

2010년 광고계를 돌아보며



임호균 | 한국광고주협회 사무총장

다사다난했던 한해가 저물어가고 있다. 광고계 역시 올 한해 많은 이슈와 변화가 있었다.

방송 미디어법이 2009년 7월 국회 본회의를 통과한데 이어 올해 초 국무회의 의결에 따라 지상파TV에서의 간접광고, 가상광고가 본격 시행되었다. 가상광고는 금년의 굵직한 스포츠 이벤트 특수와 맞물려 새로운 광고의 지평을 열기도 했다. 밴쿠버 동계올림픽, 남아공 월드컵, 광저우 아시안게임 등 스포츠 빅이벤트는 작년까 지 다소 침체되었던 광고시장에 활기를 불어넣기도 했다.

2010년은 ABC부수공사제도가 정상화의 길에 진입했다는 점에서 의미가 크다. 신문매체평가의 기초자료가 될 수 있는 ABC제도를 통해 내년도는 신문광고시장이 새로운 전환점을 맞이할 것으로 기대된다.

미디어 환경은 날이 갈수록 더욱 빠르게 변화되고 있다. 스마트폰의 보급률이 급속도로 확산됨에 따라 소셜 미디어는 폭발적인 인기를 누리며 마케팅 커뮤니케이션 톨로서의 역할도 크게 확산되고 있다.

한편으로는 인터넷매체의 발전과 맞물려 인터넷언론이 크게 증가함에 따라 그에 따른 부작용이 부각되기도 했다. 광고주협회가 이에 대한 문제를 제기, 세미나를 개최하기도 했지만, 인터넷언론의 무분별한 확산과 저질 기사의 양산, 지나친 광고 협찬 강요 등은 시급히 개선해야할 문제점으로 지적되고 있다.

우리 협회는 2009년부터 회원사에 미디어시장에 대한 종합적인 정보를 제공하고자 미디어리서치를 실시하여왔다. 특히 금년에는 스마트폰과 태블릿 PC가 시장의 큰 반향을 일으키고 있는 추세를 반영하고자 소셜 미디어에 대한 항목을 추가하여 조사하였다. '2010 미디어리서치' 조사는 소비자의 미디어 수용행태에 대한 자료로서 광고주의 효율적인 매체전략 수립은 물론, 광고 산업종사자의 매체정보 활용에 큰 도움이 될 것으로 기대된다.

올해 10주년을 맞은 한국광고주대회에서는 광고시장의 선순환적 성장을 위한 가이드라인을 제시했다. '2010 광고주선언'을 통해 기존의 불합리한 관행을 개선하고 미디어 영향력과 광고효과에 기반한 광고집행이 이루어질 수 있는 환경 조성을 천명하였다. 이는 광고주, 광고대행사, 매체사가 동반성장할 수 있는 이정표가 될 것이다.

내년은 종합편성 채널의 등장과 그로 인한 광고 확보 경쟁이 치열해질 전망이다. 전문가들은 내년도 광고시장은 특별한 이벤트나 호재가 없기 때문에 여러 경제연구소들이 전망하고 있는 4%대 경제성장을 고려하더라도, 올해 수준 정도에 머물 것으로 보고 있다. 따라서 일정 파이 안에서의 광고경쟁은 더욱 심화될 것이다. 보다 건전하고 발전지향적인 경쟁을 위해서는 광고환경의 선진화를 위한 노력에 광고계가 뜻을 모아야 할 것이다. 광고시장이 선순환 성장을 할 수 있는 시스템을 만들고 정착시킬 때 우리나라 광고산업의 발전을 기대할 수 있을 것이다.

차분하게 2010년을 마무리 하고, 다가오는 2011년의 힘찬 도약을 준비할 시기이다.