

## 경제와 산업 변화를 선도하고, 국민에게는 용기와 힘을 주는 것이 ‘광고’의 역할



다사다난했던 신축년(辛丑年)도 이제 한 달을 남겨두고 있습니다.

코로나 팬데믹 2년차를 맞이한 올해는 많은 어려움 속에서도 신속한 백신 보급·접종과 함께 대부분의 산업이 비대면 환경에 적응하며 조금씩 일상으로 제자리를 되찾아가고 있습니다.

이런 속에서 광고주협회는 지난 3월 ‘국민이 선택한 좋은 광고상’ 시상식을 통해 서로를 배려하고 응원하는 공감의 메시지를 전했습니다. 가을에는 ‘광고, 일상으로의 초대’를 주제로 <2021 한국광고주대회>를 개최해 디지털·언택트 마케팅 환경에 따른 광고 전략을 분석하고, 광고 마케팅 시장에서 보다 정교해진 데이터의 활용 방법을 제시하며 광고 산업 발전과 선진 문화 정착을 논의하는 공론의 장을 마련했습니다.

‘광고는 시장경제의 꽃’이라고 합니다. 광고는 기업의 마케팅 수단이기도 하지만, 생산과 소비를 촉진해 경제 성장을 이끌고, 우리 국민에게 용기와 힘을 주는 문화콘텐츠로서 오랜 시간 동안 그 역할을 다해왔습니다. 무엇보다 나라와 국경을 넘어 기업 제품의 이미지를 고양시키는 한편, 미디어 산업의 변화와 발전을 견인해 나가는 우리 경제의 중요한 한 축을 담당하고 있습니다.

그런 의미에서 광고와 광고인의 역할은 미디어가 건강한 경쟁을 통해 질 좋은 콘텐츠를 만들어내고, 이를 바탕으로 우리 기업이 과학적인 광고 집행을 통해 높은 광고 효과를 누릴 수 있는 환경을 조성하는 것이라고 생각합니다.

이에 우리 협회는 앞으로도 회원사 권익에 최우선을 두고 적극적으로 활동해 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 드리며, 다가오는 임인년(壬寅年) 새해에는 건강과 행운이 더욱 충만하시길 기원합니다.