

관광객 1000만명 싱가포르 F1 효과 실감

싱가포르 =장팔수기자

F1(포뮬러원) 대회가 싱가포르 관광을 끌어 올리고 있다. 올해로 4회째 대회를 치른 F1 싱가포르 그랑프리 전 세계 관광객들을 끌어 모으면서 관광 도시 싱가포르에 시너지 효과를 더하고 있다.

◇마리나베이는 F1 특구=싱가포르는 지난 2008년부터 싱가포르 관광의 중심축인 마리나베이에 F1을 개최하고 있다. 싱가포르 정부는 처음부터 관광객을 끌어들이기 위해 F1을 유치했다.

수익명에 달하는 세계 고경 팬들이 있기 때문에 싱가포르를 알리고 관광객을 유치하는 데 큰 도움이 된다는 판단에서 F1을 유치해 훌륭한 재미를 보고 있다.

싱가포르를 찾는 연간 관광객 수는 1100여만명에 달한다. 싱가포르 관광객 수는 2008년 처음으로 1000만명을 넘어선 후 꾸준히 상승 곡선을 그리고 있다. 수년동안 만의 1000만명을 돌파하지 못하다가 F1 개최를 계기로 정례 관광객이 급증하기 시작했다.

마리나샌즈호텔과 센토사섬에 카지노가 들어선 것도 관광객 유인의 요인이지만 샌즈호텔과 인접한 곳에 F1 서킷을 만들어 마리나베이에 일대를 관광특구처럼 운영하면서 전세계 관광객들을 끌어들이고 있다.

싱가포르 그랑프리 열릴 25일 밤 마리나베이에 일대는 F1 관광객들과 샌즈호텔, 싱가포르의 상징인 머라이언 공원, 세계에서 가장 높은 회전 관람차(165m) 등 인근 관광지를 찾은 사람들로 발디발 틈이 없을 정도



마리나베이에 서킷은 시내 도로를 이용한 시가지 서킷으로 F1 유일의 야간 경기 서킷이다.

전용서킷 아닌 시내도로 경기... 입장수익 5%뿐 관광수입 막대

F1 유일 야간 레이스... 개최지 마리나베이 관광특구로

였다. 특히 샌즈호텔과 F1서킷이 연결돼 관광객을 끌어모으는 시너지효과를 극대화하고 있다.

싱가포르 F1 관계자는 "F1 전체 수입에서 입장권 수입이 차지하는 비중은 5%에 불과하지만 F1 관광객들이 다른 관광지에서 쓰고 가는 비용까지 포함하면 경제적 효과는

상상 이상"이라며 "전용 서킷을 만들지 않고 시내 도로를 이용하게 한 것도 시너지효과를 노린 것이다"고 말했다.

◇세계 유일의 야간 경기=마리나베이 서킷은 시내 중심도로를 경주용 트랙으로 이용한다. F1 대회가 열리는 전세계 19개 서킷 가운데 시가지 서킷 3곳중 하나지만 유일하

게 반 시계 방향으로 주행하도록 만들었다.

가장 특징적인 점은 F1 유일의 나이트 레이스가 펼쳐지는 서킷이란 점이다. 싱가포르 정부는 세계 F1 팬들의 관심을 이끌어 내기 위해 야간 경기라는 이색 전략으로 성공을 거두고 있다. 일반적인 야간 스포츠 조명의 3배에 달하는 강력한 조명 장비, 5km가 넘는 경주구간 전체에 설치해 야간 경기라는 단점을 극복했다.

마리나베이 서킷을 찾는 관광객들은 질주와 굉음으로 대표되는 F1만의 매력에도 싱가포르의 멋진 야경을 즐기는 기쁨을 누리게 된다.

0.01초 순간을 놓쳤다면 고개를 들어라

13대 400인치 대형 스크린 설치 관람 도움

F1(포뮬러원) 코리아 그랑프리 서킷 길이는 5.615km. 24대의 머신이 서킷을 55바퀴 돌아 순위를 결정짓지만 머신을 한 순간도 빠지지 않고 관람할 수 있는 자리는 어느 F1 대회에서도 존재하지 않는다.

이 때 시야에서 사라져 영암 서킷을 질주하는 차량의 모습을 파악하는 데 도움이 되는 게 경주장 곳곳에 설치된 대형 스크린이다. 따라서 대형 스크린이 어디에 설치돼 있는지, 관람석과 얼마나 떨어져 있는지 여부 등을 미리 파악하고 좌석을 선택하는 게 F1 대회를 실속있게 즐기는 방법이기도 하다.

F1 대회조직위원회는 14일부터 16일까지 3일간 열리는 코리아 그랑프리 기

간 중 모두 13대의 400인치 대형 스크린을 설치, 관광객들에게 경주 상황을 중계한다.

특히 최고가 좌석인 메인 그랜드스탠드는 관람석과 90m 떨어진 곳에 대형 스크린 2개가 설치된다. 스타트 라인을 마주보는 첫번째 코너에 위치한 좌석(A,B,L석) 앞에도 한 대의 스크린이 설치된다. 관람석과의 거리는 대략 165~208m. 상설블록에 설치된 대형 스크린은 관람석과의 거리가 80m에 불과해 가장 가깝다. C석 앞에 설치된 스크린은 관람석과의 거리가 150m 가량 떨어져 있고 E-a석의 경우 관람석과의 거리가 200m 정도로 다소 멀다.

/김지을기자 dok2000@kwangju.co.kr



■ 영암서킷 스크린 설치 장소

■아는만큼 재밌다 F1 100배 즐기기

25일 밤 9시 싱가포르 그랑프리 결승전. 24대의 F1(머신(machine))이 마리나베이 서킷(Marina Bay Circuit)을 뛰쳐나갔다. 11만석의 스탠드를 가득 채운 관중의 시선은 순식간에 시야에서 싱가포르 시내를 질주하는 750마력짜리 머신 24대의 모습을 중계하는 대형 스크린에 집중됐다. 그 때마다 LG로고가 선명히 눈에 들어왔다.

LG는 지난 2009년부터 5년간 F1 대회의 글로벌 스폰서로 나서고 있다. 공개하지 않았지만 업계에서는 2000억원을 투자한 것으로 파악하고 있다. LG전자는 올림피크·월드컵과 함께 세계 3대 스포츠 이벤트인 F1 대회 후원에 참여한 뒤 영국·프랑스·브라질 등 선진 시장에서 브랜드 인지도를 높이는 계기를 마련하면서 브랜드 선호도가 15% 상승한 것으로 파악하고 있다.

◇세계에서 가장 비싼 스포츠=최근 출간한 포뮬러머니(Formula Money)에 따르면 지난해 F1 대회 글로벌 매출 규모는 광고와

페라리	2억3700만\$
맥라렌	1억5600만\$
윌리엄스	7700만\$
레드불	5200만\$

(자료:포뮬러 머니)

TV 중계권, 입장 수입 등을 포함해 10억 8200만달러(약 1조2681억원)에 달했다.

특히 세계적인 글로벌 경제 위기에도 불구하고, F1 대회에 참가하는 12개 팀이 거둬들인 차량 광고 스폰서 수입만 6300만 달러(약 738억원)에 이른다.

페라리의 경우 지난해 차량에 따라붙는 광고 스폰서 수입으로 2억3700만달러(277억)를 챙겼고 레드불 레이싱은 5200만 달러(609억)를 벌었다. F1에 참가하는 11개 팀의 예산도 상승을 초월해 지난해 월드챔피언십을 위해 팀당 쏟아부은 평균 예산은



기업들 최고의 마케팅 수단 활용 글로벌 경제 위기 불구 차량 스폰서 수입만 738억

1700억원에 이른다. 드라이버 연봉도 엄청나다. 지난해 마크 웨버(레드불)의 연봉은 약 760억원으로 최고 연봉자에 올랐고 페르난도 알론소(페라리)는 약 540억원의 연봉을 받았다.

◇글로벌 기업, 스포츠 마케팅 현상=F1은 한 해 대회 평균 관람객이 20만명에 이르고 연간 관람객만 400만명을 육박하는 메가 스포츠 이벤트로, 전 세계에서 TV로 F1 대회를 시청하는 인원은 연간 400만명에 이

다. 그만큼 기업들은 F1 대회를 브랜드 자산 가치를 높이는 데 효과적인 마케팅 수단으로 활용하고 있다. 올 대회 12개 팀의 스폰서로 참여하는 글로벌 기업만 180개가 넘고 자동차·오일·IT·타이어 등 자동차부품·음료·통신·금융·미디어 등 전 분야를 망라한다. 여기에 F1 대회 글로벌·로컬 스폰서까지 포함하면 참여 기업 수는 더욱 늘어난다.

이들이 지불하는 스폰서 비용도 엄청나다. 올 대회 글로벌스폰서인 UBS는 연간 3

천만 달러를 쏟아부었고 세계 최고 타이어 기업 중 하나인 브리지스톤은 지난해 '포뮬러 월드 챔피언십'(Formula 1 World Championship)에 1400억원을 쏟아부었다. 광고·마케팅 비용까지 포함하면 브리지스톤이 F1에 투자하는 비용은 2800억원에 달했다.

◇스폰서의 역사=F1에서 스폰서의 개념이 처음 등장한 건 지난 1968년이었다. 당시 순위에서 선두를 달리던 영국 로터스팀은

담배 회사 골드리프와 스폰서 계약을 맺으면서 팀 고유 색인 녹색을 포기하고 차체를 흰색과 붉은색으로 칠했다. 팀 이름도 '골드리프 로터스'로 바뀌었다. 이후 국가 대항전 성격이 강했던 대회는 스폰서의 참여로 세계 최대 스포츠산업의 중심으로 자리 잡았다. 지금도 전 세계의 주요 다국적 기업이 끊임없이 F1으로 몰려들고 있으며 매 대회 타이틀 스폰서를 확보하기 위한 경쟁도 치열하다. /김지을기자 dok2000@kwangju.co.kr

www.geumsoojang.com

Since 1981 1등 맛집 연속 선정 30년을 고객과 함께 지켜온 광주의 대표 맛집

고맙습니다. 금수장 창립 30년

올 가을에도 정성을 다해 고객 여러분을 모시겠습니다. 건강한 우리음식 한정식으로 만남의 기쁨을 더 하십시오.

● 평일 주중 점심 특선 : 오찬정식 15,000원 ● 30년 전통의 한정식 : 25,000원부터 ● 금수장관광호텔아리랑하우스 예약문의 (062) 525-2111, 계림동·홍들리조트 건너편

부담없는 가격의 내 집 처럼 편안한 객실 | 30년 전통 광주음식명가 한정식 아리랑하우스 | 각종 모임을 위한 대소연회장 | 세미나를 위한 영상, 음향시설 | 광주 와인 문화 1번지 모리나리 | 맞춤형 출장도시락

10월 18일 까지 **30%**

대세일

세일후 절대 세일가격으로 판매치 않습니다!

엔틱식탁 이태리

엔틱좌탁·거실TV장 이태리

소파 이태리

모든 식탁과 좌탁은 상판 밑 좌우에 있는 50cm 보조 날개 2개로 8인용, 10인용으로 쉽게 사용 가능 합니다. (한국 독점 수입) (주)홍스페이스는 100%이태리 친환경 엔틱가구, 클래식가구를 직수입 도, 소매 하고 있으며 직수입→직영점판매를 하고 있습니다.

광주 동구 장동 58-15 홍스페이스 가구 빌딩(동구청-전여고사이) SINCE 1992 100% 이태리 가구 직수입 도 소매 ☎062 226 7567