



● 특집

# 방송광고 GRPs 보장판매의 당위성



2011년 광고주들이 가장 주목하고 있는 이슈는 종편채널 출범에 따른 광고판매방식과 단가책정이다. 종편채널 사업자들의 광고영업을 위한 물밑작업은 이미 시작됐고, 프로그램 제작은커녕 채널도 확정되지 않은 상황에서 종편채널 광고판매와 단가 수준에 대한 광고계 전반의 관심과 우려가 크다. 업계에서는 미디어 경쟁체제 도입을 앞두고 있는 시점에서 결국 우리나라 방송광고 판매 역시 광고 선진국과 마찬가지로 GRPs를 보장하는 판매가 이루어져야 한다는 목소리가 크다. 미국, 영국, 프랑스 등을 비롯한 광고 선진국에서는 시장의 수요와 공급 원칙, 그리고 경쟁논리와 광고효과에 입각한 광고판매와 가격 결정이 일반적이다. 이에 광고 선진국의 판매방식이 주는 시사점을 찾아보고, 합리적인 GRPs 보장판매의 도입을 위한 방안 등에 대해 살펴본다. <편집실>

