

# 비엔날레 전시관 근거리에 미술장터 열어 시너지 높이자



광주 유일의 국제아트페어인 '아트 광주'가 성공하기 위해선 광주비엔날레 인근에 미술장터를 열어 시너지 효과를 극대화하는 등 차별화된 컨셉이 시급하다. 지난 9월6~9일까지 열린 '아트 광주12'.

최현배기자 choi@kwangju.co.kr

## ‘문화수도 광주’ 성공 프로젝트 (11)

### (1부) 킬러 콘텐츠를 만들자

#### 10 아트 광주



전주한옥마을과의 연계를 위해 창설된 '전주청년작가 아트페어'

<전주문화재단제공>

지난 18일 오후 서울 예술의 전당 한가람 미술관. 개막 10일째를 맞은 마니프(MANIF)서울국제아트페어(10월9~21일·이하 마니프)는 교복을 입은 10대 학생에서부터 40~50대 중년 여성까지 다양한 관람객들로 북적거렸다. '김과장 전시장 가는날'이라는 타이틀로 열린 때문인지 이들 가운데 상당수는 밀집한 양복차림의 회사원들이 눈에 많이 띄었다.

올해로 18회째를 맞는 마니프는 미술작가들이 직접 작품을 출품하고 부스를 운영하는 그림 장터. 어느 아트페어들이 1개의 부스에서 여러 작가들의 작품을 판매하는 것과 달리 1개의 부스에서 한 작가의 작품만을 판매하는 '군집(群集) 개인

다.

마니프의 성공비결은 '착한 가격'을 앞세운 '문턱 낮은 아트페어'라는 것이다. 그림에 문외한인 초보컬렉터들도 부담없이 아트페어를 찾도록 저렴한 가격과 다양한 이벤트를 내놓고 있다. '김과장 전시장 가는날'이라는 부제를 단 이유로 과장 명함을 제시하는 관람객에 대해 동반가족까지 무료입장을 허용하기 위해서다. 특히 전시장 입구에 '100만원 소품 특별전'을 열어 지갑이 얇은 미술애호가들의 발길을 끌어 들이고 있다.

지난 8일 폐막한 '제1회 전주한옥마을 청년작가 아트페어(5~8일·Young Artist Art Fair·Yaaf)'는 '색깔있는 미술장터'라는 평가를 받으며

에 대한 문턱을 낮춤으로써 미술애호가들로부터 큰 관심을 받았다. 전주문화재단은 올해 성과를 계기로 Yaaf의 경쟁력을 높이는 다양한 방안을 모색해 전주한옥마을과 함께 대표적인 문화브랜드로 키워나간다는 계획이다.

마니프와 Yaaf는 최근 존재위기에 몰린 '아트 광주 12'(9월6~9일)에 시사하는 바가 크다. 대중성과 지역성을 키워드로 내건 두 아트페어는 정체성과 홍보마케팅 등에서 아쉬움을 남겼던 아트광주와 좋은 대조를 이루고 있기 때문이다.

지난 2010년 광주비엔날레와의 연계를 내걸고 뜻을 펼친 아트광주는 창설취지를 전혀 살리지 못한 채 수십여 개의 국내 아트페어중 하나로 전락하는 수모를 겪었다. 국제아트페어라는 위상이 무색하게 국내외 유수갤러리를 끌어들이지 못한다.

### 정체성·홍보 마케팅 부족 차별화 전략 실패 서울 '마니프'·전주 아트페어 벤치마킹 필요 “靑 문화도시 콘텐츠 활용 등 광주 색 입혀야”

전' 스타일이다. 지난 1995년 이후 마니프를 거쳐 간 작가는 무려 2000여 명에 이른다. 올해는 국내 작가 132명, 해외작가 7명이 직접 작품을 출품해 자신들의 부스에서 관람객들을 만났다. 작품은 한국화, 서양화, 판화 등 회화에서부터 조각, 공예, 설치, 미디어 등 장르를 망라한 작품 200여 점이 선보였다. 각 부스는 10호 이내 소품부터 100호 이상 대작까지 한 작가의 예술세계와 깊이를 가늠해 볼 수 있는 작품들로 꾸며졌다.

이날 작가들은 자신들의 부스에 상주해 관람객들에게 작품의 제작과정과 주제를 직접 설명해 색다른 볼거리와 재미를 선사했다. 이 때문인지 개막 첫날 2000여 명이 전시장을 다녀가는 등 매년 관람객들이 늘어나고 있는 추세다. 경기침체에도 불구하고 평균 40여 원의 매출액을 기록할 정도

성공가능성을 예고했다. Yaaf는 전주문화재단이 전국적인 관광명소로 자리잡은 전주한옥마을과의 시너지효과를 겨냥해 올해 창설한 아트페어. 다른 아트페어와의 차별성을 위해 전북 출신 및 지역 청년작가(만 40세 미만)들을 대상으로 참여 작가들을 제한했다.

지난 5일부터 나흘간 전주한옥마을의 심장이라고 할 수 있는 태조로터리 특별부스에서 열린 아트페어는 전국 각지에서 온 관람객들과 시민들에게 확실한 눈도장을 찍었다. 고흥스런 전통한옥과 한옥생활체험관 등 문화 유적지가 잘 보존된 장소를 배경으로 젊은 작가들의 실험정신이 돋보이는 작품들은 컴퓨터를 찾은 관람객들에게 전통과 현대가 어우러진 독특한 볼거리를 제공했다. 특히 1점당 20만원 미만의 저렴한 가격은 그림

에 대한 문턱을 낮춤으로써 미술애호가들로부터 큰 관심을 받았다. 전주문화재단은 올해 성과를 계기로 Yaaf의 경쟁력을 높이는 다양한 방안을 모색해 전주한옥마을과 함께 대표적인 문화브랜드로 키워나간다는 계획이다.

마니프와 Yaaf는 최근 존재위기에 몰린 '아트 광주 12'(9월6~9일)에 시사하는 바가 크다. 대중성과 지역성을 키워드로 내건 두 아트페어는 정체성과 홍보마케팅 등에서 아쉬움을 남겼던 아트광주와 좋은 대조를 이루고 있기 때문이다.

지난 2010년 광주비엔날레와의 연계를 내걸고 뜻을 펼친 아트광주는 창설취지를 전혀 살리지 못한 채 수십여 개의 국내 아트페어중 하나로 전락하는 수모를 겪었다. 국제아트페어라는 위상이 무색하게 국내외 유수갤러리를 끌어들이지 못한다.

경기침체로 인한 후원금 감소로 홍보와 마케팅이 힘을 잃으면서 지난 대회보다 관람객이 5000여 명이 감소한 1만5000명에 그쳤다.

무엇보다 비엔날레와의 상생을 모토로 내걸었지만 비엔날레 전시관과 아트페어 행사장인 김대중 컨벤션센터가 지리적으로 떨어져 있어 비엔날레 관람객을 끌어들이는 데 실패했다. 이를 두고 지역미술계는 "비엔날레 관람객들을 행사장으로 유인하기 위해선 비엔날레 전시관 가까운 곳에 아트페어 또는 아트페어를 대신하는 특별기획전 등을 개최하는 방안을 검토해야 한다"고 강조한다.

미술평론가 정준모씨는 "아트페어 춘추전국시대"라는 말이 나올 정도로 현재 30여개 가 넘는 아트페어들이 좁은 국내 미술시장을 놓고 치열한 경쟁을 벌이고 있다"면서 "아트광주를 대표브랜드로 키우기 위해서는 광주비엔날레와의 연계, 아시아 문화중심도시 프로젝트 등 광주만의 콘텐츠를 적극 활용해야 한다"고 조언한다.

/서울=박진현기자 jhpark@kwangju.co.kr

문화수도 광주  
광주일보와 함께

## 홍스페이스 모던가구 & 이태리가구 모던가구 런칭 30% 특별가 판매, 혼수가구 환영!



**78만원**



**4인셋 98만원**



**4인셋 175만원**



**2+2 98만원**

홍

스페이스

SPACE

www.hong79.com(홍천구닷컴)

광주광역시 동구 장동 58-15(동구청-장동도터리) 가구빌딩 450평 ☎ 1899-0240

NAVER 홍스페이스 검색