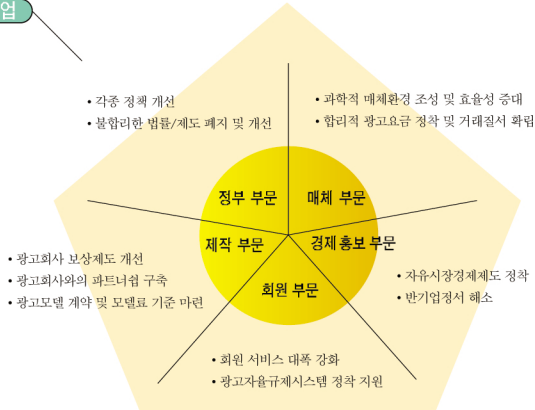


KAA 중점추진사업



한국광고주협회는 앞으로 매체, 회원, 경제홍보, 제작, 정부 부문 등 총 5개 부문에서 다음과 같은 중점사업을 추진해 나아갈 계획이다. 세부 사업내용은 국내 광고환경의 선진화를 위한 과제들 중 그동안 꾸준히 회원들의 개선 요구가 있어왔던 부분들이다. 협회는 광고 광고자율심의 홍보위원회 등에서 해당 사업 내용을 논의하고, 이사회 및 운영위원회에서의 논의를 통해 구체적인 시행방안을 검토해 나아갈 것이다.

1. 정부 부문

- 각종 정책 개선
- 불합리한 법률/제도 폐지 및 개선

작년 11월 27일 방송광고판매독점대행이 헌법재판소에 의해 헌법불합치로 결정됨에 따라 올해 말까지 법률 개정 및 방송광고판매시장의 경쟁체제가 도입될 예정인 바, 협회는 광고의 자유가 보장되는 방송광고판매제도가 도입될 수 있도록 노력할 방침이다. 경쟁미디어법제도 입법시에 광고주 의견이 반영될 수 있도록 하는 한편, 비효율성에 근거한 과학적인 방송광고판매제도가 정착되어 자유로운 광고집행 환경이 조성될 수 있도록 노력할 것이다.

또한 특별법에 적용을 받던 체육진흥기금 조성 옥외광고물이 2007년 일반법으로 전환, 주무부처인 행정안전부가 2008년 옥외광고센터를 설립해 최고가 입찰방식으로 민간업자에게 사업권을 허가해 줌으로써 과도한 기금 조성(준조세) 규모와 위헌성 논란이 문제가 되고 있는 바, 협회는 회원들과 공동으로 대응방안을 마련할 방침이다. 국가행사를 위한 기금 조성은 수혜자 부담의 원칙에 따라 이루어져야 하며 옥외광고를 통한 기금 조

성은 폐지되어야 한다는 입장이다. 아울러 장기적으로 옥외광고거래의 과학화를 위한 COOH D/B 구축 및 OVES(Outdoor Value Evaluation System) 도입을 위해 옥외광고연구사업을 지속적으로 추진하는 것이 바람직할 것이다. 이러한 연구사업은 협회 광고위원회의 옥외분과위원회에서 심도 있게 논의를 한 후 구체화할 계획이다.

2. 매체 부문

- 과학적 매체환경 조성 및 효율성 증대
- 합리적 광고요금 정착 및 거래질서 확립

협회는 매년 회원사의 매체전략 수립을 지원하고 공신력 있는 매체데이터를 위하여 매체수용자조사를 실시해왔다. 1996년 이후 인쇄매체수용자조사는 5회, 방송매체수용자조사 2회, 그리고 케이블TV, 라디오, 인터넷매체수용자조사가 각각 1회씩 있었다. 앞으로도 역시 광고위원회를 중심으로 한 회원들의 의견을 수렴하여 매체수용자조사를 주기적으로 실시해 과학적인 광고집행의 기초 데이터를 축적하는 한편, 각 매체사와의 협조체계를 구축해 광고의 과학화와 질적 향상을 도모할 계

획이다. 또한 매체수용자행태조사를 주기적으로 실시함으로써 매체구매에 대한 종합적인 가이드라인을 마련할 방침이다. 한편 광고주의 효율적인 매체집행 지원과 합리적인 단가 책정 등 KAA미디어현장의 후속작업과 함께, 일부 군소언론 및 인터넷언론을 중심으로 민원이 증가하고 있는 광고, 협찬을 위한 고의적인 허위, 과장 보도, 또는 반기업, 반시장경제 보도에 대해 적극적인 대응 방안을 마련할 방침이다. 아울러 광고주는 광고효과조사 데이터를 활용한 효율적인 광고집행이 관례화되도록 유도하여 공정한 광고거래질서 확립에 이바지할 방침이다.

3. 제작 부문

- 광고회사 보상제도 개선 및 파트너십 구축
- 광고모델 계약 및 모델료 기준 마련

광고주와 광고회사의 미래지향적인 파트너십 관계를 정립하기 위하여 노력해 나아갈 것이다. 이를 위해 대행사 보상제도 개선방안을 연구하는 한편, 대행사 선정, 관리, 평가 시스템을 마련해 광고주와 광고회사의 공동 발전 방향에 대해 연구할 계획이다.

또한 광고주의 유명 모델 선호도 심화와 모델료 급등 문제가 심각해지는 바, 회원들의 의견 수렴 및 법률자문과 공정거래위원회와 협조체계를 구축하여 합리적인 모델계약을 위한 표준 모델계약서(초안)를 마련하고, 업계의 공감대를 형성, 이를 활용케 할 방침이다.

4. 경제홍보 부문

- 자유시장경제제도 정착
- 반기업정서 해소

협회는 대국민 시장경제 홍보 및 반기업정서 해소가 무엇보다 중요하기에 그 일환으로 재계 공동의 기업 바로 알기 캠페인 전개가 필요하다고 보고 있다. 각 기업의 캠페인, 기업PR 광고, 각 경제단체의 경제 캠페인, 공익성 광고 등에 공동의 컨셉을 활용하여 우리 기업의 역할과 국가경제의 원동력을 제대로 알린다면 큰 시너지 효과를 창출할 수 있고, 또한 언론매체와의 협조체

계 구축을 통하여 시장경제 홍보 및 친기업정서 함양에 이바지할 것으로 기대된다.

한편 일부 유사언론의 기업 편향적 허위, 과장 보도, 또는 반기업, 반시장경제 보도에 대하여 대책안을 마련할 계획이다. 협회는 홍보위원회를 중심으로 회원사의 의견을 종합하여 재계 공동차원의 상시 모니터링 시스템 가동과, 포털사 및 정부, 검찰, 국회 등 관계기관과의 상호협조체계 마련 및 공동대응을 추진하는 한편, 회원사와 사이버언론 블랙리스트를 공유하는 등 다각적인 대책안을 모색할 방침이다.

5. 회원 부문

- 회원서비스 대폭 강화
- 광고자율규제시스템 정착 지원

협회는 회원서비스 강화를 위한 우선 방안으로 위원회를 활성화할 방침이다. 광고, 광고자율심의, 홍보위원회 외의 위원회 확대, 개편에 대하여 이사회와 운영위원회에서 시안을 검토할 것이다. 이러한 위원회의 활성화를 통하여 회원들 간의 커뮤니티를 공고히 하는 한편, 아울러 언론, 학회, 유관기관, 소비자단체, 언론 등과의 네트워크를 구축, 보다 긴밀한 협조체계를 마련할 계획이다. 또한 간담회 및 간담회를 정기적으로 개최하고, 회원들의 개별 역량 강화를 위한 광고전략, 홍보전략 워크숍 및 특별세미나를 통해 회원 각자의 자질 향상을 위한 교육 연수의 기회를 확대 제공할 방침이다.

다른 한편으로는 작년 6월 방송광고사전심의제도가 위헌으로 결정됨에 따라 매체별로 심의가 나누어진 방송광고에 대해 광고자율심의위원회를 중심으로 정부규제를 최소화하는 광고계 자율심의시스템 도입 방안을 연구 중에 있다. 협회는 현재 방송광고심의를 실시하며 회원들의 방송광고심의관련 업무를 지원하고 있다. 향후 광고심의회는 지상파TV, 케이블TV, IPTV, 신문, 인터넷 등을 통합한 민간자율심의시스템(SRO : Self-Regulatory Organization) 도입과 함께, 자율규제체계가 정착되는 것이 가장 바람직한 방향이라는 것이 광고계의 공통적인 의견이다.