



김 선 창
(사)한국포장협회 회장

포장 전시산업 소고

Packaging Exhibition

전시회는 역사적으로 사회적, 문화적, 기술적으로 어떻게 성장, 발전해 왔는가를 보여주는 잣대가 되는 매체로 구매자와 판매자로 이루어진 시장에 새로운 기회와 정보를 제공해 준다.

전시회는 BC 5세기경 페르시아의 아하스페로스 국왕이 개최한 전시회가 최초이나 근대 전시회로는 1851년 영국 수정궁에서 열린 전시회(런던 EXPO)가 시초로 다양한 상품과 서비스가 국가별 또는 지역별 특정산업 종류별로 이루어지고 있다.

포장전문 전시회는 1956년 미국 클리브랜드에서 시작된 PACK EXPO가 현재의 CHICAGO 맥코믹센터로 옮겨 전시되면서 1958년 시작된 INTER PACK(독일 뒤셀도르프)과 함께 세계 양대 포장전시회로 자리잡고 있으며, 일본에서 열리는 TOKYO PACK이 1966년에 시작되어 아시아권 최고의 포장전시회가 되었고, 프랑스 노르빌 땁에서 열리는 엠발라주는 화장품, 제약을 중심으로 한 세계 4대 포장전시회로 위치를 확고히 해오고 있다.

이밖에도 세계 각국은 그들만의 특성을 살린 각종 전시회를 통해 자국산업의 부흥과 함께 외국 바이어 초청을 통한 수출에 주력하고 있다.

우리나라의 경우 1985년 한국포장디자인센터와 대한무역투자진흥공사가 KORPACK이란 이름으로 포장전문 전시회를 시작하여 우리나라 포장산업 부흥을 위해 노력해 왔고, 1999년 (사)한국포장협회가 공동 주최로 참여함으로써 명실공히 국내 최고의 전시회로 자리잡아 왔으나 1992년 (주)경연전람이 IPP라는 명칭으로 또다른 전시회를 개최함으로써 인해 국내 포장전시회가 양분되었다.

이같이 국내 포장전시회가 양분 개최되면서 포장업체들은 잦은 전시참가로 부담이 가중되면서 양 전시회의 통합 개최를 원했고 국내 포장산업 발전 및 국제 규모의 전시로 발전시킨다는 뜻을 모아 이번 전시회부터 KOREA PACK으로 통합 개최함으로써 국제전시회로 발전하기 위한 전기를 마련했다.

KOREA PACK은 내년부터 일산에 완공되는 KINTEX에서 식품전과 같은 기간에 전시회를 개최, 명실공히 국제 규모의 포장 전문전시회로 발돋움하게 된다.

이제 우리나라에서 개최되는 포장전시회가 세계화되기 위해서는 외국의 성공사례를 통해 보다 수준 높은 운영 되어야 하는 과제가 남아있다.

전시회의 원조로 불리는 독일은 총 교역량의 80%가 전시회를 통해 이루어질만큼 전시회의 역할과 비중이 크다.

독일의 성공비결은 저렴한 전시장 대여, 서비스 질 향상에 대한 치열한 경쟁, 독일 산업의 국제성, 전시산업과 관련한 노하우의 수출, 정보 수집, 정리된 자료 배포, 계속적인 투자를 꼽고 있다.

마케팅의 발상지로 현대상품 전시회가 가장 보편화된 미국은 미국 기업체의 전시 참가비용이 텔레비전과 신문광고 비용을 제외한 라디오, 잡지, 옥외광고 예산을 합한 수치보다 많을 정도로 전시산업의 비중이 크다.

미국의 경우 뉴욕, 시카고, LA, 라스베가스, 아틀란타, 델러스, 샌프란시스코, 애너하임을 중심으로 한 8대 거점도시에서 지역 단위 전시회가 발달되어 있고 국가 차원에서 전시관 건립과 운영을 지원, 경쟁력이 높고, 지역별 컨벤션과 관람객유치 전담조직 설치, 운영으로 효율적인 통합운영 관리가 이루어지고 있다.

또한 전시 및 컨벤션 시설에 대한 재정지원, 세제혜택을 통한 경쟁력 확보가 성공요인이다.

이웃 일본은 국제 규모의 전시장이 10개(동경 국제전시장, 인덱스 오사카, 마쿠하리 전시장 등)이며, 소규모 전시장을 합치면 63개에 이르는 것으로 나타나 대규모 시설에도 불구하고 계속적인 전시 및 컨벤션시설 확충이 이루어져 전시 문화의 중요성이 일찍부터 부각되고 있다.

우리나라는 1961년 수출정책으로 전시회가 활성화되기 시작하여 1979년 COEX 별관 개관으로 전문 상품전시회가 탄생하였고 1988년 이후 구 COEX 본관이 개관됨으로써 양적, 질적으로 성장하기 시작했다.

이같은 성장에도 불구하고 우리나라 전시회는 전시산업에 대한 전반적인 인식부족, 국제적 마케팅 기법의 부재, 외국 바이어의 저조한 방한 실적, 외국 참가업체의 참가 부진, 부족한 전시공간, 대규모 집회시설 부족, 전시산업 종사자의 영세성 등의 문제점을 내포하고 있다.

이번 KOREA PACK 2004는 이같은 문제점들을 하나하나 보완해 가는 첫 번째 걸음마라는 점에서 의의가 크며 정부의 적극적인 지원과 업계의 참여가 이루어져야 국제규모의 전문 전시회로 발전을 거듭할 수 있을 것이다.

우선 대한무역투자진흥공사를 주축으로 한 정부 지원과 외국 바이어에 대한 참가유치 및 홍보, (사)한국포장협회와 한국포장기계협회를 중심으로 한 국내 업체들의 참가 독려 및 서비스 질의 개선, (주)경연전람의 전문 전시회의 효율적 운영을 위한 개선노력과 자기성찰 등 여러 가지 복합적인 개선방안 등이다.

다행히도 각 주최자별 역할에 충실하게 대처하고 있고 대규모 전시장의 마련, 연계 산업 전시회와 병행 개최로 파급효과의 극대화를 모색하고 있어 우리나라 유일의 포장전문전시회인 KOREA PACK이 발전 가능성을 더해주고 있다. 전시 및 컨벤션 산업은 상품의 국제적인 흐름 뿐만 아니라 연관된 기술, 산업, 문화, 예술 등에 대한 총체적인 국제 교류의 장이다.

신기술과 기계의 보급 및 광고, 국가간의 산업 문화교류를 목적으로 행해지는 정보활동을 하는 거대한 커뮤니케이션인 KOREA PACK이 포장산업의 경제적 국제화의 표본이며 기업의 대외진출 계기, 개최도시의 국제화 등을 통해 새로운 문화창출 및 세계로 도약하는 계기가 될 것으로 기대된다. ☞