

광고산업 선순환 성장 위해 노력해야



정병철 한국광고주협회 회장

올해는 우리 대한민국이 21세기 문화, 예술, 스포츠 강국의 면모를 유감없이 보여준 한 해였습니다. 8월 런던올림픽에서는 종합 5위를 기록하며 원정 올림픽 사상 최고의 성적을 달성했는가 하면, 최근에는 K팝에 이어 '강남스타일'이 특유의 유머와 독창성으로 세계인의 관심과 주목을 받고 있습니다.

요즘 미국에서도 '한국인'이나 '한국어'가 등장하는 광고를 심심찮게 볼 수 있다고 합니다. 한국의 이미지를 광고 마케팅에 활용하는 것인데, 훌쩍 커진 한국의 위상을 느끼게 됩니다. 한류를 통해 세계로 퍼진 한국 문화, 그리고 높아진 한국의 경제적 위상이 코리아 브랜드의 가치를 높이고 있습니다.

이러한 성과는 기업과 국민 모두가 한 마음이 되어 합심한 노력의 결과입니다. 또한 세계 곳곳의 현장에서 한국 문화를 소개하고 알린 정부의 역할도 컸다고 생각합니다.

광고는 기업의 마케팅 수단이지만, 넓게는 시장 수요 촉진과 생산을 통해 경기를 부양하고 일자리를 창출하는 산업입니다. 이런 의미에서 협회는 지난 2001년부터 'Free Markets, Free Communication, Free Choice'를 모토로 한국광고주대회를 개최해오면서 광고의 중요성에 대한 공감대 형성과 광고산업 발전을 위해 노력해 왔습니다.

다매체 다채널의 미디어 환경 속에서, 협회는 앞으로도 광고산업의 선순환 성장을 위해 다양한 토론의 장을 만들고 그 해법을 제시하는 데 최선을 다할 것입니다. 기업의 반론과 해명을 적극적으로 게재하는 반론보도닷컴을 개설한 것도 그 때문입니다. 광고주와 매체사와 포털이 서로 존중하고 협의하는 가운데 사회적 책임을 다하는 새로운 광고문화를 확산시켜 나가야 합니다. 그런 점에서 최근 네이버와 다음이 기업권익보호위원회 등을 신설하고, 기업의 반론권을 보장하는 제도 개선에 적극 나선 것은 주목할 만한 변화입니다.

올 한해 협회 사업에 관심을 가져 주시고 성원해 주신 모든 분들께 진심으로 감사드립니다. **KAA**