

郵電省, 개혁을 앞두고 활발한 PR

—프랑스—

지난 3월 13일 우전성의 광고가 프랑스 국내신문에 게재되었다. 그것은 「모든 국민 여러분과 계약을 맺고자합니다」라는 제목으로 시작하는 다음과 같은 내용이다. 『장래의 더 좋은 커뮤니케이션을 지향하는 계약.

커뮤니케이션은 우리들 장래의 열쇠를 쥐는 것이다. 밝은 미래를 갖기 위해 우정총국과 프랑스·텔레콤의 수십만의 직원은 한마음이 되어 여러 가지로 생각하여왔습니다. 여러분으로부터 수천통의 질문서를 통하여 각각의 입장에서 의견을 들었습니다. 이와 같은 대화나 토론회를 통하여 새로운 세대의 공공사업을 가능케하는 개혁안이 탄생된 것입니다.

개혁안은 다음 국회에 제출됩니다. 우리들은 모든 프랑스국민 여러분과의 계약이 장래를 바라보는 시대에 알맞는 다음과 같은 것이어야 한다고 생각하고 있습니다.

- 우정총국과 프랑스·텔레콤이라고 하는 공공사업과 이용자와 새로운 관계를 명확히 하는 계약
- 더 유연하고 튼튼한 유대로 맺어지고 항상 이용자와 가깝게 있으면서 모든 사업의 직원이 경쟁력을 갖도록

하고 있는 공공사업과 계약

- 더 개방적으로 구라파 및 전 세계의 경쟁에 눈을 돌린 공공사업과의 계약

이와 같이하여 프랑스는 커뮤니케이션 분야에서 세계 제일선에서 국민 한사람 한사람의 더 좋은 커뮤니케이션을 가능케할 것이다.』

한편 미니텔을 사용하여 TV 전화로서 아이의 탄생을 알리고 있는 「기쁨에 넘친 생활」의 분위기를 자아내고 있는 45초의 스포츠광고가 3월 12일부터 모든 채널에서 나가고 있다.

이번 캠페인은 앞서 우전성직원을 대상으로 행하여진 대규모의 PR 캠페인의 후속적인 것으로서 우전성의 개혁을 국민들에게 더 상세하게 이해시키고자하는 것이다. 2000만프랑의 예산으로 3월말까지 단기간에 밀도 높은 캠페인이 전개되었다.

키레스우정장관의 정책은 민주주의, 공개, 커뮤니케이션이 기본으로 되어있다.

8000회 이상의 토론회를 통하여 직원의 의견에 귀를 기울이고 프레보報告(전 국가계획위원장 프레보씨가 우전장관으로부터 의뢰를 받아 작성한 프랑스 우전성의

장래에 관한 보고서)에 대해 보내진 수많은 질문장 등에 우정장관의 자세가 강하게 나타나고 있다.

이번 캠페인에서는 「장래의 더 나은 커뮤니케이션을 지향한 계약」이라는 머리문안이 사용되고 있다.

광고에는 레이저광선을 잡고 있는 귀여운 갓난아기나 光화이버를 꽃다발모양으로 한 것을 안고 있는 여자아이가 등장하고 있다. 「新世代의 公共事業심벌」이라 할 것이다.

(우정, 1990.5)