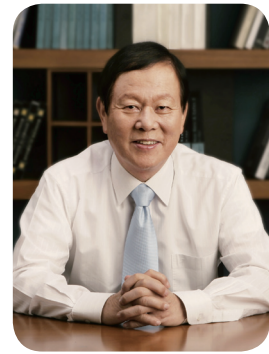


## 상생발전 위한 소통과 협력에 노력해야



한국광고주협회 회장 이정치

최근 들어 우리나라를 부르는 대표 수식어 중 하나는 ‘문화강국’입니다. ‘문화는 다른 산업에 가치를 더해주는 21세기의 연금술’이라는 표현처럼 각종 산업에 창의성을 불어넣으며 창조경제의 토대를 이루고 있습니다.

그 결과, 우리나라는 세계 10위권의 문화서비스 강국으로서 연간 외래 관광객 천만 명 돌파, 평창 동계올림픽 개최, 매년 2만 명의 귀화 신청 등 문화융성의 시대를 열고 있습니다. 더 나아가 세계 10위권의 경제대국으로 부상하였으니, 세계 속에 드높아진 대한민국의 위상을 실감하게 합니다.

광고 역시 문화, 경제의 발전에 지대한 공헌을 해왔습니다. 광고는 그 시대의 문화를 담고 소비자와의 소통에 가교 역할을 하는 동시에 우리 경제의 선순환 성장을 돕는 유통유 역할을 해왔습니다. 이처럼 광고는 기업의 마케팅 수단이지만 넓게는 생산을 촉진해 경기를 부양해 왔습니다.

그러나 최근 들어 광고산업이 성장침체로 어려움을 겪고 있는 것도 사실입니다. 올 한해 우리나라의 경제성장률이 세계 경제성장률에도 못 미칠 것으로 전망되는 가운데 광고시장은 이보다 낮은 2% 수준의 성장률에 그칠 것으로 예상되고 있습니다.

그래서 지금은 어느 때보다 광고주, 대행사, 매체 등 광고주체들 간의 상생발전을 위한 소통과 협력을 공고히 해야 하는 중요한 시기입니다. 협회는 지난 10월 한국광고주대회에서 ‘광고산업의 위기와 해법’을 주제로 광고 관련 규제의 문제점과 현실을 조망하고, 정책적 대안을 제시함으로써 광고계가 공동 발전하는 길을 모색하였습니다. 앞으로도 협회는 광고산업의 선순환 성장과 발전을 위해 다양한 토론의 장을 만들고 그 해법을 제시하는 데 최선을 다할 것입니다. 광고주는 물론 매체사, 광고대행사 등 광고인 모두가 이런 노력에 동참해 주시길 바랍니다.

올 한해 협회 사업에 관심 가져 주시고 성원해 주신 모든 분들께 진심으로 감사드립니다.

KAA