최되었으나 2015년 IAFS-III 이후 재개 노력에도 불구하고 현재까지 중단된 상태임
- 현재의 경제교류 및 협력뿐 아니라 과거 역사적 관계도 함께 강조하는 내러티브 중심의 구성
- * IAFS 홈페이지: “인도-아프리카 포럼 정상회의는 아프리카와 인도 간의 긴밀한 파트너십

을 기념하는 행사입니다. 이는 우리가 공유하는 역사, 그리고 미래의 전망을 기념하는 자리입니다. 식민주의와 아파르트헤이트에 맞선 우리의 투쟁으로부터 우리는 세계화된 세계의 도전을 공동으로 받아들일 수 있게 되었습니다. (중략) 공통의 위협에 맞서 싸우고 모든 사람의 사회경제적 진보를 함께 도모하는 동안에도 우리는 인도와 아프리카가 같은 길을 걷고, 같은 가치를 공유하고, 같은 꿈을 소중히 여긴다고 믿습니다”

□ 역대 회의 슬로건 및 로고

- 슬로건은 ‘파트너십’과 ‘비전 공유’, 로고는 아프리카 대륙과 인도 지도의 교차 형상화라는 공통 요소 일관성을 유지함

《 표11 》 역대 IAFS 슬로건 및 로고

| 회의 | IAFS-I (2008) | IAFS-II (2011) | IAFS-II (2015) |
|-----|--|--|--|
| 개최지 | 인도 뉴델리 | 에티오피아 아디스아바바 | 인도 뉴델리 |
| 슬로건 | Dynamic Partnership, Shared Vision | Enhancing Partnership, Shared Vision | Reinvigorated Partnership, Shared Vision |
| 로고 |  |  |  |

□ 특징(1) 특별한 환대

- 현직 장관 등으로 구성된 17명의 총리 특사가 모디 총리의 개인 메시지가 담긴 IAFS-III(2015) 초청장을 가지고 아프리카 각국으로 파견, 직접 대통령 등을 면담하며 정상회의 초청

* 초청받은 정상 및 대표단이 인도에 도착할 때, 담당 특사가 영접

□ 특징(2) 대국민 홍보 및 인식강화

- 2007년 시작된 대형 축제인 ‘델리 국제 예술 축제(Delhi International Art Festival)’와 협력하여 IAFS-III(2015) 전 가나, 에티오피아, 르완다 등 아프리카 출신 뮤지션과 인도 뮤지션이 참여하는 ‘Welcome Africa’ 콘서트 개최

- 인도와 아프리카 관계를 상징하는 인물인 마하트마 간디를 주제로 하는 이동식 전시 “마하트마의 기억”이 각지의 학교 등을 순회하며 인도-아프리카 관계 및 IAFS-III 홍보



학교를 방문한 “마하트마의 기억” 이동식 전시 (출처: 트위터 @indiafrica2015)

□ IAFS 기획 및 홍보의 시사점

- 진정성을 통한 차별화: 인도와 아프리카의 오랜 교류 역사와 식민지 경험 등의 공통점과 특별한 환대를 통하여 파트너십, 남-남 협력, 우정 등 메시지의 진정성을 제고함
- 기존 축제 활용: ‘델리 국제 예술 축제’에서의 ‘Welcome Africa’ 공연처럼 기존에 활성화된 축제 및 행사를 활용하여 홍보의 효과성과 효율성을 높임

《주요 추진 사항 타임라인 예시》 * 하기 일정은 예시사항으로 과업내용에 적시된 일정을 준수하여 세부 일정 구성 필요

| 시기별 주요 추진 사항 | | 23. 8 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 24. 1 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | |
|--------------|-------------------------------------|-------|--------------------------------------|-------|-------|-----------|------------------------|----|---------|----------|----|----|--|
| 전략수립 기획준비 | 정상회의 홍보전략 정책연구용역 | 완료 | 사후 컨설팅 자문 | | | | | | | | | | |
| | 세부 홍보전략, 계획 수립 | | | | | | | | | | | | |
| | 홍보 기초 자료 조사, 콘텐츠 기획 준비 | | | | | | | | | | | | |
| 붙임 | 홍보 자문위원단 위촉, 운영 | 준비 | 1회 | 2회 | 3회 | 4회 | | | | | | | |
| | 홍보대사 위촉 | | | 준비 | | 위촉 | 활동 | | | | | | |
| | 아프리카 바로알기 캠페인 | | | 준비 | | 확정 | 진행 | | | | | | |
| | 아프리카 서포터즈(안) | | | 선발 | | 활동 | | | | | | | |
| 정상회의 | 슬로건 공모전 | | | 공모 진행 | | 확정 | | | | | | | |
| | 정상회의 | | | | | | | | | | | | |
| | 부대행사 (트랙1.5) | | | | | | 행사 기획 및 준비 | | | 운영 | | | |
| 언론홍보 | 아프리카의 달 | | | | | | 민간 참여기관 공개 모집 | | | 운영 | | | |
| | 보도 | | 사전 준비 과정, 주요 결정 사항 및 미팅 등 지속 보도 | | | | | | 집중 보도 | | 후속 | | |
| | 기고 | | 아프리카 지역 중요성, 협력 강화 필요에 대한 지속 기고 | | | | | | 집중 기고 | | 후속 | | |
| | 인터뷰 (방송, 라디오, 신문) | | 기획단, 외교부, 주한아프리카외교단 등 지속 인터뷰 | | | | | | 집중 인터뷰 | | 후속 | | |
| | 기자 간담회 | | | | | 사전 간담회 | | | 프레스킷 제작 | 본 간담회 | | | |
| 매체홍보 | 뉴스레터 | | 정상회의 준비과정부터 정상회의 개최 및 후기까지 지속적인 뉴스레터 | | | | | | | | | 발송 | |
| | 광고 (현수막, 버스, 전광판, 방송, 매체, 온라인 광고 등) | | 매체 성격에 따라 2023 붙임, 2024 본격 광고 진행 | | | | | | 집중 광고 | | 후속 | | |
| | SNS (홈페이지, 공식SNS, 유튜브) | | SNS 준비 | | 런칭 | | SNS 운영 및 기획 콘텐츠 제작 업로드 | | | | 후속 | | |
| | 방송 (인기 방송, 다큐, 세션) | | 방송 기획 | | 사전 소통 | | 제작 및 촬영 | | 상영, 송출 | | | | |
| 재외공관 | 인쇄제작물 | | 제작물 기획 | | 인쇄 | | 인쇄물 배포, 활용 | | | | | | |
| | 재외공관 및 해외홍보 | | | | | | 현지 언론사 사전 컨택 | | 집중 홍보 | | | | |
| 모니터링 | 월간 홍보 점검회의 | | | | | | | | | | | | |
| | 1차, 2차, 정량, 정성 분석 | | | | | | | | | | | | |
| 사후홍보 | 온라인, 오프라인 | | | | | | | | | | | | |
| 결과보고 | 결과보고서 작성 및 제출 | | | | | | | | | | | | |

※입찰 관련 서식(붙임)

- [붙임 1]: 입찰참가 신청서
- [붙임 2]: 입찰보증금 지급각서
- [붙임 3]: 확약서
- [붙임 4]: 보안각서
- [붙임 5]: 청렴계약이행서약서
- [붙임 6]: 제안업체 회사연혁 및 일반현황
- [붙임 7]: 참여인력 구성내역 및 이력사항
- [붙임 8]: 최근 3년간 사업실적. 끝.

<붙임1>

| 입찰참가신청서 | | | | 처리시간 |
|--|---------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|------|
| * 아래 사항 중 해당되는 경우에는 기재하시기 바랍니다. | | | | 즉 시 |
| 신청인 | 상호 또는 법인명칭 | | 법인등록번호 | |
| | 주 소 | | 전 화 번 호 | |
| | 대 표 자 | | 주민등록번호 | |
| 입찰개요 | 입찰공고번호 (지명) | 제 호 | 입찰일자 | |
| | 입찰건명 | 2023년 외교부 한·태평양 도서국 정상회의 종합홍보사업 | | |
| 입찰보증금 | 납부방법 | 입찰보증금 지급각서로 같음. | | |
| 대표인·사용인 | 본 입찰에 관한 일체의 권한을 다음의 자에게 위임합니다. | | 본 입찰에 사용할 인감을 다음과 같이 신고합니다. | |
| | 성 명 : | 주민등록번호 : | 사용인감 : | ㉠ |
| <p>본인은 위의 번호로 공고(지명통지)한 귀 재단의 일반(제한지명)경쟁입찰에 참가하고자 정부에서 정한 공사(물품구매·기술용역) 입찰유의서 및 입찰공고 사항을 모두 승낙하고 별첨서류를 첨부하여 입찰참가 신청을 합니다.</p> <p style="text-align: right;">신 청 인 : ㉠</p> <p style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">한국언론진흥재단 귀중</p> | | | | |

<붙임2>

입찰보증금 지급각서

입찰번호 :

물 품 명 :

입찰일시 :

귀사에서 시행하는 위 용역입찰에서 본인이 입찰서 유효기간 만료일 이전에 입찰서를 철회하거나, 또는 본인이 낙찰자 또는 계약협상대상자로 선정된 후 정당한 이유 없이 계약을 체결하지 않거나 약정된 기일 내에 계약보증금을 납부하지 않아 입찰보증금의 귀사 귀속사유가 발생할 경우에는 귀사의 요청에 따라 총입찰 금액의 100분의 5에 해당하는 금액을 귀사에 즉시 현금으로 납부하겠으며, 기타 입찰보증금의 귀사 귀속사유로 인한 어떠한 조치에 대하여도 귀사의 결정 또는 요구에 따를 것임을 확약합니다. 또한, 위 물품의 구매와 관련한 재공고 입찰에 본인이 참여할 경우에도 이 각서가 입찰보증금 지급각서로서 계속 유효함을 인정합니다.

20 년 월 일

대표자

①

상 호

주 소

한국언론진흥재단 귀중

<붙임3>

확 약 서

○ 입찰건명 : 2023년 외교부 한·태평양 도서국 정상회의 종합홍보사업

한국언론진흥재단의 「2023년 외교부 한·태평양 도서국 정상회의 종합홍보사업」 협력사 선정 용역 사업자 선정방식 및 제안 요청서 내용과 본 입찰에 관련된 귀 기관의 방침에 이의가 없음을 확약합니다.

년 월 일

주 소 :

상호 또는 명칭 :

대 표 자 : (인)

법 인 등록번호 :

한국언론진흥재단 귀중

<붙임4>

보안각서

본인(본 업체)은 한국언론진흥재단에서 발주한 『2023년 외교부 한·태평양 도서국 정상회의 종합홍보』 사업 참여와 관련하여 다음 사항을 준수할 것을 각서로 제출합니다.

1. 본인은 본 용역사업에 대한 제안 참여에 있어 제안요청서상의 제반 보안사항을 철저히 이행하겠으며,
2. 보안사항을 외부에 누설시켜 중대한 문제점을 야기 시켰을 경우에는 보안관계 제 범 규에 의거 처벌 받음은 물론 어떠한 제재 조치를 취하여도 이의를 제기하지 않을 것임.

년 월 일

주 소 :
상 호 또 는 명 칭 :
대 표 자 :
법 인 등 록 번 호 :

(인)

한국언론진흥재단 귀중

청렴계약이행서약서

당사는 부패 없는 투명한 기업경영과 공정한 행정이 사회발전과 국가 경쟁력에 중요한 관건이 됨을 깊이 인식하며, 청렴계약제 시행 취지에 적극 호응하여 한국언론진흥재단에서 시행하는 '2023년 외교부 한·태평양 도서국 정상회의 종합홍보' 협력사 선정 입찰 및 계약이행 과정에서 당사의 임직원과 대리인은

1. 입찰가격의 유지나 특정인의 낙찰을 위한 담합을 하거나 다른 업체와 협정, 결의, 합의하여 입찰의 자유경쟁을 부당하게 저해하는 일체의 불공정한 행위를 않겠습니다.

이를 위반하여 경쟁 입찰에 있어서 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 주도한 것이 사실로 드러날 경우, 한국언론진흥재단(이하 재단)에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격 제한 처분을 받은 날로부터 2년 동안 참가하지 않겠으며, 경쟁 입찰에 있어서 입찰자 간에 서로 상의하여 미리 입찰가격을 협정하거나 특정인의 낙찰을 위하여 담합을 한 사실이 드러날 경우, 재단에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받은 날로부터 1년 동안 참여하지 않고, 위와 같이 담합 등 불공정행위를 한 사실이 드러날 경우, 독점규제및공정거래에관한법률에 따라 공정거래위원회에 발주관서가 고발하여 과징금 등을 부과토록 하는 데 이의를 제기하지 않겠습니다.

2. 입찰, 계약체결 및 계약이행 과정에서 관계자에게 직·간접적으로 금품·향응 등의 뇌물이나 부당한 이익을 제공하지 않겠습니다.

이를 위반하여 입찰, 계약의 체결 또는 계약이행과 관련하여 관계자에게 뇌물을 제공함으로써 입찰에 유리하게 되어 계약이 체결되었거나 운영 중 편의를 받아 부실하게 운영한 사실이 드러날 경우, 재단에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한처분을 받은 날로부터 2년 동안 참가하지 않겠으며 입찰 및 계약조건이 입찰자 및 낙찰자에게 유리하게 되도록 하거나, 계약목적물의 이행을 부실하게 할 목적으로 관계자에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우, 재단에서 발주하는 입찰에 입찰참가자격제한 처분을 받는 날로부터 1년 동안 참가하지 않겠습니다.

3. 입찰, 계약체결 및 계약이행과 관련하여 관계자에게 뇌물을 제공한 사실이 드러날 경우, 계약체결 이전의 경우에는 낙찰자결정 취소, 업무 착수 전에는 계약취소, 업무 착수 이후에는 발주처에서 전체 또는 일부계약을 해지하여도 감수하고 민·형사상 이의를

제기하지 않겠습니다.

4. 회사 임직원이 재단 관계자에게 뇌물을 제공하거나 담합 등 불공정 행위를 하지 않도록 하는 회사윤리강령과 내부비리 제보자에 대해서도 일체의 불이익처분을 하지 않는 사규를 제정토록 노력하겠습니다.

5. 본건 관련 하도급계약체결 및 이행에 있어서 하도급자로부터 금품을 수수하거나 부당 또는 불공정한 행위를 하지 않겠습니다.

위 청렴계약이행서약은 상호신뢰를 바탕으로 한 약속으로서 반드시 지킬 것이며, 낙찰자로 결정될 시, 본 서약내용을 그대로 계약특수조건으로 계약하여 이행하고, 입찰참가자격 제한, 계약해지 등 재단의 조치와 관련하여 당사가 재단을 상대로 손해배상을 청구하거나 당사를 배제하는 입찰에 관하여 민·형사상 이익을 제기하지 않을 것을 서약합니다.

2023. . .

서약자 : 회사명

대 표

(인)

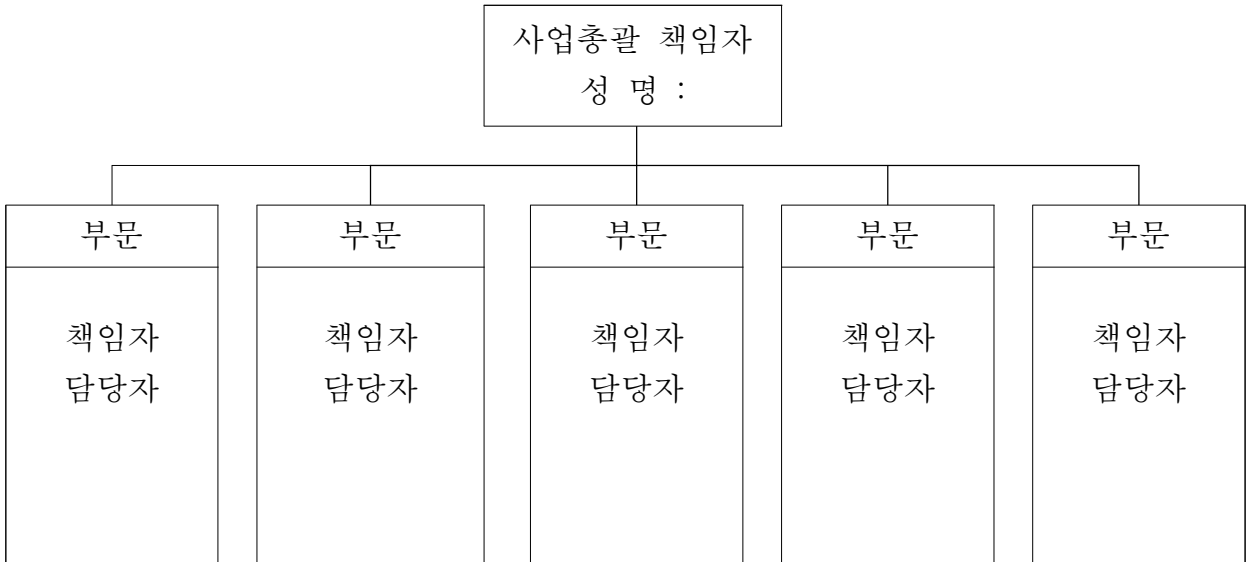
<붙임6>

회사연혁 및 일반현황

| | | | |
|----------|--------|--------|-------------|
| 회 사 명 | | 대표자 | |
| 사업분야 | | | |
| 주 소 | | | |
| 연 락 처 | 전화번호 : | 팩스번호 : | |
| 회사설립년도 | 년 | 월 | |
| 해당부문사업기간 | 년 | 월 ~ | 년 월 (년 개월) |
| 주요연혁 | | | |

<붙임7>

참여인력 구성내역



참여인력 이력사항

| | | | | | | | |
|---------|-----|--------|----|----------|--|-----|---|
| 성명 | | 소속 | | 직책 | | 연령 | 세 |
| 학력 | 대학교 | | 전공 | 해당분야근무경력 | | | |
| | 대학원 | | 전공 | 자격증 | | | |
| 본사업참여임무 | | 사업참여기간 | | | | 참여율 | % |

| | | | | |
|------|---------------------|------|-----|----|
| 주요경력 | | | | |
| 사업명 | 참여기간 (년.월 ~ 년.월) | 담당업무 | 발주처 | 비고 |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

<붙임8>

최근 3년간 사업실적

| 순번 | 사업명 | 사업개요 | 사업기간 | 계약금액 (백만원) | 발주처 | 비고 |
|----|-----|------|------|---------------|-----|----|
| | | | | | | |

※ 현재 수행중인 업무도 포함하여 최근 연도순으로 기재하되 관련된 프로젝트만 기재한다.

※ 단위사업별 계약서 또는 실적을 증명할 수 있는 자료 첨부
(단, 수행중인 사업은 계약서 첨부)