

제4차 운영위원회

지난 8월 12일 소공동 롯데호텔 사뮈엘룸에서는 제4차 운영위원회가 열렸다. 정상국 운영위원장(LG 부사장)을 비롯해 총 15명의 운영위원이 참석한 이날 회의에서는 2008한국광고주대회 운영계획, 방송광고사전심의 폐지 후 대책, 그리고 협회 사무실 이전 방안 등에 대해 논의했다.

제2차 홍보위원회



지난 9월 9일 롯데호텔 아스토룸에서 제2차 홍보위원회가 있었다. 이날 홍보위원회는 김병경 홍보위원장(현대기아차 전무)의 사회로,

심상덕 중앙일보 경제에디터를 연사로 초청, <기업하기 참 어려운 나라 한국>을 주제로 한 발표와 함께 홍보위원들과 간담의 시간을 가졌다.

박정규 전무(동서식품), 광고위원장 선임

협회는 9월 30일 개최된 이사, 운영위원회의 확대회의에서 제3대 광고위원장으로 동서식품의 박정규 전무를 최종 선임하였다. 새롭게 위원장이 선임됨에 따라 광고위원회는 광고담당 부서장급으로 새롭게 구성, 운영될 예정이며, 협회내의 브레인그룹으로 다양한 이슈에 대한 빠른 대응과 회원간 인적 네트워크 구성이 활성화될 것으로 전망된다. 또한 광고위원회 산하 방송분과위원장은 구분진 팀장(IG전자), 옥외분과위원장은 김정수 상무(진로), 신문분과위원장 류재한 팀장(대교)이 맡게 되었으며, 뉴미디어분과위원장은 주우 광고위원회를 통해 새롭게 선임될 예정이다.

방송 및 옥외분과위원회 회의

지난 8월 27일 롯데호텔에서 구분진 방송분과장, 김정수 옥외분과장을 비롯한 분과위원들이 참석한 가운데 방송 및 옥외분과위원회를 개최하였다. 이날 회의에서는 복수미디어별 도입과 방송광고 판매제도 개선과 기금조성용 옥외광고물에 대한 진행사항과 대응 방안을 모색하였다.

● 방송광고심의, 자율모니터링시스템 도입



지난 8월 26일 헌법재판소에서 정부의 방송광고사전심의를 위한 결정됨에 따라 2000년부터 방송위원회의(현 방송통신위원회)로부터 사전심의 업무를 위탁받아 진행해오던 한국광고자율심의기구의 방송광고사전심의 업무는 즉시 중단되었고 지난 3개월간 지상파방송사가 각각 자체 심의를 해오고 있다.

협회는 위헌 결정이 내려진 직후 광고자율심의위원회를 중심으로 이에 대한 대책인 마련을 위해 수차례 TF회의를 실시하였고, 회의 결과 광고심의의 핵심 축인 광고주와 방송사가 협력하여 공동의 자율심의조직을 구성하는 것이 바람직하다는 방향으로 중지를 모았다. 광고주를 대표하여 한국광고주협회가, 방송사를 대표하여 한국방송협회가 공동의 심의조직 구성을 위해 협의를 진행했지만, 방송협회 내부에서도 지상파방송사의 의견 조율이 쉽지 않았기에 결론적으로 지상파방송사는 방송협회 차원에서 공동심의를 시행하고, 향후 광고주 등 관련단체와 공조하여 심의를 진행한다는 방향으로 결정하였다. 광고주협회 역시 방송협회와 협력하여 공동의 자율심의조직을 구성하는 기초는 유지하되 현 과도기적 상황에서는 광고주 나름의 자율적인 노력이 필요한 바 광고주협회 차원의 자율모니터링 시스템을 도입하기로 결정하였다. 문제의 소지가 있는 광고가 방송될 가능성도 배제할 수 없으며 무엇보다 광고주가 사회적 책임을 다하는 자율적 노력이 없을 시에는 방송통신위원회의 사후심사가 더욱 강화될 수 있기 때문이다. 실제로 방송통신위원회는 현재 보편, 중권 등 일부 업종의 심의를 더욱 강화하고 있으며, 정부입법을 통한 방송법, 방송법시행령, 광고심의규정의 개정을 서두르고 있는 분위기다. 일각에서는 방송통신위원회가 심의관련 인력을 대폭 늘려 사후심의를 강화할 예정인 것으로 알려졌다. 한편 케이블TV도 케이블TV방송협회를 중심으로 자체심의조직을 준비 중인 것으로 알려졌다.

광고주협회의 자율적 모니터링 시스템 가동은 과거 지속적인 방송광고심의시스템에 대한 연구와 위헌 결정 이후 구성된 심의자문단의 자문 역할로 전여 문제가 없다. 다만 현재는 광고자율심의위원회가 주축이 되어 추진하고 있지만 회원사들의 관심과 지원 없이는 원활한 운영에 어려움이 있을 것이다. 또한 궁극적으로는 주체별로 개별적 심의조직을 운영하는 것보다 광고주와 방송사 공동의 자율심의조직을 구성하는 것이 효율적이고 바람직하기에 이에 대한 지속적인 관심도 필요할 것으로 본다.

글로벌 광고환경 조성 원년으로



한국광고주협회가 창립 20주년을 맞았습니다.

그동안 많은 관심과 성원을 보내준 20여 회원사에 감사의 인사를 드립니다.

아울러 풀심양면으로 많은 관심과 도움을 주신 매체사, 광고회사, 관련단체, 그리고 광고업계 종사자 여러분과 소비자단체 관계자 분들께도 심심한 감사를 드립니다.

지난 20년간 한국광고주협회는 광고주의 권익보호를 위한 비영리단체로서 광고의 자유가 보장되는 선진광고환경을 만들기 위해 노력해 왔습니다. 광고주의 창의적인 광고활동이 보장되고, 과학적이고 합리적인 광고집행으로 매체사와 광고회사가 공동 발전할 수 있는 건강한 도양을 만들기 위해 노력해 왔습니다.

이러한 광고환경 조성을 위해 협회가 20년간 가장 중점적으로 추진해왔던 사업은 바로 불합리한 제도 개선과 법적 규제 완화였습니다. 방송광고관련법 개정, 옥외광고관련법 개정과 준조세 폐지를 위해 끊임없이 정책건의를 해왔고, 특히 방송광고사전심의제 폐지를 위한 지속적인 노력은 위헌 결정이라는 가시적인 결과로 이어져 긴 시간 우리의 노력이 결코 헛되지 않았음을 잘 보여주었습니다.

또한 광고의 과학화와 합리적인 거래질서를 확립하기 위한 노력도 지속적으로 추진해 왔습니다. 매체별수용자 조사는 급변하는 광고환경을 가늠하는 지표가 되어왔고, 과학적인 인쇄광고 집행의 척도가 되는 ABC제도의 도입과 정착을 위해 협회는 창립 초창기부터 지금까지 노력과 지원을 아끼지 않았습니다. 아울러 정확한 조사데이터에 근거한 광고요금 책정을 주장하며 관행적으로 이루어지던 불합리한 거래질서를 바로잡기 위해 노력해 왔습니다.

무엇보다 이런 불합리한 관행을 근절하고 건강한 광고환경을 만들기 위해 필요한 것은 자유시장경제에 대한 국민적 이해와 이를 통한 반기업정서의 불식이었습니다. 협회는 매년 한국광고주대회를 통해 자유시장경제의 올바른 이해를 도모했으며, 이밖에도 언론사초청 간담회, 소비자가 뽑은 좋은광고상 시상 등으로 기업의 마케팅 활동과 광고에 대한 이해 증진에 힘써 왔습니다.

앞으로 한국광고주협회는 창의성과 합리성이 보장되는 자유로운 광고환경과 국내 광고산업의 더 큰 발전을 위해 세계로 눈을 돌려 미래를 준비할 것입니다. 경쟁과 자율 속에서 기업의 광고 마케팅 활동이 보장되고 이를 통해 우리 기업이 세계적인 기업으로 도약할 수 있도록 글로벌 광고환경을 조성하는 데에 매진할 것입니다. 진정한 선진일류국가 되기 위해서는 국제적인 경쟁력을 가진 기업이 많이 나와야 합니다. 그러기 위해서는 기업하기 좋은 환경이 만들어져야 합니다. 광고주협회는 기업하기 좋은 환경을 만드는 데에 앞장설 것입니다.

회원여러분, 앞으로도 지속적인 관심과 애정으로 협회 사업에 동참해 주시고 협조해 주시기 바랍니다. 아울러 관련업계 관계자 여러분께서도 많은 관심과 성원으로 함께해 주시기를 부탁드립니다. 감사합니다.

한국광고주협회 회장 민병준