

우리나라의 디자인 경쟁력 강화를 위한 디자인정책 연구
- 이탈리아의 Clusters System을 중심으로

A Study on the Design Policy Reinforcing Korea's design Competitiveness
- Focusing on Clusters System in Italia

천정임 (Cheon, Jeong-Im)

충북과학대학 디지털디자인과

변추석 (Byun, Choo-suk)

국민대학교 테크노디자인대학원 퓨전디자인학과

이 논문은 충북과학대학 2001년도 교내학술연구 지원비에 의하여 연구되었음

1. 서론

2. 이탈리아의 디자인산업의 배경

- 2-1 자연환경
- 2-2 역사와 문화
- 2-3 경제의 특징
- 2-4 주요산업

3. 이탈리아 산업집단(Clusters System)과 중소기업

- 3-1 산업집단의 생산시스템
- 3-2 중소기업의 특징
- 3-3 정부의 One System 정책
- 3-4 대표기업

4. 우리나라 디자인정책의 현황

- 4-1 디자인산업의 현황
- 4-2 중소기업의 현실
- 4-3 이탈리아와의 비교

5. 우리나라의 경쟁력 강화를 위한 디자인정책

6. Clusters System과 우리나라의 디자인정책

7. 결론

참고문헌

· 연구논문(研究論文 Original Articles)

(要約)

이탈리아는 1980년대에 경제적 공황기를 맞이하였으나 국민적인 단합과 디자인을 통한 산업의 발전적 도약을 이루어 세계적인 디자인 강국이 되었다. 특히 이탈리아는 Clusters System이라는 단계별 구조 속에서 중소기업들이 각 지역에서 동 업종에 의해 집적되어있고, 유연성, 상상력, 과단성이 있는 중소기업의 탄력적인 경영 방식, 가족 경영, 컨소시엄의 발전 등이 특징이다. 이러한 이탈리아의 디자인 경쟁력 강화 요인들을 도입하여 우리나라의 디자인 산업의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 방안을 연구하였다. 우리나라는 장인정신, 혈연중시, 지역특성을 지니고 있으므로 지역의 특산품과 전통공예품 등을 상품화하여 세계화시킬 수 있고, 생산과정의 전문화된 구조와 중소기업간의 컨소시엄으로 경제적 효율을 높일 수 있고, 소비자와 생산자를 긴밀하게 연결시켜 시장에서 경쟁력을 키운다면 우리나라도 디자인 강국이 될 수 있다.

(Abstract)

In the 1980s, even though Italy faced economic depression, Italy (she), now, internationally became a strong nation with its best design by national unity and the developmental leap of industry through design. In Italy, especially, small and medium enterprises are accumulated by the same business in each area on the structure of a Cluster system. Italy has some characteristics that being the Italians' elastic way of management, family management and development of a consortium of small and medium enterprises, which have flexibility, imagination and decisiveness. We have to bring these intensified factors of design competitiveness to our country so that we should form the union in order to have a monopoly of specific enterprises based on the specialized technology of small and medium enterprises innovating the structure of a small quantity production having developmental flexibility. We also heighten the sense of designer and publics by achieving social opinion and cultural revival. Moreover, the mind of managers has to be changed more aggressively. Finally, the actual policy of design will be established and performed, and design-company (enterprises) and the industrial economy will generally develop when we activate the structure of the industry centered on small and medium enterprises and design-related association that is united and participates in the establishment of design policy.

(Keyword)

Italia, Design Policies, Clusters System

1. 서론

디자인은 전세계적으로 사회적 이슈가 되어 많은 관련 행사와 투자가 이루어지고 있으나 무엇보다도 선행되어야 할 것은 정책적인 지원이 이루어져야 하며, 안정되고 성공적인 디자인을 위해서 일관성 있는 정책이 필요하다. 그러므로 본 연구에서는 우리나라와 경제적 여건과 기타 조건의 유사성이 많은 이탈리아의 디자인 정책 사례를 조사하고 연구하여, 우리나라의 현실에 적합한 정책을 수립하여 실행할 수 있는 기회를 만들어 우리나라의 디자인 경쟁력을 강화시키고자 한다.

유럽의 중남부에 위치한 이탈리아는 반도국가라는 지리적 여건과 국민성, 자원의 부족, 많은 중소기업 등이 우리나라와 비슷하다. 이탈리아의 디자인 정책은 전통을 중시하는 산업과 수공업 제품의 해외수출, 중소기업의 발달과 중소기업들의 협력적인 산업 시스템인 Clusters System, 국제적 규모의 전시회 지원, 디자인 리더십을 가르치는 교육제도 등의 특성으로 문화적 독창성이 뛰어난 많은 명품을 지닌 세계적인 디자인 국가이다. 이러한 이탈리아는 1970-1980년에 걸친 경제적 공황기를 국민적 단합과 디자인을 통하여 극복하였다. 우리나라는 초기 산업의 발전적 상승을 이루다가 IMF라는 타격을 맞고 경제적 불안정 상태를 이루고 있으므로 이탈리아의 발전 요인을 찾아서 중소기업 중심의 산업구조로 활성화하고 디자인관련 단체와 기업, 정부의 유기적인 협력을 꾀한다면 디자인업계뿐만 아니라 산업경제 전반적으로 발전을 이룰 수 있을 것이다.

연구방법으로는 이탈리아의 지리적, 문화적 여건과 경제, 산업 등의 여건을 알아보고, 디자인 산업의 발전 요인을 추출하여 우리나라와 비교 평가한다. 특히 산업의 생산시스템인 Clusters System과 중소기업의 장단점을 연구하여 우리나라의 디자인 경쟁력을 강화시키기 위한 디자인 정책을 제시하는 것을 연구의 목표로 한다.

2. 이탈리아의 디자인산업의 배경

이탈리아는 1980년대의 경제적 공황기를 국민적인 단합과 디자인을 통한 산업의 발전적 도약을 이루어 지금은 세계적인 디자인 강국이 되었고, 경제적 부흥을 맞이한 국가이다. 이탈리아의 통화 단위는 리라(Li)이고 1,800 리라가 1달러 정도의 가치가 있다. 현재 이탈리아는 5천7백만명의 인구로 1인당 국민 소득은 거의 22,000\$이며 세계의 문화, 경제에서 매우 중요한 역할을 담당하고 있다. 다양한 무역 분야에서 세계적인 선두주자의 위치를 유지하고 있다. 유럽의 다른 나라에 비하여 자원과 기술이 부족함에도 불구하고 교육, 문화적 홍보 등을 통하여 디자인을 국가 경쟁력의 수단으로 삼아서 국제사회에서 경쟁해 온 이탈리아는 미래 지향적이고 세계적인 디자인 문화의 주축이 되면서 우리나라와 비슷한 생산의 40% 이상의 제품을 수출하고 있다.

2-1 자연환경

이탈리아는 북쪽 알프스 산맥을 경계로 프랑스, 스위스, 오스트리아와 국경을 이루고 있다. 그외 3면은 지중해에 둘러싸여 있으며, 남북길이가 약 1,200km로 장화모양을 한 반

도국가이다. 이중에 토리노, 밀라노와 항만도시인 제노바를 잇는 삼각지대가 이탈리아 경제의 중심지이다.

이탈리아의 기후는 고온건조, 저온다습한 지중해성 기후가 지배적이다. 특히 북부의 밀라노나 베네치아는 겨울에 안개가 많으며, 밀라노는 분지를 이루고 있어 여름은 덥고 겨울은 아주 춥다. 이탈리아 반도는 이베리아, 발칸 반도와 함께 남유럽의 3대 반도에 포함되지만 다른 반도와는 달리 동, 서 지중해 사이에 위치해 있어 가장 유럽적인 자연과 문화를 지닌 곳이다. 이탈리아의 국토는 지형적인 면에서 북부쪽의 대륙부, 평야부, 반도부, 도서(島嶼)부로 나눌 수 있다. 대륙부는 알프스산맥쪽, 평야부는 포평원, 반도부는 중남부 지대, 도서부는 시칠리아섬과 사르데냐섬, 엘바섬, 스트론보리섬을 포함한 70여개의 섬이다. 총 면적은 30만 1,278 km²이며 국토의 83%가 대륙과 반도, 17%가 섬으로 되어 있다.¹⁾

2-2 역사와 문화

1) 역사적 배경

송아지의 땅이라는 뜻의 이탈리아라는 이름은 고대 이탈리아어 Vitelia에서 유래한다. 공식적인 명칭은 이탈리아 공화국(영문 표기: REPUBLIC OF ITALY, 이탈리아어 표기: REPUBBLICA ITALIANA)이다.

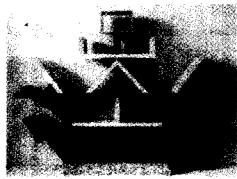
이탈리아인은 BC753 - AD476년 사이에 번영한 로마인의 피를 받았다. 로마제국은 그리스 다음의 서양문명의 중심지로 번영을 누리다가 476년 서로마 제국의 멸망과 함께 로마는 막을 내리게 된다. 이후 비잔틴제국, 프랑크왕국, 신성로마제국의 지배하에 놓이게 된다. 중세 암흑 시대를 지나 13-14세기에 걸쳐 문예부흥 시대가 피렌체를 중심으로 펼쳐진다. 그 뒤 혁명 후 여러 도시국가로 분립되었으나 1870년 빅토리오 엠마누엘 2세가 통일시켜 이탈리아 왕국을 탄생시켰다. 제 1차 세계대전에서 연합국 측에서 승전하였으나 경제적 파탄과 사회불안을 초래하여 무솔리니가 이끄는 파시스트당이 독재를 하였다. 제 2차 세계대전에서 패배한 후 1946년 국민투표에 의해 공화국이 되었다.

2) 진보적이며 비판적인 문화

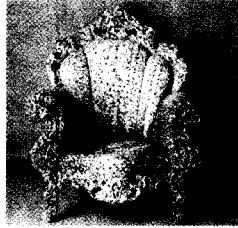
미래파 운동과 기계미학의 기능주의적 디자인 개발로 정부의 지지를 받으면서 시작된 이탈리아 디자인은 격식을 파피하는 뛰어난 상상력을 가지고 있다. 기능주의가 디자인의 기준일 때에도 가장 먼저 이탈리아에서 반격하였다. 그 대표적인 예가 1980년대 초 '멤피스'에 의해 주도된 반 디자인(anti-design) 운동이다. 반디자인은 1960년대 후반부터 에토레 소트사스(Ettore Sottsass, 그림1), 알렉산드로 멘디니(Alessandro Mendini, 그림2) 등이 중심이 되어 대중적 취향과 일상적 사물에 관심을 가졌다. 알키미아(Alchymia), 멤피스(Memphis) 등의 스튜디오를 통해 활동하며 포스트 모던디자인의 주류가 되었다.²⁾ 이 운동은 현대 디자인을 변화시킨 계기로 여겨진다.

1) 이태리무역공사, <http://www.iceseoul.co.kr>

2) 디자인사전, 조영제외, 안그라픽스, 2000, 100면



(그림1) Ettore Sottsass, Carlton, 1980



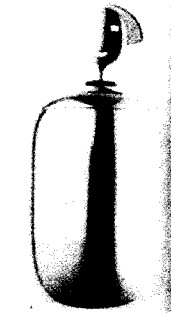
(그림2) Alessandro Mendini, Poltrona di proust, 1979

3) 유희적인 문화

열정적인 국민성과 전통을 중시하는 문화는 예술적인 감각을 선천적으로 타고난 디자이너를 배출하였고, 이탈리아의 중소기업들이 유희적인 디자인으로 틈새시장에서 독자적이고 전문적인 기술을 개발하는 밑거름이 되었다. 알레시(Alessi)사의 주방용품(그림3과4)을 보면 낙천적이고 재미있는 이탈리아 디자인의 특징을 잘 보여준다. 알레시의 디자인은 주방의 분위기를 바꾸어 놓았으며 재미있는 아름다움을 느낄 수 있다. (그림4)는 알레시의 안나 박스(Anna Box, 부엌용상자)로 알레산드로 멘디니가 1999년에 제작하였다. (그림5)는 가네타노 페세의 작품으로 기능주의를 초월하고 사물을 하나의 표현 수단으로 사용하였다.³⁾



(그림3) Press Filter, M. Graves



(그림4) Alessandro Mendini, 1999



(그림5) Getano Pesce, Sansonedue, Green Street Chair, 1987

4) 대중적인 디자인과 예술

도시 전체가 하나의 박물관과 같은 로마를 비롯하여 지방 소도시까지 이탈리아인들은 예술과 더불어 생활하고 있다. 아방가르드 시대 이후에 열렸던 많은 전시회와 퍼포먼스에서 디자인 및 예술에서 정체성을 타파하고 일상 생활 속에서의 새로운 의미를 찾고자 하는 움직임으로, 예술과 친화

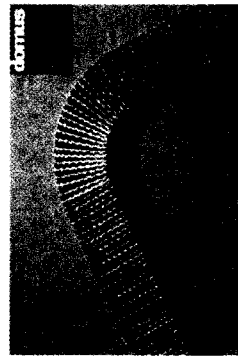
3) LESS & MORE 전시회, 프랑수아 국립현대미술기금 디자인 소장품, 1980-2000, 과천 국립현대미술관, 2002. 3. 9 - 5. 3

도가 높은 이탈리아 대중의 지지기반을 확보하여 예술을 통한 사회변혁에 성공할 수 있었다.⁴⁾ 1976년 데니스 산타치아라는 첨단 기술의 잠재력과 미학적 활용(그림6)으로 신 기술과 신소재로 주거공간에 꿈과 몽환성을 구현하였다.

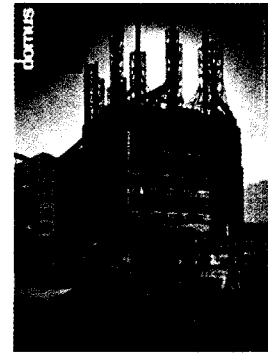


(그림6) Denis Santachiara, Portafrutta, 1989

1950년대 지오 폰티(Gio Ponti, 1892~1972)가 만든 <도무스(Domus)> 등의 디자인 전문잡지(그림7과8)의 발행은 세계의 리더역할을 하며 디자인 부흥을 이끌었다.



(그림7) 2002년 1월호 도무스(Domus)지의 표지



(그림8) 2001년 7월호 도무스(Domus)지의 표지

2-3 경제의 특징

이탈리아의 경제를 흔히들 '불가사의한 경제'라고 한다. 50년 전에는 농업이 전체 노동인구의 50%, 국민소득의 30%를 차지했다. 제 2차 세계대전 이후 1950년대에는 에너지, 철강, 화학, 자동차, 기계와 건설 등 중공업 분야에서 대기업들에 의해 경제 개발이 일어났으며 최근 15년 동안 이태리의 경쟁력은 강력한 수출 주도 정책과 탄력적인 산업 구조에 의해 성장했다. 1960년대 이탈리아는 기적이라 부를만한 경제성장을 이루었으나 1970년대에는 거액의 재정 적자와 대외 채무로 고통을 받았으나 1980년대에는 '이탈리아 경제의 르네상스', '제2의 기적의 성장'이 시작되었다.

1) 이탈리아 경제의 세 가지의 특징

① 공(公)기업과 소수의 사(私)기업

이탈리아 중소기업은 국가의 기반 산업에서 중추적인 역할을 하고 있지만, 그 이면에는 국가의 기반 산업을 중심으로 거대한 공기업과 사기업이 막강한 영향력을 갖고 있다. 이탈리아 경제는 전후 지속적으로 정치와 밀접하게 연결되어

4) 엄정식, 김명석, 이탈리아 산업디자인의 형성과정에 근거한 한국적 디자인의 고찰, 디자인학연구, 1997.05.no.20, 140면

발전하였는데 바로 공기업 분야가 이러한 정경밀착의 전형적인 모습이다.

② 이를 뒷받침하고 있는 중소기업

국내 경제의 25~30%정도를 차지하고 있으면서 무역 분야의 중추적 역할을 하고 있는 중소기업은 이탈리아 경제성장의 원동력이었으며, 현재 국가성장의 토대가 된다. 이탈리아에서는 보통 종사자의 수가 1~49명 사이를 중소기업 규모라 하고 50명 이상의 종사자를 보유하고 있는 기업을 대기업으로 분류한다.

③ 장인적 전통과 결합된 지역화

이탈리아는 오랫동안 중세적 전통의 지역 중심적 문화와 경제가 지배했다. 현대적 의미의 국가로 통일을 했지만, 아직도 이러한 전통이 사회, 경제전반에 뿌리깊게 남아있다. 특히 현대에 와서는 경제적 기준에 의해 크게 남부와 북부로 구별되고 있다. 남부 지역은 농업이나 광업이 주요산업이고 중북부 지역은 비교적 제조업이 발달되어있다.

2-4 주요산업

이탈리아는 현재 국민총생산(GNI)에서 세계 6위의 풍요로운 나라이다.⁵⁾ 패션, 건축, 자동차디자인 등 뛰어난 이탈리아인의 감성을 살린 산업이 손꼽을 수 있다. 또한 이탈리아는 공업국가로서 토리노, 밀라노, 베로나 중심으로 자동차와 중,경기계공업이 발달하였으며 제노바, 나폴리 등 항구 도시를 중심으로 조선, 중화학 공업이 발달했다. 오랜 전통과 기술이 발달시킨 섬유제품은 세계적으로 명성이 높다. 가구공업은 전통산업으로 우리에게도 잘 알려져 있다. 대리석 가공, 보석가공, 가죽산업도 빼놓을 수 없는 산업이며, 많은 역사적 유산을 바탕으로 하고 있는 관광업도 중요한 산업이다. 그러나 한국과 마찬가지로 이탈리아는 천연자원이 부족한 나라여서 소요량의 75%를 수입에 의존하고 있다. 그러므로 상품을 인식, 개발, 생산, 그리고 상업화하는 능력에 집중하여 발전해 왔다. 또한 이탈리아는 곡물(밀, 옥수수, 해바라기, 쌀)과 과수(포도, 올리브, 무화과, 감귤)가 중심이고 채소, 화초재배가 활성화 된 대표적인 농업 국가이기도 하다.

3. 이탈리아의 산업집단과 중소기업

3-1 산업집단의 생산시스템

이탈리아의 90%에 해당하는 중소기업들은 세분화된 분야에서 그들만의 전문적인 기술로 서로에게 필요한 부분을 협력하여 새로운 연합체를 이루는 'Clusters System'에서 수출을 통하여 이탈리아의 디자인 산업을 발전시키고 있다. 이러한 중소기업의 Clusters System은 포도알이 알차게 엉겨붙은 형태로 규모는 작지만 매우 전문적이다.

1) Clusters System의 특징

산업 집단(Clusters System)의 발전은 지역 산업 기능과 중소기업과 가족단위 중심의 전문성의 발전으로 이어졌다. 또

5) 동아일보, www.donga.com

한 상당한 규모의 경제적 절감된 생산원가로 일어난 구조적 유연성과 경쟁력으로 발전하였다. 이러한 집단화되고 지역화된 산업은 매우 수용적이고 유동적(수요의 양적 변화에 의해 발생하는)이며 유연성(생산의 품질 변화를 요구하는)의 필요를 쉽게 해결해 내고 생산 공정의 전문성과 근로자의 숙련된 기술이라는 측면이 큰 역할을 한다. 구조적 지능성, 실험적이고 실용적인 기술, 창조적이며 창의력 있는 재능, 장인정신, 기술적 능력, 그리고 혁신을 위한 능력들이 바로 국제 경쟁에서 이 지역에 역동적 힘을 실어주는 요소들이다.

① 단계별 구조

Clusters System에서의 생산 모델은 많은 단계의 노동에 기반을 두며, 완성품과 부품에 걸친 생산 단계에서 전문화된 다단계의 기업과 하도급 관계의 조직적 구조에 의한 업체간의 수직적 구조로 여러 업체에 걸친 하도급 관계이며, 가공의 많은 단계에 걸친 '단계적 시장'의 전문성이다.

② 지역적 집중

Clusters System의 전통은 르네상스와 중세시대까지 거슬러 올라간다. 이탈리아의 생산 구조는 지역적으로 집중된 많은 수의 산업 단위로 이루어지며, 수 세기동안 가내산업에서 소규모의 자작농업까지 변창해 왔다. 이러한 지역적 집중 현상은 중소기업의 마을들이 결속된 형태의 조직에 기반을 두고 있으며, 주거지와 생산지의 역할을 하는 마을들은 결속된 대도시와 시골의 중간쯤 되는 형태이다. 이러한 사회경제적 그리고 지역적 구조는 바로 산업 집단에서 발전되고 변창한 방식이다. 예를들면 프라토가 섬유로, 코모가 견직물로, 유리제작은 베니스, 금세공은 비첸자와 아레조가 잘 알려져 있다.

2) Clusters System에서의 생산

이탈리아는 다른 공업국들보다 중소기업이 많으면서도 다른 국가들과 다른 것은 지역 생산 구조를 하나로 묶는 많은 수의 산업 집단인 Clusters System 이다. 200여개의 이러한 산업 집단들은 이탈리아 지역 상품의 25.4%를, 이 지역 생산의 71.3%를 담당한다.

이러한 Clusters System에서는 거의 모든 제품이 생산되며, 개인 소품(섬유와 의류, 가죽과 신발류, 보석류 등)과 가정용품(목재 가구, 타일, 유리나 요업 제품류)에 집중되지만 도구 공업, 기계 공업 분야도 해당된다. 숫자별로는 [표3-1]과 같이 생산업 전반에 걸쳐 전문화되어 있다.

[표 3-1] Clusters System에서의 생산비율

품목	비율	품목	비율
섬유,의류산업	34.7%	지제품과 인쇄	3.0%
가정용품	19.6%	보석류	2.0%
공업제품	16.1%	고무와 플라스틱제품	2.0%
가죽,신발류	13.6%	금속가공품	0.5%
식품류	8.5%		

1996년, 이러한 산업 집단의 제조와 무역업체들에 의한 수출이 이탈리아 전체수출의 43.3%를 구성하였다. 수출 비율은 [표3-2]와 같다. 이러한 수치를 참조하듯이 이탈리아 산업 집단의 중요성을 인식할 수 있다.

[표 3-2] Clusters System에서의 수출비율

품목	비율	품목	비율
목재가구	67.4%	금속제품	54%
섬유제품	67.3%	기계공학 제품	46.9%
비금속광물	58.1%	전기공학 제품	44.5%
의류	54.5%		

3) Clusters System의 참여인원

이탈리아 인구의 24.2%가 (13.7백만명) 이러한 집단에 거주하며, 이 곳은 노동 인구 중 32.2% (2.2백만명)의 일터이다. 1981년에서 1991년까지 이러한 산업 집단들은 대기업에서 감원할 때 오히려 일자리를 창출하면서 이탈리아 생산직 근로자의 44.8%를 감당하였다.

3-2 중소기업의 특징

피아트, 에니, IRI, 몬테디슨, 올리베티, 페레로, 바릴라, 그리고 아르마니와 같은 대규모의 국제적 지명도가 높은 기업들도 있지만 국제시장에서 이탈리아의 경제적 지위를 높여주는 요소는 주로 생산분야이고, Clusters System과 연관되는 중소 규모의 기업이다. 중소기업의 특징을 살펴본다.

1) 지역집적의 형성

이탈리아 산업조직의 가장 큰 특색의 하나는 그 중심을 이루는 중소기업 군이 각 지역에서 동업종에 의한 집적을 구성하고 있다. 지역 중소기업 집적이 북부부터 중부에 걸쳐 폭넓게 산재하고 있다. 지역집적의 산업력과 이것과 일체가 된 생활권으로서의 변형이 이탈리아의 분석형 경제구조를 구성하고 있다.

장점은 하나의 지역 안에서 생산과 소비가 적절하게 균형적으로 이루어지며, 기업 측에서도 대량 생산에서 오는 비용 부담을 줄이고 가족 중심의 수공업적 전통에 의해서 자신의 기업 규모에 적당한 정도만 생산하여 판매한다.

단점은 지역 경제 단위에 맞추어 주문 생산 방식을 통하여 제품을 생산하기 때문에 전국적 규모의 유통망을 갖추거나 프랜차이징을 통한 판매망의 확충은 어려웠다. 또한 내수 시장이 계속적으로 발전하였다. 70년대와 80년대 초반까지는 이러한 방식으로 기업의 발전을 도모했다. 그러나 내수 시장이 정체되고 침체하면서 이러한 유통 방식과 생산 방식은 자연스럽게 한계에 부딪혔으며 이를 타파하기 위한 경영기법과 판매방식이 필요하였다.

2) 3개의 F

이탈리아 중소기업의 성공은 「3개의 F」에 있다. 즉, Flessibilita(유연성), Fantasia(상상력), Fiducia(과단성)의 3개의 F로 시작하는 말로 표현되는 특성이다.

- ① 유연성은 특히 마켓트니즈의 급속하고 격렬한 변화에 대한 유연, 적합하고 정확하게 대응하는 것에 강함이다.
- ② 상상력은 패션이나 그 외 소비자 대상의 제품에서 보여

지는 뛰어난 미의식이 넘치는 디자인에 강하게 발휘되고, 또한 기계의 원리와 디바이스 제조공정의 기술 혁신에서도 창조적인 아이디어가 발휘된다.

③ 과단성은 자신의 가능성과 능력을 믿고, 독립창업과 해외마켓에 과단성 있게 도전해 가는 것을 말한다.

3) 가족 경영

이탈리아 중소기업에는 가족을 주체로 하는 경영이 많다. 가족이 주된 노동력인 영세사업자는 물론, 어느 정도의 규모로 성장해서도 경영이 일족에게 장악되고, 승계되는 경우가 많다. 관련기업이 연대하여 네트워크를 구성하는 형태로 성공한 중견기업(그룹)이 자주 보이나 이때에도 각 그룹기업의 경영을 형제, 자매, 아들, 딸, 친척 등에게 위탁하는 형태를 자주 볼 수 있다. 일족 패밀리 소유의 주식회사를 만들어 그룹 각 사는 이 소유주식회사의 출자를 받아 설립되는 형태로 경영된다.

장점은 기업들이 규모가 대부분 소규모라는 것이다. 이는 변화하는 시장상황에 빠르게 적응할 수 있고, 기업의 의사결정 구조가 비교적 단순하여 정책이나 전략의 실행이 원활할 수 있으며, 하나의 품목에 전문화 할 수 있다는 이점이 있으나 단점은 기업적 차원에서의 발전과 성장이라는 면에서 막대한 자금이 소요되는 대량 생산 체제의 구축이나 새로운 유통망의 구축에는 상당한 재정적인 어려움이 따르게 된다.

이러한 혈족 중심의 기업들은 전통기술을 계승하게되어 과거의 마차회사가 지금의 자동차 디자인 회사로 발전하듯이 가문중심의 오랜 전통을 지닌 기업의 전통기술 산업은 튼튼하고 신뢰감 있는 기업의 이미지와 제품생산으로 해외수출을 통하여 이탈리아 문화를 세계화시키고 있다.

4) 컨소시엄의 발전

컨소시엄은 우리나라의 중소기업협동조합과 같은 것이다. 이런 컨소시엄의 특징은 조직의 자유다. 오직 수출을 위해 컨소시엄을 만들며, 그룹을 짜서 공동전시장을 운영하고 물품구입자(바이어)에 대한 광고를 공동으로 수행한다. 이들은 필요에 의해 조직에 가입하고 탈퇴하기 때문에 강제로 조직에 드는 법이 없다. 컨소시엄에는 낙농제품, 기계부품, 고급구두를 만드는 세계적인 중소기업들이 참가하고 있다.

5) 기업의 규모 확대에 신중

① 노동자의 권리가 강력하게 보호되고 있어 기업규모가 커져 노동조합이 결성되면 경영이 경직화될 수 있다.

② 이탈리아 중소기업은 경영에서 유연성(flexibility)을 매우 중시하는 점에서 기업 규모가 확대되어 flexibility를 잃는 것을 꺼려한다. 원래 종업원의 개성을 발휘하기 어렵고 회사의 퍼포먼스가 개인의 이익에 어떻게 연결될 것인가가 불명확한 대기업 보다 작은 조직이 개인의 능력을 잘 발휘할 수 있다는 감각이 일반적이므로 기업규모를 관리하기 편한 범위에 두려고 한다.

③ 이탈리아 중소기업은 가족경영의 형태를 유지하고자 하는 성질이 강하기 때문에 과도한 규모의 확대를 회피한다.

④ 경영목표도 매상의 확대보다 기획, 마케팅의 노력에 의

6) 부산외국어대학교 이탈리아어과.
http://www.pufs.ac.kr/~italy

한 이익의 확대를 지향한다.

이러한 경향이 있으므로 기업 활동의 규모를 확대하고자 하는 경우에는 자신의 핵심경쟁력에 직결하는 부분은 유지하면서 자사의 규모는 일정하게 한 채 제조부문 등의 외주화를 진행시켜 이들 기업과의 네트워크 관계의 형성을 지향한다. 또한 자사 내에서 독립시킬 사업 분야가 생겼을 때에는 이것을 분사화해서 그룹을 형성하는 것으로 유연성과 관리 가능성 활동의 확대를 양립하려는 것이다.

3-3 정부의 One System 정책

디자인 활성화를 위하여 정부기관은 가구, 영화, 의류 등의 각각 다른 분야들을 'One System'으로 이탈리아만의 스타일을 만드는데 주력하여 강력한 경쟁력을 가진 이탈리아 디자인을 위하여 힘쓰고 있다.

이탈리아의 국가 경쟁력은 무역 수지 흑자(1997년 기준 US\$5백억)에 의해 나타난다. 이탈리아 정부는 이러한 흑자를 위하여 어떠한 준비를 하는지 살펴본다.

1) 디자인 리더십 교육

이탈리아의 대학교육은 '디자인 리더십'을 지닐 수 있도록 교육하고 있다. 즉 역사, 예술, 산업구조, 새로운 세대에 대해 공부하며, 이를 통해 창의적인 사고력을 키우고 졸업 후 학생들은 사회에서 주요 역할을 담당하기 위한 능력을 갖추므로써 자신감이 넘치고 전문가로서의 긍지를 갖게 된다.

2) 산업디자인협회의 적극적 참여

이탈리아의 디자인을 발전시키는 실질적인 추진조직인 '산업디자인 협회'는 정부의 정책 결정에 관여하며, 기업이나 지방 중소기업의 디자인 개발을 지원하고, 디자인 관련 전문가를 교육하기도 하면서 디자인 전문업체의 전문화를 유도하는 중요한 역할을 하고 있으며, 이탈리아의 디자인 발전에 막대한 영향을 미치고 있다. 디자이너 또한 제품을 기획하고 개발하는 모든 단계에 반드시 참여하여 영향력을 미치며, 산업디자인협회의 참여에 의해서 제품의 개발단계부터 이탈리아 스타일의 문화적 상품을 창출하고 있다.

3) 국제적 행사 지원

정주 차원에서 밀라노 트리엔날레(그림9)와 베니스 비엔날레와 같은 국제적인 행사를 적극 지원하고 있다.



(그림9) Ettore Sottsass의 Beyond the Bed, 밀라노 트리엔날레

3-4 이탈리아를 대표하는 기업

대표적인 이탈리아의 디자인 지향 기업으로 올리베티(Olivetti)는 디자이너에게 제품에 대한 중요한 결정을 내리게 하는 권한을 주었다. 이러한 경영은 피아트(Fiat, 그림10), 구찌(Gucci, 그림11), 아르마니(Armani, 그림12), 베네통(Benetton, 그림13), 미소니(Missoni) 등과 함께 이탈리아를 세계적인 디자인산업 국가로 만들었다.



(그림10) Fiat사의 Logo



(그림11) Gucci사의 Logo



(그림12) 아르마니사의 Logo



(그림13) 베네통사의 Logo

4. 우리나라 디자인정책의 현황

21세기는 디자인 발전을 위한 국가 지도력의 확립과 디자인 발전 환경조성 및 정책적 지원강화가 필요하다.

우리나라의 디자인산업에 대한 정부의 의지는 1991년에 개정된 산업디자인, 포장진흥법 제1조로 '산업디자인 및 포장의 연구개발을 촉진하고 이의 진흥을 위한 사업을 지원함으로써 산업의 경쟁력을 강화하여 무역증대와 국민경제 발전에 이바지함을 목적으로 한다'는 것이다.⁷⁾

우리나라 디자인 산업의 실행주체의 상위정책 결정기관은 산업자원부, 실무정책 결정기관은 산업자원부내의 산업기술국 브랜드디자인과이며, 정책 집행기관은 산업디자인진흥원이다. 정부가 정책의 목표에 따라 지원과 규제수단으로 집행하며, 지원은 금융 및 세제지원과 같은 직접지원과 연구소 설립, 공업단지 조성, 전시회 개최 등과 같은 간접지원이 있다. 또한 규제는 각종 인허가, 면허 등과 같은 직접 규제수단과 독과점, 불공정거래 규제 등과 같은 간접 규제수단으로 구분된다.

지원분야에는 제품디자인, 브랜드디자인, 캐릭터디자인 및 시각 디자인이 속한다. 정부는 2002년 12월까지 총 145억 원을 집행할 계획에 있으며, 산업디자인진흥원 홈페이지를 통하여 자세한 내용을 참고할 수 있다.⁸⁾

4-1 우리나라의 디자인산업 현황

세계 시장에서 지적되는 한국 제품의 디자인 문제점으로는 고객을 고려하지 않는다고 지적되는 경우가 있는데 과거의 생산중심의 인식이 남아 있기 때문이다. 이러한 문제들은 디자인 관련 정보, 연구, 교육 등을 유기적으로 연계할 수 있는 인프라가 취약하고, 기업의 독자적인 디자인 개발보다 손쉬운 OEM(주문자 상표 부착)을 선호하는 경향으로 적은

7) 조동성 외, 디자인 디자인산업 디자인정책, 디자인하우스
8) 월간디자인, 디자인하우스, 2002.7월호 통권289호, 136면

투자로 단기적인 이익에 치중하고 있는 점들의 반영이다. 그 결과로 우리나라 고유브랜드의 상품 수출 비중이 낮다.⁹⁾ 또한 많은 대학에서 매년 6천명 정도의 디자인 인력을 배출하여 공급초과 상태이나 고급인력은 부족하여 양질의 디자인을 기대하기 어렵다.¹⁰⁾ 그러므로 우리의 독자적인 디자인 철학을 수립하여 차별화 된 디자인 제품 개발이 시급한 현실이다. 많은 인력이 디자인 진흥을 위하여 애쓰고 있으나 더욱 중요한 것은 사회구성원 모두의 전반적인 인식의 문화와 문화적 발전과 함께 디자인의 부흥은 이룩될 수 있을 것이다.

4.2 중소기업의 현실

1) 인력문제

현재 우리나라 중소기업에 종사하고 있는 사원들은 적어도 2~3명의 몫을 감당해내야 한다. 이러한 인력난은 우리나라에서 중소기업이 경쟁하기 어려운 이유이며, 국제 경쟁력 약화로 수출의 커다란 장애물이 되고 있다. 중소기업들이 각종 혜택을 보장하고 우수 인력을 모시려 해도 대부분은 중소기업보다는 차라리 부실한 대기업을 선호한다. 때문에 중소기업은 상황분석 능력이나 해외의 신정보 습득능력에 있어 대기업보다 현저히 떨어질 수밖에 없다.

2) 기술확보

인력난 문제와 직결되는데 우수인력 확보가 어려운 상태에서 고급기술을 확보하는 것은 더욱 어렵다. 중소기업의 자체적 기술 개발이 구조적으로 어려운 상황이라면 대기업과의 연계나 국가차원에서의 기술개발을 통해 새로운 정보와 기술을 획득할 수 있도록 해야한다.

3) 자금 문제

금융기관의 대출은 아직도 담보위주로 행해지고 있다. 경우에 따라서는 담보를 통해 자금을 대출할 수 있는 비교적 사정이 좋은 기업도 있겠으나 실제로 규모도 작고 자금이 다급한 기업에게 담보의 선형을 강요한다는 것은 무리한 일이다. 중소기업에 뒷받침 해줄 수 있는 대기업과의 연계나 정부차원의 지원이 절실한 상황이다.

4.3 이탈리아와의 비교

이탈리아는 투철한 직업관, 오랜 전통에 의한 중상주의적 사고, 실업계 학교의 실습위주의 현장교육체계 등으로 세부 전문 인력을 탄력적으로 공급할 수 있는 여건이 조성되어 있는데 비해, 우리나라는 근로자의 평균적 교양수준이나 인력의 총량적 공급측면에서 이탈리아에 뒤지지 않지만, 세부 산업별 전문 인력의 질이나 공급에서는 크게 부족하다. 따라서 현행 학문위주의 단선적 교육체계를 인문계와 기술계로 이원화하는 등 지금까지 검토되어 온 전문 인력의 공급 확대 방안을 조속히 실천에 옮길 필요가 있다. 이탈리아 전통산업의 경우에는 대규모 연구개발 투자가 없어도 현장중심의 기술개발을 통하여 세계적인 기술수준을 이룩하고 있으며, 이러한 높은 기술수준은 지원 산업의 성장에도 파급되어 기술 향상을 가속화하고 있는데 반해, 우리나라는 그

간 해외로부터 많은 기술을 도입해왔고 최근 기술개발 투자가 이루어지고 있으나 가공조립기술을 제외하고는 기술 격차가 좀처럼 좁혀지지 않고 있다. 이런 점으로 미루어 볼 때 우리는 현장위주의 기술계양에 대한 많은 관심을 가져야 하며, 특히 전문중소기업의 기술계양능력의 배양과 기술개발 협력체계의 구축은 중요한 과제로 다루어져야 한다. 우리나라 중소기업에는 기술개발인력, 마케팅전문가, 디자이너 등 전문인력 확보에 많은 어려움을 겪고 있으나, 이탈리아는 특유의 '전문인력 Pool제'를 통하여 큰 인건비 부담 없이 아틀리어를 적극 활용하여 어려움을 극복하고 있다. 최근 우리나라에서도 개별기업 차원에서 소비자 만족경영이 기업전략으로 관심을 끌고 있기는 하나 정책적 차원에서 소비자 및 생산자를 보다 긴밀하게 연결하는 방안들이 다양하고 심도있게 검토되어야 한다.

5. 우리나라의 경쟁력 강화를 위한 디자인정책

정부의 현재 실행되었거나 진행중인 디자인 정책에서 다음과 같은 내용이 보충되어 활성화하면 더욱 발전된 디자인 강국이 될 수 있을 것이다.

1) 정부의 디자인정책 수립과 집행에 디자인관련 단체(현재 계획중인 총연합회)의 참여가 필요하다. 디자인에 대한 올바른 이해와 분석에 의한 정책의 수립이 선행되어야 집행될 때 현실적 일수 있기 때문이다.

2) 코리아디자인센터, 파리, 밀라노, 런던의 KOTRA 무역관 등을 연계하여 국내외의 디자인 기술, 제품개발 동향, 인력 등의 디자인 관련 정보를 수집하여 분석된 자료의 공유와 인프라 구축에 좀 더 많은 투자가 필요하다.

3) 산업디자인 전문회사는 선진국 디자인 전문회사와 기술 제휴, 공동 디자인 개발을 추진하여 선진 유명 브랜드와의 라이선싱으로 기술 습득을 통해 디자인력을 향상시킨다. 이탈리아의 패션산업은 초기에 프랑스에서 하청받아 생산하였으나 고급지향의 프랑스 제품과 차별화하여 기능적이고 저렴한 제품으로 대중을 향한 제품생산으로 성공하였다.

4) 디자인의 과학화 기반 조성을 위하여 색채기술, 감성공학, 인간공학 등의 기초연구와 비상업적 기반기술 지원을 강화하여 기술자료를 보급하여야 한다. 이탈리아의 패션 디자인 산업은 최고의 직물 개발, 염색, 가공 기술과 더불어 발전하였다. 현재 색채 연구소가 운영 중에 있으며, 국제 트렌드를 연구하고 분석하는 연구기관을 운영할 예정¹¹⁾이므로 디자인 분야에 유익할 것으로 기대된다. 그러나 각 연구소의 연구활동과 자료의 공유, 홍보 등이 활발해야만 그 역할을 다할 수 있을 것이다.

5) 수출상품은 자체 디자인 개발을 통하여 단순 OEM 생산 관계에서 제안형 OEM 생산 체제로 전환하여 디자인 경쟁력을 높여야 한다. 궁극적으로는 OBM(고유 브랜드 정책) 생산체제로 발전 시켜야 한다.

6) 디자인 개발에 대한 투자를 강화하기 위하여 시장성이 있는 디자인을 중심으로 더 많은 세제지원과 디자인 투자비에 대한 세액공제의 확대가 필요하다.

9) kidp, '98뉴디자인전략-디자인혁명으로 경제 르네상스 이룩하자, 1998

10) 산업연구원, <http://www.kiet.re.kr>

11) 월간디자인, 디자인하우스, 2002.6월호 통권 288호, 124면

7) 개발된 우수 디자인에 대하여 장기 저리의 시제품 개발 자금을 지원하여 상업화를 촉진하고, 정부 물자 구매 시에 우선 구매를 권장해야 한다.

8) 디자인 교육의 특성화, 전문화가 필요하다. 디자이너는 소비자와 기업의 욕구를 충족시켜야하므로 조형능력 뿐만 아니라 마케팅, 인간공학, 멀티미디어 교육, 엔지니어링, 기술과 예술의 조화, 색채, 감성, 디자인 경영 등의 종합적인 능력을 갖춘 인력을 배출할 수 있도록 유도해야 하고 조기 교육이 필요하다.

9) 디자인코리아운동의 확산으로 최고 경영자의 디자인 마인드를 높일 수 있는 디자인 경영포럼의 활성화와 범국민적 디자인 인식이 필요하다.

10) 의장권 획득 디자인, 국내의 기업 디자인, 국내의 공모전 작품 등의 우수디자인에 대한 화상자료를 수록하고, 의장심사를 강화하여 디자인의 지적재산권을 보호해야 한다.

11) 디자인 산업화 국제화 추진을 위하여 해외 디자인 기관과의 협정체결, 세계 디자인 대회(2001. 10 세계산업디자인대회 개최, ICSID) 등의 행사 유치, 해외 디자인 전문가 초청, 디자인 전문인력의 해외진출 지원 등으로 우리의 디자인을 알리고 수출 기반을 조성해야 한다.

이러한 정책들은 이탈리아의 산업디자인협회의 역할과 같이 우리나라에서도 디자이너를 대표하는 총연합회가 조속히 필요하며, 정부의 디자인 정책 수립에 관련단체가 참여하여 디자인 분야에 적절한 정책이 수립되고 집행될 수 있도록 해야만 가능한 내용들이다. 또한 중소기업을 포함한 모든 기업의 디자인 개발 지원이 이루어져야 가능하다. 2000년 3월 병무청에서 디자인 특성화 대학원의 디자인 석사 이상의 학위 소지자의 전문연구요원 편입을 허용한 이후 많은 디자이너에게 자긍심을 심어 주었고, 우수인력과 창조적인 활동에 박차를 가하게 되었다. 이러한 사회적 변화 속에서 디자이너 스스로 혜택받기 위한 제도의 이해와 관심이 있어야 할 것이다.

6. Clusters System과 우리나라의 디자인정책

이탈리아는 중세 봉건사회를 거쳐 발전하였다. 이탈리아의 중세는 우리나라나 중국과 같이 성벽(성읍)국가를 이루었다. 자기 성읍의 장인들은 우대를 받았고, 다른 성읍으로의 유출을 막았을 것이며, 각 장인의 기술은 부가 가치가 있었기 때문에 가전(가족 경영으로의 발전) 되어왔다. 이것이 현 이탈리아 무역 분야의 중추적 역할을 담당하고, 경제 성장의 원동력이 되는 지역 집적과 연결된 이탈리아 중소기업의 유래이다.

이탈리아의 중소기업의 특징은 Clusters System이고, 그 세부내용은 지역집적, 가족경영, 3F, 컨소시엄 등으로 서로 연관되어 발전하고 있다.

지역 집적은 하나의 지역에서 생산과 소비를 이루므로 대량 생산에서 오는 비용을 줄이고, 가족적 수공으로 기업 규모에 적당한 정도로만 생산하여 판매한다는 이점이 있으나, 전국적 유통망이 부족하고, 내수 시장이 불황일 때에는 새로운 경영 기법을 필요로 하는 단점이 있다. 그러나 컨소시엄의 발전으로 이를 극복하기 위한 노력도 있다. 그리고 가족 경영은 소규모라는 이점으로 시장변화에 빠르게 적응하

고, 명령체통의 단순화로 정책, 전략의 실천이 용이하고, 하나의 품목에 전념할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 기업 발전적 측면에서 막대한 자금이 소요되는 대량 생산 체제의 구축이나 새로운 유통망 구축에는 상당한 재정적인 어려움이 따른다. 하지만 시장상황 변화에 둔하기 쉽고 가족 경영만으로는 전문화에 뒤쳐질 수 있다. 그러나 기업 규모가 확대되어 가족 경영이 무너지면, 노동조합이 생기고 경영이 경직화 될 우려가 있으며, 수공적 전문화가 깨어질 우려가 있어서 적당하게 균형을 이루기가 어렵다. 그러므로 이탈리아의 Clusters System의 장단점(표6-1)과 비교하여 우리나라의 디자인정책에서 다음과 같은 내용이 반영되어야 할 것이다.

(표 6-1) Clusters System의 장단점

장점	단점
비용절감	유통망 부족
합리적 생산, 판매	시장변화에 둔감
빠른 시장 대응	판매촉진 미흡
정책, 전략 실천의 용이	재정적 어려움
단품에 전념	시설투자부족
노동조합의 불필요	대량생산 불가
수공적 전문화	전문성 결여

첫째, 이탈리아는 중소기업 특화정책과 지방자치적 기술집약화, 협동조합화 정책을 통해 세계적인 디자인 강국이 되었다. 이탈리아의 독특한 산업 시스템인 Clusters System은 수많은 중소 규모 기업들의 전문적인 기술력을 바탕으로 특정 업체의 독점 필요에 따라 연합체를 구성하여 함께 성장하는 유연성 있는 소량 생산 공장 체계로 기술을 혁신시켰다. 우리나라의 지방자치제도와 지역 특성을 고려한 특화정책이 필요하고 산업체와 학교, 연구소 등과의 컨소시엄 뿐만 아니라 업체와 업체간의 컨소시엄을 활성화하여 좀 더 경쟁력 있는 상품을 개발하여야 한다.

둘째, 우리나라 중소기업의 문제점인 인력 문제를 해결하기 위해서는 전문화가 필요하다. 이 전문화는 기술확보와 관련되고, 기술확보를 위해서는 전문적 교육 시스템을 필요로 한다. 이탈리아는 국공립, 사립교육기관이 매우 잘 되어있다. 우리나라는 당장 앞의 이익에 치우쳐 기술 자체를 수입하기보다는 그런 기술을 존재하게 하는 교육제도에 더욱 관심을 가져야 한다. 대기업을 선호하는 국민들의 인식도 알차고 실직적인 중소기업 선호로 바뀔 수 있도록 처우개선, 신분보장 등의 사회적 격려가 있어야만 우수인력 확보가 가능하고 전문화 될 수 있다.

셋째, 예술교육과 디자인 전문가 교육의 강화라는 근본적인 것과, 산업디자인협회의 활동, 굿 디자인상의 제정, 밀라노 트리엔날레와 베니스 비엔날레, 디자인 전문잡지의 발행과 같은 현실적인 디자인 활동에 의해서 디자이너와 대중의 감각을 높인 이탈리아와 같이 우리나라도 디자인관련 이벤트와 활성화 전략으로 디자이너와 더불어 대중적인 붐을 일으켜야 한다.

넷째, 대기업의 분리와 족벌체제의 해체와 더불어 전문 경영제도의 도입이다. 대기업의 각 계열기업은 철저히 독립을 유지하여 각 계열들에서의 이익을 다른 계열에 투자하는 것이 아니라 자사에 투자하여 발전해 나가는 것이 현대의 장인 정신일 것이다.

7. 결론

이탈리아와 우리나라는 여러 가지 여건의 공통점이 많았다. 이탈리아는 중소기업의 발전이 곧 경제의 발전, 문화의 발전으로 확산될 수 있었던 것은 Clusters System이라는 산업집단이다. 우리민족은 장인정신, 혈연중시 사상, 지역특성 등의 특징이 있다. 이러한 특징을 바탕으로 디자인 정책을 수립한다면 우리나라의 디자인 경쟁력은 강화될 수 있다. 5장과 6장에서 언급한 산업정책과 이탈리아의 Clusters System과 중소기업에 대한 국가의 정책적 지원을 반영하여 우리나라의 디자인 정책과 디자인 기술 정책을 제언하면 다음과 같다.

첫째, 생산과정서 전문화된 단계별 구조이다. 업체간의 컨소시엄으로 경제적 절감, 유연적인 대처 능력, 전문성 등으로 경쟁력을 갖추게 될 것이다.

둘째, 지역적 특산품의 상품화와 세계화를 들 수 있다. 뚜렷한 우리나라의 지역적 특성을 살린 상품들은 상품화 과정에서 많은 어려움을 안고 있다. 디자인 과정에서 그 지역의 특색을 살리지 못하는 경우가 많다. 그러므로 그 지역의 이미지를 살린 디자인 모티브를 찾는 것은 디자이너의 창조적인 조형능력에서 비롯되는 것이므로 전문성을 지닌 디자이너에 의해 가능하다. 또한 현재 진행되고 있는 중소기업 진흥 정책과 지방자치 단체의 관심으로 많은 컨소시엄이 이루어지고 있는데, 이러한 컨소시엄의 효과를 증대하기 위해서는 디자인 산업의 질적인 상승으로 세계 속에서 인정받아야 한다.

셋째, 전통공예품 등의 우리민족의 정서가 담긴 상품의 질을 높이는 것이다. 장인 정신을 높이 평가하고 긍지를 유지할 수 있도록 존중되는 사회적 공감대를 형성할 수 있다면 현장에서의 기술계량과 전문 중소기업의 기술계량 능력이 확장될 수 있을 것이다.

넷째, 마케팅 전략으로 상품으로서의 경쟁력을 갖추는 것이다. 소규모 기업이나 지역에서 생산된 상품을 판매하는데 있어서 소비자와 생산자를 좀더 가깝게 연결할 수 있는 마케팅 전략이 수립되어야 한다. 지방에는 디자인 산업과 유통망이 대도시에 비하여 열악하여 어려움이 있다. 디자인 관련 정보와 산업 전반적인 기술의 보급이 원활하게 이루어질 때에 더욱 경쟁력이 강화된 상품이 만들어지기 때문이다.

산업자원부나 중소기업청 등에서 많은 정책들을 진행하고 있으나 국민적인 이해와 호응이 미약하다면 기대에 부합하는 성과를 거두기 어렵다. 이탈리아의 Clusters System의 특징과 유연성 등의 장점이 우리나라 디자인산업정책에 반영될 수 있도록 지속적인 관심과 연구가 필요할 것이다.

참고문헌

- 엄정식, 김병석, 이탈리아 산업디자인의 형성과정에 근거한 한국적 디자인의 고찰, 디자인학연구, 1997.05. no20.
- 박종찬, 이태리디자인의 경쟁력 요인에 관한 연구, 디자인학연구, 1995 추계학술연구발표대회 개요집, 1995. vol12.
- 신수길, 초기 이탈리아 디자인의 발전요인 연구, 디자인학연구, 1996.02. vol13.
- 박찬준, 이탈리아 산업디자이너의 역할과 패러다임, 디자인학연구, 1998 봄학술대회발표논문집,
- 이상정, 산업디자인과 지적소유권법, 세광출판사, 1995
- 월간디자인, 디자인하우스, 2002. 7월호 통권289호
- 월간디자인, 디자인하우스, 2002. 6월호 통권288호
- 구광모, 문화정책과 예술진흥, 중앙대학교 출판부,
- 오오야마 고노스케, 일본의 산업정책과 행정지도, 서광문화사, 1996
- 한국의 디자인 진흥 정책 방향 설정에 관한 연구, 윤태호, 한양대 대학원 박사, 1999
- 디자인 디자인산업 디자인정책, 조동성 외, 서울, 디자인하우스, 1996, 240면
- '98 뉴 디자인전략 - 디자인혁명으로 경제 르네상스 이룩하자, 서울, kidp 한국산업디자인진흥원, 1998
- 이탈리아 사회 연구, 김시홍, 명지출판사, 1996
- 이탈리아의 정치와 경제, 김환원, 박원규, 이경훈, 이탈리아연구소, 1994

웹사이트

- 이태리무역공사, <http://www.iceseoul.co.kr>
- 산업연구원, <http://www.kiet.re.kr>
- 부산외국어대학교 이탈리아어과, <http://www.pufs.ac.kr/~italy>
- 코리아디자인센터 <http://www.kidp.gr.kr>
- 디자인하우스, <http://www.design.co.kr>
- 동아일보, <http://www.donga.com>
- 산업자원부, <http://www.mocie.go.kr>