아시아경기조직위, 화물차광고 무리한 기금 조성

광고주 부당한 법 적용 반대, "차라리 지우겠다"

부산아시아경기대회조직위원회(이하 조직위)가 화물차광고 독점대행을 통해 무리한 법 적용으로 기금을 마련하고 있어 광고주들이 크게 반발하고 있다.

정부는 지난해 11월 22일 옥외광고물등관리법시행령을 바꿔 버스 · 화물차 등 모든 사업용 자동차(황색번호판)의 외부 광고에 대해 각 시 · 군 · 구청의 허가를 받게 하면서 다만, 올해 말까지 한시적으로 조직위에 허가권을 주어 기금을 거둘 수 있도록 허용한 바 있다.

기금마련 위한 부당한 법 적용 반대

그러나 한국광고주협회는 1)영업용화물차 광고를 금지할 타당한 이유가 없음에도 불구하고 이를 규제하고 있는 옥외광고물관리법 자체가 잘못된 것이며, 2)위의 문제점에 대한 업계의 건의를 받아들여 허가나 신고를 통해 광고할 수 있도록 옥외광고물관리법시행령을 개정하여 이를 완화하였음에도 불구하고 조직위의 기금 마련을 위해 해당 조항을 부산아시아경기대회가 끝난 뒤 적용키로 유보한 것은 명확한 부당 규제라고 주장하고 화물차 외부광고를 지우기로 결의하는 등 강하게 반발하고 있다.

광고주들이 이같이 강하게 반발하는 것은 조직위가 "까미옹애드"를 독점업체로 선정 올해 1월부터 기금을 거둬들이고 있으며, 까미옹애드의 영업을 위해 시 · 군 · 구청을 통해 고발조치를 취하고 있기 때문이다. 이미 일부 구청에서는 까미옹애드의 제공자료를 근거로 시정명령 및 고발을 계고한 상태이다.

이에 대해 한국광고주협회는 "이미 각종 국제경기에 다양한 지원을 하고 있는 상황에서 기금을 걷기 위해 무리한 법 적용으로 전체 1,000억원 정도의 기업부담을 주는 일은 부당하다"며, "광고효과가 거의 없는 화물차 외부광고를 지울 수 밖에 없다"는 입장이다.

협회는 또한 앞으로 화물차뿐만 아니라 버스, 택시 등 각종 옥외 광고에 부과하고 있는 체육진흥기금의 문제점에 대해 법률적 검토를 거쳐 필요하다면 헌법소원을 하는 등 대응키로 하였다.

기금을걷기위한규제불합리해

광고주들이화물차광고기금조성에 반발하는이유는 다음과같다.

첫째, 특별법을만들어기금을징수하는것은부당하다는 것이다. 규제를 만들어 놓고 한시적 허용으로 기금을

조성하는 수법은 정부의 규제완화정책과 기금축소 정책에도 어긋나며 기업의 부담만 가중시키는 악습이라며, 강력 반대하고 있다. 협회는 조직위원회에서 자금이 필요하다면 대회 성공을 위한 노력과 홍보를 통해 정상적인 스폰서쉽을 추진하여야 함에도 불구하고 가장 손쉬운 방법인 기금조성에 나서는 관행은 사라져야 한다고 주장한다.

둘째, 기금을 걷기 위한 규제 는 법 정신에도 어긋나므로 온당치 못하다는 지적이다. 금번 화물차광고 규제는 화물차광고가 국민의 안전이나 소비자생활에 지장을 주기 때문이 아니라 돈 을 거두기 위한 것이 목적이라는 것에 문제가 있다며, 이는 목적과 과정이 모두 정부정책으로 합당치 않다는 것이 문제점이라는 것. 특히 정유사 탱크로리 등의 사업자 표시는 국민안전과 소비생활에 도움을 주는 것으로 사업자 표시나 내용물 표시를 삭제한다면 오히려 소비자보호에 지장을 주게 될 것이라고 밝히고 있다.

셋째, 광고주는 이미 아시안게임 조직위원회에 상당 기금을 제공하고 있다고 무리한 기금조성의 불합리성을 제기하고 있다. 협회는 지난 88서울올림픽 때 특별법을 만들어 거두기 시작한 올림픽광고물(네온과 빌보드)의 체육진흥기금 중 일부가 부산아시안게임 지원으로 편성되고 있으며, 또한 버스광고 사업권도 아시안게임조직위원회로 넘어가 조직위는 이미 광고로부터 연간 약 100억원의 기금을 걷고 있는 데 또다시 기금을 조성하는 것은 순리에 어긋난다는 주장이다.

넷째, 조직위의 대행업체인 까미옹애드 가 요구하는 광고비 명목의 월 10 15만원은 설득력이 없다는 점도 강조하고 있다. 협회는 까미옹애드는 차주와의 차량광고대행 계약도 없으며, 광고를 관리해주면서 받는 광고관리비나 허가대행수수료도 아니다며, 이는 불법을 합법화하는 대가로 조직위와 대행회사가 나누어 갖는 비용이라고 해석할 수밖에 없다는 것이다.

정부의 규제 완화정책에도 어긋나

이처럼 조직위와 협회가 힘겨루기 양상을 보이는 데는 서로의 시각차이가 워낙 큰데다 88서울올림픽 때 허가된 네온, 빌보드, 버스, 택시광고와 이번 경우는 사정이 다르다는 점에서 기인한다. 88서울올림픽 때도 똑같이 기금을 부과하였지만 88서울올림픽 때는 조직위원회와 대행회사가 새로운 매체를 개발, 광고주에게 판매했다면, 이번

똑같이기금을부과하였지만
88서울올림픽때는조직위원회와대행회사가
새로운매체를개발, 광고주에게판매했다면,
이번2002부산아시아경기대회의
화물차외부광고사업허가건은
권리주장을할수없는
타인소유의화물자동차를대상으로
중계수수료를요구하고있어
개인재산권마저침해하고있다. 협회는
조직위와대행회사가새로운매체를개발하여
광고주에게판매하여야
마땅하다고밝히고있다.

2002부산아시아경기대회의 화물차외부광고사업 허가건은 권리주장을 할 수 없는 타인 소유의 화물자동차를 대상으로 중계수수료를 요구하고 있어 개인재산권마저 침해하고 있기 때문이다. 협회는 조직위와 대행회사가 새로운 매체를 개발하여 광고주에게 판매하여야 마땅하다고 밝히고 있다.

현재 사업용 화물차는 502,237대(통계청 2000년 현재 자료)로 조직위원회는 이중 최소 4 5만대에서 광고비를 갹출할 수 있을 것으로 보고 있다.

그러나 현재 까미옹애드와 광고 계약한 기업은 극소수에 불과한 것으로 알려져 있다. 한국광고주협회는 정부의 규제완화 정책에 어긋나는 적절치 못한 법 집행에 항의하고 아시아경기대회조직위원회의 대행업체인 까미옹애드와 계약을 할 수 없다는 입장이라, 해결기미가 쉽지 않을 전망이다. 글 · 곽혁