

국민에게는 용기와 힘을, 경제에는 활력을 불어넣는 것이 ‘광고’의 역할



다사다난했던 경자년(庚子年)도 이제 한 달을 남겨두고 있습니다.

올해는 예기치 못한 코로나19 확산으로 많은 어려움을 겪었습니다. 국가 및 지역 간 이동이 제한됐고, 소비와 생산이 위축됐으며, 비대면 활동의 일상화로 회원사 여러분을 포함한 모두가 현장 업무에 차질이 많았을 것으로 생각합니다.

이런 속에서 광고주협회는 지난 5월 ‘국민이 선택한 좋은광고상’ 시상식을 통해 서로를 배려하고 응원하는 공감의 메시지를 전했습니다. 가을에는 ‘광고주대회 온라인 컨퍼런스’를 개최해 디지털·언택트 트렌드를 분석하는 한편 광고 마케팅 시장에서 보다 정교해진 데이터의 활용 방법을 제시하며 광고 산업 발전과 선진 문화 정착을 논의하는 공론의 장을 마련했습니다.

광고는 기업의 마케팅 수단이기도 하지만, 넓게는 생산과 소비를 촉진해 국가 경제의 선순환 성장을 견인하고, 우리 국민에게 용기와 힘을 주는 문화콘텐츠로서 오랜 시간동안 그 역할을 다해왔습니다.

그런 의미에서 대한민국의 새로운 것, 자랑할 것, 놀라운 일들을 좋은 광고로 제작해 우리 사회 곳곳에 “다시금 할 수 있다”는 의지를 심고 전파하는 것이야말로 광고인들에게 주어진 시대적 사명이라고 하겠습니다.

“아무리 긴 터널이라도 끝이 보인다”고 했습니다. 신년에는 백신 개발과 더불어 우리 일상이 다시 제자리로 돌아오길 희망합니다.

앞으로도 광고주협회는 회원사 권익에 최우선을 두고 적극적인 활동을 통해 우리 기업이 광고를 통해 전 세계인의 사랑을 받으며 글로벌 시장에 우뚝 서고, 안으로는 경기 회복과 일자리 창출의 원동력이 될 수 있도록 최선을 다해 나갈 것입니다.

올 한해 협회 활동에 많은 관심과 애정을 보내주신 분들께 감사의 말씀을 드립니다. 송구영신(送舊迎新)이란 말처럼 신년에 계획하고 다짐했던 모든 일들 마무리 잘 하시고, 다가오는 신축년(辛丑年) 새해에는 건강과 행운이 더욱 충만하시길 기원합니다.

한국광고주협회 회장

이정래