



# 미국 상업인쇄 월 평균 성장을 2009년 16% 하락 올해 2~3% 성장 예상

미국의 경제가 가파른 불황에서 회복되면서 호전되고 있는 가운데, 올해 인쇄산업 역시 상당부분 회복될 것으로 예상된다. 경제와 상업광고 산업의 지표는 상승 방향으로 움직이고 있다. 우리가 작년 대부분의 기간에 경험한 것보다 확실히 호전되고 있다. 하지만 개인 회사들이 느끼는 경제는 다르다. 불황은 시장의 재분배를 초래했고 인터넷과 디지털화에 따른 가격하락만이 있을 뿐이다. 때문에 개인 회사들 스스로는 “경제회복에 전적으로 참여하고 재분배의 바른 측면에서 두각을 나타내기 위해 우리는 무엇을 해야 하는가?”라는 질문을 던져야 한다.

## 가장 우려하는 것은 “경제”

매우 미약하기는 하나, NAPL(National Association for Printing Leadership) 인쇄 산업 지표는 바른 방향으로 움직이고 있다. NAPL지표는 현 인쇄 산업의 상태 및 향후 전망, 가격 그리고 상업적 인쇄활동의 단일 측정에 따른 수익성 등을 포함하는 여러 요소를 나타낸다. 2009년 NAPL 인쇄 산업 지표에서는 종이에 인쇄하는 분야 뿐 아니라 모든 상업인쇄의 매출이 급감했다. 2008년도의 4% 하락보다 더 높은 약 16%의 기록적 하락을 보였다. 경제

가 급격히 하락했던 것을 감안하면 그다지 놀랄 일이 아니다. 2009년 중반, 사실상 모든 분야가 경제를 우려했다. NAPL 2009년 산업조사에서 10명중 9명 이상(91.8%)이 “귀하가 가장 우려하는 것은 무엇입니까?”라는 질문에 “경제”라고 답했으며 “수익성 유지”(71.3%), “감소하는 단골 고객”(40.8%) 그리고 “가격 유지”(39.4%)가 그 뒤를 이었다.

## 2010년 전망

1월말에 발표된 2009년 4분기의 GDP 결과는 물가 변동을 조정한 후 약 4%의 증가를 보였으며 이는 지난 분기에 비해 약 2배 정도 증가했다. 이것을 경제 회복이라고 규정할 수는 없겠지만, 이런 증가

## 미국-결산 및 올해 전망

는 우리가 경험한 가파른 하락세보다 분명히 나은 결과다. 국가의 상위 경제 학자들의 모임인 블루 칩 경제 지표의 2010년도 여론 예측은 2009년 4월의 1.8%에서 이번 1월에는 2.8%로 점차 개선되었다. 지속적인 상향 수정은 2010년의 경제 회복이 현재의 예상보다 다소 강세를 보일 것이라고 시사한다. 다시 말해 전망의 위험은 위로 이동했을 수도 있으며 이는 미국 경제의 탄력성에 대한 증거다. 하지만 우리는 '회복의 자기만족'에 빠지는 것을 경계해야 한다.

인쇄산업은 예전의 모습으로 돌아갈 수 없을 것이다. 상업인쇄산업의 매출은 2010년에 2~3% 정도 상승할 것으로 예상된다. 회복세인 것은 분명하나 이 정도로는 과거의 하락을 만회하기에 분명히 충분하지 않다. 물가 압력과 함께 수익성 문제로 인해 경기 회복세는 처음에는 완만하게 진행될 것이다. 그리고 기억해야 할 부분이 있다.

인쇄업의 회복이 어느정도 된 이후에도, 지속적인 성장에 대해서는 좀 더 고민해봐야 하는 것이 지금 인쇄산업이 가진 특성이다.

**우리는 무엇을 하고 있는가?**

경기회복을 위해 우리는 무엇보다 생산성을 극대화하고 비용을 최소화하는데 주의를 기울여야 한다. 경기회복으로 인해 어느 정도의 여지가 생길 것이라고 생각해서는 안 된다. 우리가 물어야 할 주요 질문은 경제의 힘이나 인쇄 매출의 수준에 대한 것이 아니라, 다음과 같은 것이다.

“우리는 6개월 전과 비교하여 현재 무엇을 하고 있는가?”

“우리는 지금과 비교하여 6개월 후에는 무엇을 더 잘 할 수 있는가?”

“우리는 우리의 고객에게 어떻게 더 가치 있는 존재가 될 수 있는가?”

이런 질문이나 이와 유사한 질문을 제기하는 것은 바람직한 첫걸음이다. 그러나 실행과 집행이 없다면 단지 생각으로만 그친다는 것을 알아야 한다. 모든 제안과 발의는 시장 재분배의 맥락에서 보아야 한다. 시장과 함께 성장하거나 가변적(可變的) 내용의 디지털, Web-to-print, 그리고 1:1 마케팅 같은 이른바 핫 마켓에 단순히 서비스를 추가하여 성장하는 것에 의지해서는 안 된다. 2009년 11월의 NAPL 산업 조사 참여자들은 어느 부문이 가장 빠르게 성장할 것으로 예상되는지 질문을 받았을 때 '가변 디지털' 서비스에 대해 가장 많이 언급했다. 고객이 자신들의 고객과 더욱 효과적으로 의사소통 하도록 돕는 프로그램으로 서비스를 통합하는 것이 중요하다.

올해 어떻게 인쇄산업이 바뀌든 관망하는 사고방식에서 탈피해야 하는 것은 분명하다. 그래픽 커뮤니케이션 회사의 전체적인 영업 환경은 올해 뿐 아니라 내년에도 험난할 것이다. 어려움에도 불구하고 기회는 찾아올 것이다. ☺

출처\_www.printingnews.com (미국) 번역\_박성권 기자 vovsys@print.or.kr

