아시아나機·기아차 타고 삼성전자 가전제품 쓰고 짐은 대한통운이 옮긴다

D-35…33개 후원사 통해 미리 보는 광주U대회

광주은행 수납·환전…소요자금 관리
블랙야크·LF 봉사자·심판 옷 제공
먹을거리 빕스, 음료·간식은 롯데서

'아시아나 비행기·기아차 타고 와 삼성전자 가전제품 쓰고, 짐은 대한통운에서 운송….'

전 세계 젊은이들의 스포츠 대축제인 2015광주하계유니버시아드를 후원하기 위한 국내외 기업의 러브콜이 이어지고 있다.

현 파워소비층이자 향후 20~30년간 소비를 주도할 10~20대들에게 기업의 이미지를 심어줄 절호의 기회이기 때문이다.

광주U대회 조직위는 대회의 역동적이고 젊은 이미지와 어울리는 기업들을 선별하고 후원액(현금, 물품 및 용역 등)에 따라 가장 높은 글로벌 프리미엄 파트너를 비롯한 오피셜 파트너, 오피셜 스폰서, 오피셜 서플라이어 등 4단계로 나눴으며, 그 외 소액 후원사는 유니버시아드 프렌즈로 분류해 후원을 받고 있다.

특히 글로벌 마케팅 권리를 통해 삼성전자, 기아차, SK텔레콤, 현대건설 등 굵직굵직한 글로벌 기업들을 비롯한 33개 기업이 후원 기업으로 확정된 상태다. 후원사 33곳을 통해 U대회를 미리 들여다봤다.

전 세계 150여개국에서 참가하는 외국 선수단은 '아시아나 비행기'를 타고 광주에 도착해 현대건설이 지은 선수촌 등에 묵는다.

선수단이 가져오는 경기용품, 각종 물품은 '대한통운'이 운송하고, 선수촌에는 '디와이 플래그'가 제작한 만국기가 펄럭인다.

선수들은 '영신F&S'가 제공한 가구와 롤 스크린 등이 설치된 선수촌에서 '삼성전자'의 에어컨으로 더위를 식히고, 삼성 TV와 컴퓨터, 태블릿 PC 등으로 여가시간을 보낸다.

참가비 수납이나 환전은 선수촌 내 '광주은행'에서 해결한다. 광주은행은 조직위 지정 금고, 대회 운영 소요 자금 등을 관리하고 있다.

선수와 임원단을 제외한 경기운영요원, 미디어 등 대회 참가자들은 '세방여행'이 제공하는 숙박 예약 대행 서비스를 통해 지정숙박시설을 이용한다.

'기아차'가 제공하는 승용, 승합, 버스 등은 국내외 참가자와 VIP, 운영요원을 각 모터풀(본부호텔, 공항, 메인미디어센터, 선수촌, ITO빌리지)과 경기·훈련장으로 모시는 '발' 역할을 한다.

선수들은 광주U대회 유니폼 규정에 맞게 자국에서 제작한 유니폼을 착용하며, 자원봉사자와 대회 운영요원, 운전원, 심판, 광주U대회 조직위 직원, 국제대학스포츠연맹 관계자들은 '블랙야크'와 'LF'가 제작한 유니폼을 입게 된다. LF는 슈트, 셔츠 등 정장 유니폼을 제작하며, 블랙야크는 스포츠웨어를 제공하게 된다.

먹을거리는 '아워홈'과 레스토랑부문인 '빕스'가 제공한다.

아워홈은 1만2000명의 선수·임원단에 국가별 특성을 고려한 식단을 제공한다. 아워홈은 이슬람 종교 국가의 참여를 반영해 '할랄식'도 선보일 예정이다.

대회 곳곳을 누빌 대회운영요원과 자원봉사자 등 종사자들을 위한 간식은 '롯데마트'가 맡는다. 음료부문은 '롯데칠성음료'에서 일체 후원한다.

조직위는 정보부문 파트너인 'SKC&C'가 구축한 대회통합운영시스템(TIMS)을 통해 대회 정보를 제공하고, 통신부문 파트너인 'SK텔레콤'은 유무선 통신 시스템을 제공한다. 일부 경기장과 훈련장에는 '서울텐트'가 제공한 임시시설물에 기능실이 배치된다. '현대해상'은 대회가 안정적으로 운영될 수 있도록 각종 보험 서비스를 제공한다.

/박진표기자 lucky@kwangju.co.kr

28일 오전 국회도서관에서 열린 '국회 광주유니버시아드대회 지원단 발대식'에서 참석자들이 대회의 성공적인 운영을 기원하며 퍼포먼스를 하고 있다. /연합뉴스

U대회 자원봉사자 6만명 신청 9700명 최종 선발…내일 발대식

2015광주하계유니버시아드(7월 3~14일) 조직위원회가 대회성공 개최를 이끌 자원봉사자 발대식을 갖는다.

오는 30일 오후 2시 30분부터 광주시 서구 염주종합체육관에서 열리는 이날 발대식에는 윤장현·김황식 공동위원장을 비롯한 자원봉사자 7000여명이 참석할 예정이다.

발대식은 식전공연, 자원봉사 발대식, 통역앱 교육, 축하공연 순으로 진행되며 지역 오피니언리더들로 구성된 분야별 지원단이 의료서비스와 캐리커처, 음악·무용 공연, 작품 전시회 등 다양한 지원과 재능기부 등을 선보일 예정이다.

또 자원봉사자 대표 선서, 유니폼 패션쇼, 통역 앱 서비스 교육 등과 함께 하하&스컬, 여행스케치, 베리 굿 등 연예인 공연, 행운권 추첨 등 다양한 즐길거리도 마련된다.

자원봉사자들은 대회기간 현장 최일선에서 행사 진행, 수송 업무, 통역 등을 도맡으며 대회의 성공 개최를 돕게 된다.

자원봉사자들의 나이와 경력도 10대 청소년부터 80대 노인, 부부, 파독간호사 출신 등 다양하다.

조직위는 지난 2012년 10월부터 자원봉사자 모집에 나서 최근 9700여명의 봉사자를 최종 선발했는데, 그동안 10개분야 30여개 직종에 6만여명의 신청자들이 몰려들었다. 이 중 김종식(86)씨는 광주U대회 자원봉사자 중 최연장자로 대회기간 선수촌에서 일본어 통역을 맡게 됐다.

최연소 참가자는 석다연(13)양이다. 석양은 지난 2011년부터 2013년까지 캐나다에서 영어를 공부한 실력자다.

신동철(60)·조은희(54)씨 부부는 지난 10년간의 미국 생활 경험을 살려 통역 업무 자원봉사자로 선발됐다. /박진표기자 lucky@kwangju.co.kr

무안읍시장 500m 거리에 새시장 신축 구례산동시장 폐쇄 郡소유 '장터' 개설

전통 죽이는 '전통시장 살리기' 실태

기존 5일장 상인들 대책 없어
전남 22개 시·군 3000억 투입
특색·장점 사라져 효과 의문

전통시장에 주차장, 진입로, 아케이드 등 편의시설을 보강해 지역상권을 보호하겠다며 추진중인 전통시장의 시설현대화사업이 오랜 역사와 문화를 가진 전통시장을 위협하고 있다. 시·군이 자연적으로 형성된 전통시장이 아닌 다른 곳에 현대식 시장을 신축하고 있기 때문이다. 높은 분양가나 경쟁률로 인해 기존 상인, 노점상 등은 전통시장이 있던 자리에 그대로 남고, 새로운 시장이 문을 열면서 전통시장의 경쟁력도 오히려 약화되고 있다. 그럼에도 불구하고 전남도내 시·군은 열악한 재정 여건에도 수십억원 이상을 쏟아붓고 있다.

◇무안읍시장, 구례산동시장 등 기존 상인은 거의 배제=무안군은 지난 1984년 개장한 무안읍시장을 500m의 거리로 이전해 '현대식 공설마트'를 신축하는 공사를 최근 착공했다. 국비 80억3000만원 등 197억원이 투입되는 이번 사업을 통해 무안군은 모두 7개 동의 건축물을 지을 예정이다.

상설시장 점포 12곳, 수산시장 점포 10곳, 식당 7곳, 5일 시장 점포 46곳 등 75개의 점포의 주인은 분양공고를 통해 결정하기로 했다. 그러나 현재 86개 점포가 운영중인 기존 무안읍시장 상인에 대한 대책은 아직 마련하지 못한 상태다. 일부 상인은 영업우선권을 요청하고 있으나 형평성 등의 문제로 인해 검토중이라는 것이 무안군의 해명이다. 상당수 상인과 노점상이 저소득층으로, 분양가를 감당하지 못할 것이라는 전망도 나오고 있다.

결국 무안읍시장은 그대로 방치되고 다른 곳에 시장 한 곳이 더 생기는 셈이다.

무안군 관계자는 "점포 분양 경쟁률이 상당할 것으로 보이며, 기존 시장 및 상인에 대해서는 어떻게 해야할 지 아직 대책을 논의중"이라고 말했다.

구례산동시장 역시 마찬가지다. 오랜 역사를 가진 산동시장을 그대로 두고 83억원을 투입해 1km의 거리에 '지리산 나들이장터'를 개설한 구례군은 산동시장을 폐쇄했지만 여전히 50여 명의 상인들이 장사를 계속하고 있다. 나들이장터는 농산물 가공·판매·체험 등의 시설을 갖췄으며 지역 외 출신을 포함한 114명이 점포를 운영하고 있다. 구례군은 나들이장터를 군 소유로 하고, 이들 점포로부터 1년에 불과 2400만원의 사용료만 받고 있다.

◇15년간 시설현대화에 3051억 투입…성과는?=전통시장 시설현대화사업의 사업비는 국비와 시·군비가 대부분이다. 2001년부터 전남지역 내 전통시장 84곳에 3051억1200만원이 쓰였는데, 이 가운데 국비가 1838억9400만원, 시·군비가 1175억5300만원, 도비 5억5000만원, 자부담 31억1500만원 등이다.

전통시장을 위해 22개 시·군이 평균 53억4332만원을 쓴 것이다. 장흥토요시장, 목사고을시장, 곡성기차마을, 녹차골향토시장 등 일부 전통시장의 경우 상당한 성과를 냈지만 유사한 형태의 시장이 곳곳에 생겨나면서 경쟁력이 낮아지고 있다는 지적도 있다. 광양시의 경우 광영시장, 옥곡시장, 광양정기시장 3곳을, 고흥 역시 녹동시장과 고흥읍5일시장을 현대식 공설마트로 신축했으며, 장흥군과 장성군도 각각 29억3000만원, 45억8500만원으로, 대덕시장과 사거리시장에 대한 재건축사업을 벌이고 있다.

지역 곳곳의 전통시장마다의 역사와 문화에서 유래된 특징은 사라지고 유사한 현대식 건축물이 전남 시·군에 들어서고 있는 것이다.

대규모 예산이 들어감에도 불구하고 사전 분석 및 사후 평가도 부실하다.

시장경영진흥원의 전국 단위 조사에 의존해 시설·경영현대화사업을 실시한 일부 시장의 매출액이 상승하고 만족도가 높아지고 있다는 평가가 거의 유일한 실정이다.

한 대학 교수는 "시설현대화사업이 전통시장의 특징과 장점을 어떻게 유지·보존하면서 이용객들의 불편을 최소화할 것인지를 고민하기보다는 사업부터 실시하고 보자는 경향이 강하다"며 "농어촌과 중소도시에 들어서는 이러한 현대식 공설마트가 얼마나 필요한지에 대한 조사도 없이 사업이 착공되고 있다"고 지적했다.

/윤현석기자chadol@kwangju.co.kr