》 글 신인섭 중앙대학교 신문방송대학원 초빙교수 1929insshin@naver.com

WPP 소렐(Sorrell) 회장이 본 세계 광고산업 전망 10가지

지난 5월 8일-11일 나흘 동안 북경국제회의센터(China National Comnvention Center)에서는 약 1,500명이 참석한 제43차 국제광고협회(IAA) 세계광고대회가 개최되었다.

이 참관기는 주로 5월 9일 개회식 직후에 있었던 두 연사의 연설을 주로 해서 대회 이모저모를 살핀 것이다.

이번 대회의 주제는 'Innovation & Evolution'인데, 중국은 창의점량세계(創意点亮世界)라고 했다. '창의로 세계를 밝힌다'는 뜻이다. 4일간의 행사 기간에 첫날은 등록이고, 넷째 날은 중국 광고산업 전시회로 실제 발표는 이틀간이었다.

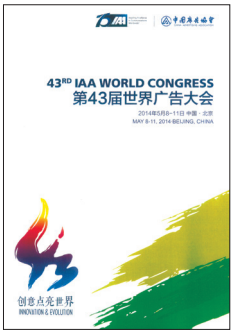
회의 첫날 개회식 행사가 끝나고 사실상 이번 대회 테마의 방향을 제시한 첫 연사는 세계 최대 광고회사그룹인 WPP(본사-영국) 회장으로 귀족 칭호를 받은 Sir Martin Sorrell(마틴 소렐경)이었다. 소렐 회장은 아마도 세계 광고계에서 가장 주목 받는 인사일 것이다. 지난 30년 기간 동안 무(無)에서 미국, 나아가서는 세계 굴지의 미국 광고회사 4개를 차례로 사들여 작년에만 188억 달러의 수입을 올리고, 세계 마케팅 커뮤니케이션 제국을 쌓아올린 업적 때문이다.

주최국이 중국이라는 이유도 있지만 소렐의 30분 연설에 뒤이은 연설은 중국 중앙TV방송(CCTV) 국장과 중국 5대 광고회사의 하나인 오길비&매더 회장 송질명(宋秩銘. T.B. Song)의 'This is China' 연설이었다. 송 회장은 원래 대만 오길비&매더 사장이었는데, 이 광고회사의 중국 진출과 함께 중국 본토로 진출한 중국 광고계 '거물'의 한 사람이다.

이번 호에서는 소렐 회장의 연설을 소개하고, 송 회장의 연설은 다음 호에 소개한다.

세계 경제 중심의 변동

소렐 회장 연설의 제목은 거시적 전망(Macro View)이



〈그림1〉 프로그램 표지

〈그림2〉 마틴 소렐 WPP 회장

〈그림3〉 T.B. Song 오길비&매더 회장

다. 그의 10 가지 전망 중 첫째는 세계 경제 중심의 변동인데, 세계는 동, 남, 동남으로 이동(Shift to East, and South and South East)한다고 했다. 이미 구문이 되다시피 한 브릭스(BRICS), 즉 세계 경제 중심으로 떠오르는 세력인 브라질, 러시아, 인도, 중국, 남아연맹을 유럽에서 보면 모두 동쪽이요, 남쪽이며, 또한 동남에 있다는 것이다.

그는 이 5개국 다음에 나타날 'NEXT 11'을 들었는데, 그 가운데에는 선진국 수준인 한국과, 신흥국 가운데 멕시코, 터키, 필리핀, 이집트, 인도네시아, 나이지리아, 파키스탄, 이란 등을 꼽았다. 이것은 WPP의 미래 전략과도 관련되는 전망이다. 터무니없는 말이 아니고 세계 광고비 추세에도 나타나는데, 세계 6개 지역 중 가장 성장률이 높은 지역은 아시아/태평양으로 5-8%이고, 역시 높은 성장을 보이는 지역은 중남미인 것이 나타나고 있다.

둘째, 시설은 과잉, 인재는 부족 - 라이프스타일 변화, 노령 인구이다.

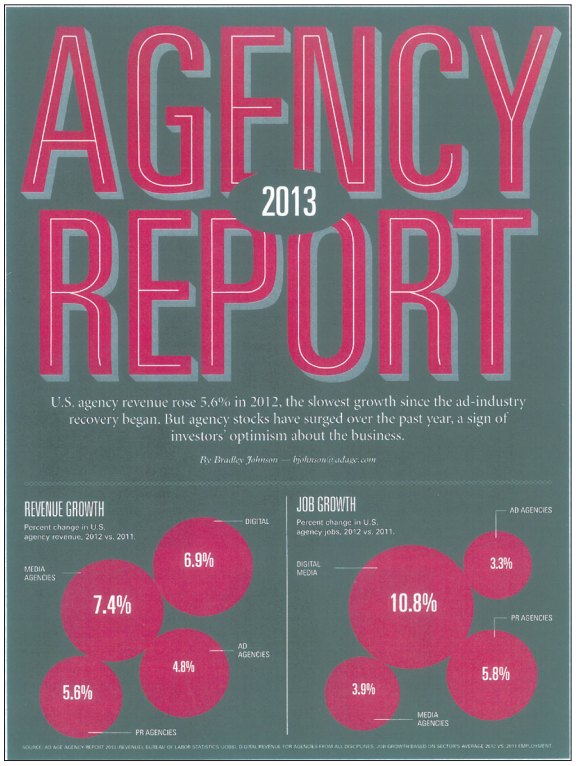
세계 광고비를 업종별로 볼 때 가장 많은 부문이 자동차인데, 자동차시장은 지금 과잉공급 상태이다. 치열한 경쟁이 예상되는 것은 당연하다. 그리고 여러 산업분야에서 훈련된 직원을 찾기가 힘들어지고 있다. 급속한 도시화는 이미 세계적인 추세이다. 특히 중국은 18%에서 40%에 이르는데 소요 기간이 겨우 20년이어서 선진국의 경우보다 훨씬 단기간에 도시화가 이루어졌다. 이것을 도식으로 하면 '도시화 → 맞벌이 증가 → 쇼핑 시간 부족 → 온라인 구매 증가'로 나타난다. 그 결과 광고에도 변화가 일어나게 되는데, 시간에 쪼들리는 소비자에게 도달할 방법을 찾아야 하기 때문이다. 아울러 중국의 경우 2010년대 10년 기간에 60세 이상 인구는 44%에 도달하는 한편 15-59세 인구는 2% 감소가 예상되고 있다. 노령인구의 증가는 또 다른 과제로 제기되고 있다.

디지털화, 빅 데이터 활용을 위한 협업 필수

셋째, 떠오르는 웹(Rise & Rise of the Web)이다. 간단히 말해서 디지털화이다. 약10년 전 WPP에는 디지털 수입이란 없었다. 작년에는 30%가 되었다. 미국뿐 아니라 세계적인 미국의 광고전문 주간지 'Advertising Age' 2013년 연례 광고회사 특집에는 〈그림4〉와 같은 표가 나와 있는데, 사업부문별 성장률에서 미디어 에이전시 7.4%, 디지털 6.9%, PR 5.6%, 광고 4.8%였고, 인원 증가에서 디지털은 10.8%, PR 5.8%, 미디어 에이전시 3.9%, 광고 3.3%였다. 광고산업이 나갈 방향이 분명해진다.

넷째가 소매의 힘 증대(Growth of Retail Power)이다. 이제 소비자는 손쉽게 고른 품질 좋은 제품을 값싸게 직접 전달받는 시대가 되었으며 대형 소매점과 직결되기에 이르렀다. 과거의 '제조업 > 유통업'이 아니라 '유통업/온라인 판매 > 제조업'의 도식으로 바뀌어 가고 있다. 다시 광고산업이 변할 수밖에 없는 상황이 벌어지고 있다.

다섯째는 내부 커뮤니케이션의 중요성 - 데이터이다. 광고산업 전반적인 분제이며, 특히 광고대행사가 주목해야 할 일이다. 등장한지 겨우 2년밖에 안 된 Big Data라는 말은 이제 현실이 되었다. 그리고 빅 데이터의 성공적인 적용을 위해서는 내부 협동이 필수적이다. 마케팅 부문의 여러 부서에 필요한 갖가지 데이터를 발굴, 조사, 분석, 평가해서 마케팅에 쓸 수 있도록 하는 과정은 한 부서만의 힘으



〈그림4〉 Advertising Age 2013년 4월 29일

로는 안 된다. 협업(協業)이 필수이다. 그러려면 각기 다른 임무를 가진 부서가 서로 의논해야 하며 내부 커뮤니케이션이 반드시 필요하다. 본사내의 횡적 협업뿐 아니라 세계 각 지역의 지사와의 종적인 협업이 필요하다. 특히 문화와 깊이 관련된 브랜드의 경우 시장별 뉘앙스를 찾아서 기본 전략 집행에 반영해야 글로벌 캠페인은 성공할 수가 있다.

재무와 마케팅의 균형, 기업의 사회적 책임, 산업의 통합에 대한 연구 필요

여섯째는 글로벌 및 지역 구조 - 떠오르는 나이지리아(Global and Local Structures - The Rise of Africa)이다. 첫 번째 추세에서도 언급했지만 아프리카에서 주목할 나라는 나이지리아다. 한 조사에 의하면 2010-2050년 기간에 세계 시장에서 가장 성장이 빠를 나라가 나이지리아라고 했는데, 2011-2014년 기간의 경제성장률은 6.8-7.8%였다. 그리고 이 나라에는 1.7억의 인구 및 세계 10위라는 석유 자원이 있다.

일곱째가 재무와 마케팅의 균형이다(Relative Power of Finance & Marketing). 주로 미국에서 시행하는 제도로서 모든 지출 항목에 대해 구매담당관(Procurement Officer)이 관여한다. 그 가운데는 광고 크리에이티브에 대한 가격 조사도 있는데, 문화 예술 등 창의성과 관련되는 분야에 대한 적정가격 제정이란 매우 힘든 일로서 연구가 필요한 분야이다. 재무 기준의 마케팅 분야에 대한 균형 잡힌 연구가 필요하다.

여덟째, 정부의 힘(The Power of Government)인데 이것은 중국이 주최국이라는 점을 염두에 둔 듯 하나 기타 신흥국의 경우에도 해당된다. 정부 부서가 광고주가 되는 경우가 증가하고 있어서 연구가 필요한 부문으로 등장하고 있다.

아홉째, 사회적 책임 수용(The Acceptance of Social Responsibility)이다. 전세계적인 현상으로 특히 글로벌 기업인 해당 시장의 공동체와 함께 성장한다는 생각 없이는 기업이 생존할 수 없는 시대로 바뀌었다.

마지막이 산업의 통합(Industry Consolidation)으로 세계적인 현상이다. IT 기술의 눈부신 발전과 우수죽순처럼 늘어나는 테크 기업, 그리고 폭증하는 온라인 미디어 때문에 소비자를 붙잡는다는 것은 더욱 힘들어지고 있다. 그 결과 창의성 외에 최신 통신기술이 만들어 내는 매체에 대한 연구, 조사 없이는 생존할 수가 없게 되었으며, 통합을 하지 않을 수 없는 시대가 되었다.

WPP는 작년에 65개 대소 M&A를 했다. 즉 마틴 소렐은 작년에 매주 1건이 넘는 인수, 합병을 했다는 것이다. 비슷한 통합은 그 밖의 큰 광고회사도 하고 있다. KAA