

한국광고주협회 창립 20주년을 축하합니다

## 한국광고주협회가 나아갈 길



정상국 / LG 홍보팀 부사장,  
한국광고주협회 운영위원장

한국광고주협회의 창립 20주년을 축하합니다.

한국광고주협회는 1987년 매체 발행이 자유화된 이후, 광고주와 매체사 그리고 광고대행사간의 합리적인 균형을 형성하고, 광고의 질적 수준 제고와 광고주의 권익증진 및 기업 이미지 제고를 위해 1988년 9월 30일 설립되었습니다. 또 다른 한편으로 당시는 지나친 기업비판적 보도가 반기업 풍토를 조성하던 시대적 상황이었기에, 이에 경제계 차원의 공동 대책을 강구할 목적으로 전국경제인연합회가 주축이 되어 사단법인 한국광고주협회를 설립케 된 것입니다.

지난 20년간 광고주협회는 설립 당시의 목적을 충실히 이행하기 위해 노력해왔습니다.

먼저 언론과의 관계 정립에 있어서 정례적인 간담회를 통해 기업과 언론의 상호 이해 증진에 힘써왔으며, 매체사와의 광고요금 책정에서도 실질적인 협상을 통해 관행적인 요금인상을 없애는 데에 일조했습니다. 또 자유시장경제의 홍보와 반기업 정서를 불식시키기 위해 매년 한국광고주대회를 비롯한

대국민 홍보사업을 지속해오는 한편, 소비자와의 관계 개선을 위한 소비자단체와의 교류로 광고와 기업에 대한 이해의 폭을 넓히는 데에도 기여했습니다. 무엇보다 광고와 관련된 각종 부당하고 비합리적인 규제를 개선하고, 여러 조사와 연구사업을 통해 광고의 과학화와 선진화를 위해 애써왔습니다.

이제 광고주협회는 지난 20년을 되돌아보고 다가오는 미래를 준비해야 할 시기입니다. 세계 10위권의 우리나라 광고산업이 글로벌 경쟁력을 가질 수 있도록 광고의 자유가 보장되는 환경을 만들고, 합리적인 매체환경 조성과 거래질서 확립을 위해 지속적인 노력을 기울여야 할 것입니다. 광고와 관련된 여러 정책과 제도적 측면에서 글로벌 스탠다드에 걸맞은 새로운 시스템을 확립해 나가야 할 것입니다.

이러한 관점에서 세계 광고산업 1위인 미국의 광고주협회가 벌이고 있는 사업들을 벤치마킹하는 것은 의미 있는 일이라고 생각합니다. 미국광고주협회(ANA: The Association of National Advertisers)는 1910년에 설립돼 지금은 미국의 중요한 경제단체 중 하나로 그 위상이 매우 높습니다. 미국광고주협회는 광고와 관련된 모든 활동에서 리더십을 발휘하고 있습니다. 광고관련 법 제정, 광고업계와의 네트워크, 광고와 관련된 최신 정보 수집과 회원사를 위한 정보 제공에 있어 선도적인 역할을 수행하고 있습니다. 이를 통해서 회원사의 브랜드 파워를 높이기 위한 마케팅 활동을 지원하고, 전략적 광고집행과 효율적인 프로세스 관리로 예산 절감을 돕는다면, 광고마케팅의 가치와 중요성을 국민은 물론 정치인들에게 전달해 광고와 관련된 정책 입안에 있어 의미 있는 영향력을 행사하고 있습니다. 또 다양한 출판사업과 교육 프로그램으로 광고마케팅 전문가를 양성하는 사업도 벌이고 있습니다.

한국광고주협회가 창립 20주년을 전후점으로 삼아 선진국 수준의 광고환경을 조성하고, 과학적이고 합리적인 광고시스템을 정착시켜 우리나라 광고산업의 발전에 선도적 역할을 수행하길 기대합니다. 이를 위해서는 회원사들의 적극적인 관심과 지원, 특히 광고주들의 의견을 모아 컨센서스를 이루고, 이를 한 목소리를 낼 수 있도록 하는 노력이 요구됩니다. 또한 광고계의 폭넓은 협조가 필요할 것입니다.

한국광고주협회가 광고주의 권익 보호뿐만 아니라 광고의 자유 신장과 우리나라 광고산업 발전을 위해 선도적인 역할을 해주실 것을 다시 한번 기대합니다.

한국광고주협회 창립 20주년을 축하합니다

## 광고산업 발전을 위한 역할 기대



박상운 / 한국광고업협회 회장  
대중기획 대표이사

한국광고주협회의 창립 20주년을 진심으로 축하합니다.

광고주협회가 창립된 시기인 우리나라의 80년대 후반은 정치, 경제, 사회, 문화적으로 격변의 시기였습니다. 광고산업 또한 대내적으로는 고속성장세를 유지하면서 양적 성장과 함께 질적 성장에 대한 관심이 높아졌던 시기였고, 대외적으로는 시장개방과 글로벌화가 주요 화두로 떠올랐던 시기였습니다.

한국광고업협회라는 이름으로 함께 활동하던 광고주, 광고회사, 매체사들도 전문 영역이 확장되면서 별도의 단체 구성 필요성이 증대했습니다. 이런 시대적 요구에 따라 광고단체들이 창립되어 활동을 시작했고, 광고주협회도 다른 광고단체들과 함께 본격적인 활동을 시작했습니다.

이후 20년의 세월이 흐르는 동안 광고주협회는 광고산업 관련 정책 등에서 광고단체들과 공동으로, 또는 독자적으로 광고주의 입장을 대변해 왔고, 이러한 노력이 광고산업 발전에 상당한 기여를 해왔습니다.

특히, 광고주협회가 창립 20주년을 맞는 올해는 새로운 정부가 출범하면서 각종 미디어 정책과 광고 정책에서 변화의 바람이 불고 있습니다. 다행히 이러한 변화의 기조에 규제 완화라는 원칙이 전제되고 있어 광고업계는 큰 기대를 갖고 있으며, 광고단체들의 활동이 그 어느 때보다도 중요한 시기라고 할 수 있습니다.

모든 광고단체들이 장기적으로 우리나라의 광고산업이 성장, 발전할 수 있는 방안을 모색하고 있지만, 세부적인 사항에 대해서는 각 구성체의 입장에 따라 조금씩의 의견 차이를 보여온 것이 사실입니다. 기존의 정책이 변경되거나 새로운 정책이 시행될 때 정책 내용에 대해 이해 관계자 모두가 공감하기는 매우 어렵다고 할 수 있습니다.

그러나 광고 정책에 대해서는 광고산업 발전이라는 대명제에 입각해서 판단한다면 모든 광고단체들이 합의점을 찾아내는 것이 그렇게 어려운 일이 아닐 수도 있을 것입니다. 따라서 변화의 시기에는 조금씩 양보하고 단합하는 노력과 지혜를 발휘해 나가야 합니다.

지금까지 광고주협회가 광고산업의 발전을 위해 많은 노력을 기울여온 것과 같이 창립 20주년과 맞물리는 이 변화의 시기에도 광고주협회가 광고산업 발전의 중요한 한 축으로서의 역할을 다해 주기를 기대합니다.

다시 한번 한국광고주협회 창립 20주년을 축하하며, 광고주협회의 무궁한 발전을 기원합니다.