

국제행사 유치에 관한 사례조사

Greg Clark (OECD LEED포럼 의장)

이 글은 OECD에서 2008년 발간한 Local Development Benefits from Staging Global Events (Greg Clark)의 제3장(Leaming from Experience: Case Studies on Hosting Events)을 정리한 것이다. Clark는 국제행사를 크게 ① 무역박람회와 전시회, ② 문화행사, ③ 스포츠행사, ④ 정상회담과 국제회의로 구분하고 다양한 지역의 국제행사 사례를 보여준다. 아래에서는 노동시장 및 일자리창출 부문에서의 영향이 직접적으로 나타나 있는 사례 4개를 선정해서, 문화행사의 경우에는 영국의 에딘버러 축제, 스포츠행사의 경우에는 영국 맨체스터에서 개최된 2002 영연방 경기대회와 뉴질랜드 오클랜드에서 개최된 2002~2003년 아메리카스컵, 정상회담의 경우에는 캐나다 할리팩스에서 개최된 1995 G7 정상회담의 사례를 살펴보고자 한다.

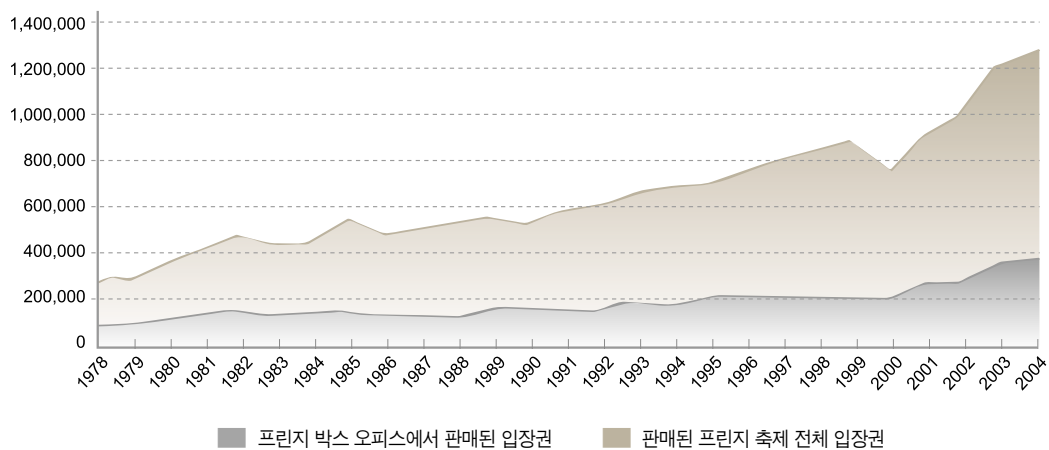
■ 영국 에딘버러 축제

‘에딘버러 축제’로 불리는 하나의 페스티벌이 존재하지 않지만 이 용어는 7월 말에서부터 9월 초까지 에딘버러에서 열리는 수많은 개별적인 축제를 통칭해 일컫는 약어이다. 행사에는 에딘버러 국제페스티벌(Edinburgh International Festival), 프린지 페스티벌(Fringe Festival), 에딘버러 국제

영화제(Edinburgh International Film Festival), 에딘버러 재즈 및 블루스 축제(Edinburgh Jazz and Blues Festival), 에딘버러 북 축제(Edinburgh Book Festival), 에딘버러 사람 축제(Edinburgh People's Festival), 에딘버러 예술 축제(Edinburgh Art Festival) 등이 포함되어 있다. 하지만, 전체적인 축제 분위기가 관중을 이끌어 모으는 것이기 때문에 축제 참가자들에게 이러한 특징은 별 차이가 없다. 여름 몇 달간 에딘버러 도심 중앙은 실제로 축제 분위기 그 자체이며 개최되는 일련의 행사들은 시 당국이 대규모 행사 경험이 많다는 것을 잘 보여준다.

프린지 페스티벌은 최근 몇 년간 지속적인 성공을 거두며 해를 거듭할수록 더 많은 관광객을 유치하고 있다. [그림 1]은 얼마나 많은 관중이 모이는지를 잘 보여준다.

[그림 1] 1978~2004년 에딘버러 축제 관광객 수



주 : 프린지 박스 오피스와 행사장 전체 관점에서 입장권 판매는 2004년 사상 최대를 기록했음.
출처: 프린지 축제협회(2004).

동일한 보고서를 보면 에딘버러 축제가 스코틀랜드의 경제, 노동시장, 관광산업에 미친 영향과 관련한 다양한 통계 수치를 알 수 있으며 이는 <표 1>과 같다.

따라서, 에딘버러와 스코틀랜드가 1947년부터 시작된 이 여름 축제를 주최함으로써 상당한 이익을 누리고 있다는 점에는 의심할 여지가 없다. 실제로 주민들은 축제 때문에 에딘버러가 살기 더 나은 곳으로 바뀌었다고 폭넓게 인정하고 있다. 이렇게 인기 있는 저명한 연례 행사를 주최함으로

써 삶의 질이 개선되었을 뿐 아니라 에딘버러의 국제적 명성이 크게 높아졌으며, 도시의 인프라가 상당한 관광객 유입을 수용할 수 있을 정도로 잘 정비되었다. 이는 확실히 2005년 G8 정상회담 당시 이 도시를 방문하는 관광객을 잘 관리할 수 있는 경험을 조직위에게 제공했을 것이다. 이는 에딘버러 시 당국이 왜 세계크로스 컨트리 챔피언십(World Cross Country Championships) 같은 대규모 국제행사 유치전에 참여하기 시작했는지를 설명해 준다. 에딘버러는 2008년 세계크로스 컨트리 챔피언십을 개최할 예정이다. 실제로, 에딘버러 시의회는 행사 전략 발표 시 서론에서 “본 문서는 에딘버러 축제 전략에 맞춰 마련했다”라고 명시하고 있다(에딘버러 시의회 행사 전략, 2002).

〈표 1〉 2003~2004년 에딘버러 축제의 경제적 효과

항 목	금 액
경제 (GBP, 백만)	
에딘버러 여름 축제 전체가 창출한 매출	135
- 에딘버러만 해당	127
- 에딘버러 내 프린지 축제에 의한 매출	70
고용 (명)	
스코틀랜드 여름 축제	2500
에딘버러 여름 축제	2900
방문객	
2004년 여름 축제 총 방문객 수	250만명 이상
숙박 관광객의 평균 숙박일 수	5박
언론	
여름 축제 언론 보도의 가치	GBP 1160만

출처: 프린지 축제 협회(2004).

에딘버러의 경우 매년 대규모 행사를 주최하게 되면서 시 당국은 보다 적극적인 국제화 정책을 추진할 수 있는 자신감과 동기를 얻게 되었다.

이 두 가지 사례연구는 시 당국이 이미 매년 개최되고 있는 기존의 행사로부터 도출해 낼 수 있는 이익이 무엇인지를 잘 보여준다. 국제적인 노출과 이미 축적한 행사 경험은 더 큰 행사를 성공적으로 개최하는 데에 필요한 가장 중요한 요소가 될 수 있다. 전 세계 대부분의 도시들은 형태나

규모는 다르지만 어떤 식으로든 연례 행사를 주최하고 있다. 본 토의에서 얻을 수 있는 가장 큰 교훈은 이러한 행사들이 더 크고, 더 결집된, 더 원대한 행사 전략을 마련하기 위한 좋은 출발점이 된다는 것이다.

■ 영국 맨체스터 : 2002년 영연방 경기대회

맨체스터는 영연방 경기대회 유치전 참여를 통해 맨체스터가 세계적 수준의 행사 주최뿐 아니라 영연방 경기대회를 통해 맨체스터와 주변 지역에 단기적인 이익 그 이상을 달성하고자 한다는 점을 명확히 알렸다. 맨체스터는 “새로운 스포츠 시설과 사회적·물리적·경제적 재생의 항구적 유산을” 남김으로써 그 혜택을 극대화하고자 했다(맨체스터 시의회, 2003). 맨체스터는 모든 측면에서 이 두 개의 목표를 성공적으로 달성했다.

영연방 경기대회 자체가 대단한 성공이었다. 1948년 하계 올림픽 이후 영국 내에서 주최되는 가장 중요한 다경기 행사로서 거의 4,000명의 운동선수들이 14개의 개인 경기와 3개의 팀 경기에 출전했다. 거의 100만 명(맨체스터 시와 그 주변 지역 관람객 포함)이 11일간 열린 경기에 참석했으며, 전 세계 수백만 명이 200시간이 넘는 생방송 중계를 시청했다. 많은 사람들이 이러한 대규모 행사를 맨체스터 시가 주최할 능력이 있는지에 대해 회의적이었다. 하지만, 경기가 진행되자 비판하는 사람들은 별로 없었으며 세계는 이러한 세계적 수준의 행사를 효율적이고 열정적으로 운영하는 맨체스터 시를 크게 칭찬했다.

이러한 성공의 주요 요인은 맨체스터 시민들의 헌신이었다. 맨체스터 시민들은 개최 도시로 선정된 것에 자부심을 가졌으며, 조직위가 미래를 위한 유산을 남기고 싶어한다는 점에 기뻐했다. 경기 지원에 참여한 많은 자원봉사자와 청소년 및 입장권 소지자들은 영국 북부에서 온 사람들이었다.

하지만, 맨체스터 동부 지역을 재개발하기 위해 시간과 비용을 투자하겠다는 결정이야말로 맨체스터 시와 시민들에게 행사의 성공을 가져다 준 요인이었다. 이 지역은 특히 도심 내에서도 낙후된 지역으로서 수십 년 전 중공업의 몰락 이후 대부분 방치된 지역이었다. 중공업의 쇠퇴 이후 범죄율은 증가했으며 주택시장은 폭락했다(공장 노동자의 60%가 일자리를 잃었다). 이미 취약한 인프라

와 방치된 토지라는 심각한 문제와 함께 이러한 요인들로 인해 거주자는 크게 줄었다.

맨체스터 시는 그 지역을 상업 센터가 완벽하게 갖춰져 있으며 그 중심에는 38,000석의 스타디움이(현재 맨체스터 시티 축구팀의 홈 그라운드) 건설되는 새로운 스포트시티 부지로 선정했다. 7,700만 파운드의 비용은 정부와 국립복권(National Lottery)이 재원을 제공하는 기관인 스포트 잉글랜드(Sport England)가 부담했다. 시 의회는 2000년 올림픽 유치에 실패했을 때 이미 중앙정부의 재원 7,000만 파운드를 이용해 이스트랜즈 부지를 매입했다. 영연방 경기대회 유치는 도시 재생 기금을 확보하고 맨체스터 동부에 민간 투자를 유치하기 위해 절대적으로 중요한 요인이었다. 맨체스터 동부는 과거의 노력에도 불구하고 1990년대 중반 여전히 기업과 주민을 유지할 수 없는 상태였기 때문에 지역 재생은 쉽게 달성할 수 없는 것이었다. 영연방 경기대회 유치를 통해 얻은 긍정적 사회적 영향은 막대했으며 의도한 바대로 그 혜택이 오래 지속되지 않을 이유가 없다.

스포츠시티 건설 그 자체가 현지민들에게 일자리 기회를 제공했기 때문에 재생 과정의 시작이었다. 물론 그 자체가 장기적 해결책은 아니었다. 하지만 시 의회는 근시안적이지 않았다. 스포트 시티뿐 아니라 주택과 상업단지 역시 건설되었다. 이는 올림픽 유치전에서부터 시작된 장기 프로젝트로 이후 영연방 경기대회까지 이어졌는데 초기부터 투자를 유치해 현지민들의 자부심을 회복시켰으며 이후 여세를 몰아 영연방 경기대회가 종료된 이후에도 오랫동안 지속되었다.

또한, 영연방 경기대회는 버스 승차장과 공항의 재개발 및 교통 혼잡을 줄이기 위한 맨체스터 시내 우회로 최종 연결공사 완료 등 몇 가지 대규모 교통계획 추진을 가속화시켰다. 맨체스터는 영국의 타 도시들과는 달리 놀라운 정도로 효율적이며 수 많은 차량에도 잘 대처하는 교통 시스템으로 영연방 경기대회 동안 많은 언론의 관심을 받았다. 조직위는 대회장으로 가는 교통량의 80%를 대중교통이 담당했다는 사실을 매우 자랑스럽게 생각했다.

<표 2>는 영연방 경기대회를 통해 얻은 이익과 관련된 자세한 통계 수치를 보여준다. 이 표는 캠브리지 폴리시 컨설턴츠(Cambridge Policy Consultants)가 발표한 2002년 영연방 경기대회와 다른 행사에 대한 평가 보고서를 기반으로 작성되었다.

맨체스터 투자가 성공한 주요 요인은 어떻게 하면 현지 지역민들의 지지를 얻고 지역사회에 장기적으로 긍정적 결과를 보장할 수 있는 방식으로 막대한 자금을 지출할 것인지 신중하게 고려했기 때문이다. 영연방 경기대회와 관련해 경제 및 사회적 이유가 없는 큰 지출은 없었다. 현지 자원봉사자를 활용할 경우 경제적 이익이 생기며 자원봉사자들이 향후 고용에 도움이 되는 능력과

〈표 2〉 2002년 맨체스터 영연방 경기대회를 통한 이익 통계 자료

항 목	금 액
재생 투자:	(GBP, 백만)
재생 인프라 공공 투자	670
- 맨체스터 동부 지역	570
신규 스포츠 시설 투자	127
신규 교통시스템 투자	800
공공 투자 100만 파운드 당 수익 추정	2.7
방치된 토지 매립 (Km2)	146Km2
고용	(명)
건설 관련 일자리 창출	2050
영연방 경기대회 운영 관련 일자리	4000
영연방 경기대회 이후 3~5년간 관련 일자리	250
사회적 이익	(명)
영연방 경기대회 자원봉사를 위해 공인 자격을 취득한 저소득 층	2000 이상
관광	(명)
영연방 경기대회 이후 매년 스포츠타지 예상 방문객	450만명
이미지 효과	(GBP, 백만)
도시 이미지 상승으로 인한 투자 유치	35

출처: 캠브리지 폴리시 컨설턴츠(2002); 영연방 경기대회 조직위원회(2002).

경력을 쌓게 되고 이들이 훈련과 취업에서 새로운 자신감을 갖게 된다는 생각을 했다. 어떤 도시 또는 조직이든 대규모 행사를 성공적으로 개최할 경우 관광, 스포츠 인프라, 측정 가능한 상업적 이익 등을 달성할 수 있을 것이다.

실제로, 영연방 경기대회 동안 맨체스터의 술집과 식당 매출이 3배 증가한 것으로 보고되었으며, 현지 관광위원회인 '마케팅 맨체스터(Marketing Manchester)'는 도시의 위상이 높아져 매년 30만 명 이상의 관광객이 맨체스터를 더 방문할 것으로 추산하고 있다. 영연방 경기대회의 물리적인 스포츠 유산은 결코 부정할 수 없을 정도로 막대한데 여기에는 노던 리저널 테니스센터, 내셔널 스퀘시 센터, 맨체스터 시티 스타디움, 맨체스터 벨로드롬, 선수시설, 맨체스터 아쿠아틱스 센터 등이

포함된다. 업그레이된 벨레뷰(Belle Vue) 와 모스사이드(Moss Side) 레저 센터와 함께 이러한 시설 들은 국내 스포츠 자산 역할뿐 아니라 현지 지역사회에도 기여하게 된다. 실제로, 런던이 2012년 올림픽을 성공적으로 유치한 주요 요인은 영연방 경기대회의 성공을 배경으로 국제 스포츠 행사를 유지하는 영국의 능력에 대한 인식이 높아졌기 때문이라고 많은 논평가들은 분석하고 있다. 국제적 행사를 성공적으로 개최할 경우 이는 해당 도시와 지역에 큰 이익을 가져다 준다. 물론 맨체스터의 경우는 그 이상의 성공을 거두었다.

■ 뉴질랜드 오클랜드 : 2000~2003년 아메리카스 컵(America's Cup)

아메리카스 컵은 요트 스포츠에서 가장 유명하고 가장 명성이 높은 레이스이자 근대 올림픽보다 45년이나 먼저 개최된 가장 유서 깊은 국제 스포츠 경기이다. 요트계의 '성배'로서 오랜 역사와 명성을 자랑하고 있기 때문에 이 대회는 세계 최고의 요트 선수들과 요트 설계자를 불러모은다. 이 대회의 가장 핵심적 요소는 요트 레이스이지만, 요트 설계, 돛 설계, 자금조달, 관리능력의 시험대이기도 하다. 원래 대회 명칭은 로얄 요트 스쿼드런 컵(Royal Yacht Squadron Cup)이었으나 최초의 트로피를 거머쥔 요트 스쿠너 아메리카를 따라 아메리카스 컵이라는 이름이 붙여졌다.

아메리카스 컵 경기는 도전 중심의 요트 시리즈로서 현재는 최고를 가리는 9회의 매치가 진행된다 (2개의 보트 간 시합). 명시된 요건을 충족시킨 도전자는 아메리카스 컵을 보유한 요트 클럽에 도전할 권리를 갖게 있다. 1983년 이래 루이뷔통은 도전자 선정 시리즈인 루이뷔통 컵을 후원해 왔다. 아메리카스 컵은 루이뷔통 컵 승자와 현재 아메리카스 컵을 보유한 팀 간의 경기이다. 도전하는 팀이 이기게 되면 아메리카스 컵의 소유권은 방어자 요트 클럽에서 도전해서 승리한 팀의 요트 클럽으로 이전된다.

이 행사는 전통적으로 아메리카스 컵을 방어하는 요트 클럽이 있는 국가가 주최하며 따라서 뉴질랜드의 블랙매직(Black Magic)이 미국 팀에게 도전에 성공해 1995년 아메리카스 컵을 얻게 되자 경기를 주최할 책임은 뉴질랜드가 지게 되었다. 로얄 뉴질랜드 야트 스쿼드런(Royal New Zealand Yacht Squadron)은 2000년 아메리카스 컵을 성공적으로 방어한 후 경기를 유치할 두 번째 기회를 얻게 되었다. 오클랜드가 다시 개최지로 선정되었으며 2차 경기는 2002~2003년에 개최되었다.

존스톤 & 스위처(2002)는 오클랜드 시가 바이덕트 분지라는 항구의 낙후된 지역을 재개발함으로써 아메리카스 컵 유치라는 명예에 부응했다고 보고했다. 아메리카스 컵에 참가하는 몇 십 명의 팀원들뿐 아니라 거의 100개에 달하는 수퍼 요트를 수용하기 위해 분지 지역을 준설했으며 계선소가 세워졌다. 프린세스 부두도 재개발되기 시작했다. 고급 아파트와 힐튼 호텔이 기존 건물을 대체했다. 수많은 고급 레스토랑과 술집이 아파트 1층에 개장했다. 현재는 카페 거리이지만 과거에는 단지 몇 개의 조그마한 레스토랑이 있는 지역이었다. '마이크로소프트 하우스' 같은 새로운 기업 건물도 세워졌다. 이 지역 전체를 도시의 대표 거리로 만들기 위해 막대한 자금을 지출했다. 수많은 관광객들이 분지에 모여들어 경기에 참여한 보트가 출항 및 도착하는 것을 지켜보고 수많은 행사에 참여하거나 단순히 경기를 즐기기도 했다. 이 축제는 속성상 길게 끄는 루이비통 쉐린지 때문에 몇 달간 지속되었다.

아쉽게도 뉴질랜드 팀은 2003년 스위스 도전 팀인 알링기에게 컵을 빼앗겼으나 이것이 대규모 행사를 주최했던 뉴질랜드의 역량에 방해가 되지는 않았다. 아메리카스 컵은 오클랜드뿐 아니라 뉴질랜드 전체에 경제적으로 큰 긍정적 효과를 가져왔으며, 이는 조직위가 도시 기반의 행사를 이용해 국가 경제를 활성화하는 데에 성공했다는 것을 의미한다. <표 3>은 마켓 이코노믹스(Market Economics Ltd.)가 뉴질랜드 관광부를 위해 별도로 마련한 보고서를 기반으로 작성된 것으로서 2003년 아메리카스 컵이 경제적 관점에서 얼마나 큰 영향을 미쳤는지를 잘 보여준다.

아메리카스 컵 행사는 유형의 GDP 및 고용 효과와 더불어 방대한 언론 노출을 통해 뉴질랜드에 대한 국제적인 인식을 - 관광 및 비즈니스 목적지- 마련했으며 뉴질랜드 해양 부분의 명성을 더욱 강화하는 데에 기여했다. 이 행사는 수많은 수퍼요트 및 기타 선박들을 뉴질랜드로 유치해 해양 분야가 역량을 입증하고 비즈니스 관계를 개선할 수 있는 또 다른 기회를 제공했다.

마켓 이코노믹스(Market Economics Ltd.)는 추가적인 가치와 고용이 분명히 이익의 중요한 요소이기는 하지만 상기 경제 분석이 꼭 직접적 이익과 일치하는 것은 아니라고 강조한다. 예를 들어, 바이덕트 분지 지역에 집중할 경우 기업이 외곽 지역에서 아메리카스 컵 부지로 이동할 것이라며 우려의 목소리가 있었다. 존스톤 & 스위처(2002)는 현지 기업들과의 인터뷰 후 이러한 사실을 보고했고 아메리카스 컵 행사 이후 겨울 몇 달 간 경기가 회복되지 못했다는 증거를 찾아냈다.

그럼에도 불구하고 상기 설명한 자본 유치, 고용 증가, 위상 개선을 보면 해당 도시뿐 아니라 해당 국가 전체의 잠재력을 완벽하게 실현하는 데에 행사가 매우 도움이 된다는 것을 알 수 있다.

〈표 3〉 2003년 아메리카스 컵의 경제적 효과

항 목	금 액
경제적 이익	(NZD, 백만)
2000~2003년 뉴질랜드 경제에서 늘어난 순 매출	523
- 해양 부문	143
- 숙박 및 집객	92
- 소매 및 유희	132
- 기업 및 가정 서비스	48
- 교통	48
이 매출을 통해 뉴질랜드 경제에 창출한 부가가치	529
- 오클랜드 경제에 창출된 부가가치	450
고용	(full time years)
- 국가 경제에 창출된 일자리	9360
- 오클랜드 경제에 창출된 일자리	8180

출처: 마켓 이코노믹스(2003).

■ 캐나다 할리팩스 : 1995년 G7 정상회담

1995년 G7 정상회담의 경우 주최 도시로 캐나다 노바 스코티아 할리팩스가 선정되었다. 시 당국은 G7 정상회담을 개최하게 된 것에 무한한 자부심을 가졌으며 이 행사를 할리팩스와 캐나다 주민들에게 진정으로 항구적인 이익이 되는 행사로 만들겠다는 의지를 갖고 이를 입증해 주었다. 시 당국은 효율적인 정상회담을 조직했을 뿐 아니라 이 행사를 통해 할리팩스를 국제적인 관광 및 비즈니스 도시로 만들어 지역의 문화와 기술을 알리는 중심체 역할을 할 수 있도록 적극적인 노력을 펼쳤다.

시 정부는 공식적인 할리팩스 정상회담 사무국(Halifax Summit Office: HSO)를 설립해 자원을 특별히 행사에 배정하겠다는 의지를 보였다 (이전에는 정부 부처가 다른 업무와 함께 행사 관련 업무를 담당했다). 그 후 HSO는 정상회담의 공식 목표를 발표하고 정상회담 개최가 할리팩스에 도움이 되도록 적극적인 노력을 기울이고 있다고 다시 한번 강조했다. HSO의 목표는 “할리팩스

정상회담 기간과 그 이후 해당 지역과 할리팩스를 관광지로 홍보하고 비즈니스 기회를 창출한다” 이었다 (할리팩스 정상회담 사무국).

HSO는 상대적으로 적은 금액인 CAD2,800만을 예산으로 설정했는데 이는 이전의 나폴리 정상 회담보다 훨씬 낮은 수치였으며 러시아 연방 대표단을 영접할 필요가 없었던 1988년 토론토 정상 회담 예산인 CAD2,930만보다도 적었다. 한 현지 건설회사가 대서양해양박물관(Maritime Museum of the Atlantic), 세계무역컨벤션센터(World Trade and Convention Center), 메트로센터(Metro Center) 등 정상회담 장소를 업그레이드 및 리모델링하는 계약을 수주했다. HSO는 총 예산의 60%를 이렇게 현지 부문에 지출하겠다고 약속했다. 노바 스코티아 정부가 CAD100만을 기여하고 민간부문 후원을 통해 CAD250만을 조달하기는 했으나 행사를 위한 대부분의 자금은 연방 부처에서 제공했다. 민간 후원사 중에는 캐나다 유일의 가장 오랜 역사를 가진 양조장인 무스헤드 브루어리즈(Moosehead Breweries Limited)가 있었다. 이 회사는 정상회담에 공식 맥주를 공급했다. 무스헤드 CEO의 언급을 보면 재계가 정상회담으로 인해 창출되는 기회를 어떻게 바라보고 있었는지 잘 말해 준다. “우리는 바로 이 지역에서 개최되는 이 정도 규모의 행사에 연계되고 싶었으며 이 행사를 사업을 하고 있는 국제시장에서 기존 관계를 강화하고 다른 신규 지역으로 진출할 가능성을 타진해 볼 유일한 기회로 생각한다”(데렉 올랜드, 무스헤드 브루어리즈 CEO).

할리팩스 정상회담 이전 한 연구는 <표 4>와 같이 경제적 효과를 예측했다.

<표 4> 1995년 할리팩스 G7 정상회담의 예상 경제적 효과

항 목	금 액
노바 스코티아 매출:	(CAD, 백만)
관광객 지출	7.3
그로 인한 추가적인 가계 소득	4.7
세입	0.6
할리팩스 재정:	(CAD, 백만)
인프라 지출	8.4
그로 인한 추가적인 가계 소득	4.9
일자리 창출	(full years)
노바 스코티아	170
할리팩스	160

정상회담 개최의 이익을 신속하고 효율적으로 현지 지역사회로 집중시키겠다는 목표가 행사 성공을 설명해 주는 근본적인 요인이며, HSO가 현지에 역점을 두고 현지 경제를 위해 계획했다는 많은 증거가 있기 때문에 이것이 ‘과급’ 효과를 냈다는 것에는 의문의 여지가 없다. HSO는 캐나다인들에게 정상회담의 역사적 중요성을 알리고 이들의 관심을 이끌어 내기 위해 정보제공용 책자를 배포했으며 현지 케이블 채널은 별도로 2개의 정상회담 TV 채널을 제공해 현지 지역사회에서 정상회담이 어떻게 진행되고 있는지 직접 시청할 수 있도록 했다.

또한, HSO는 한 발 더 나아가 현지 지역사회가 완벽한 참여와 지지를 보내도록 했다. 조직위원회는 정상회담과 동시에 ‘쇼케이스 할리팩스 95(Showcase Halifax 95)’와 ‘서밋 오디세이(Summit Odyssey)’라는 2개의 문화 축제를 기획함으로써 사람들에게 할리팩스에 머물면서 정상회담을 즐기도록 장려했다. 이는 정치 행사를 주최하는 당국이 잘 취하지 않는 조치였다. 이러한 문화 축제에는 도시의 다양한 장소에서 벌어지는 뮤지컬 공연, 시 낭독, 댄스 쇼, 예술 및 공예 전시, 영화 시사회, 거리 축제, 환경 쇼케이스, 과학 전시회, 국제 관람객 및 기술 엑스포 등이 포함되었다. 또한, 최근 재개발한 정상회담 장소를 장식할 작품을 제공하도록 현지 예술가들을 초청했기 때문에 대표단 역시 현지의 문화를 즐길 수 있었다. 할리팩스 주민들을 참여시키려는 노력은 실제로 대단했다.

HSO가 홍보한 바대로 정상회담을 캐나다식으로 개최하고자 얼마나 노력했는지 이 또한 감동적이었다. HSO는 ‘그린’ 정상회담을 추구하면서 이와 동시에 최첨단 정보기술을 활용하는 이중 전략을 추구했다. 할리팩스 당국은 환경적 인식을 보여주기 위해 정상회담 모든 부지와 활동에 대해 별도의 독립적인 환경 검토와 평가를 실시했다. “G-7 폐기물 제로(G7 Waste Zero)” 프로그램(폐기물의 85%를 매립하지 않겠다는 약속)과 모든 정상회담 대표단에게 커피 머그를 배포해 이들이 재사용이 불가능한 스티로폼 사용을 자제하도록 한다는 ‘머그업(mug-up)’ 정책 등은 ‘그린’을 향한 긍정적 조치를 잘 보여주었다. HSO는 정보기술의 관점에서 ‘슈퍼노바(SuperNova)’라는 전시회를 정상회담과 동시에 개최해 캐나다 기술의 진면목을 보여주었다. 대기업과 소기업이 모두 참석해 최신 혁신기술을 보여주었으며 일반국민들은 캐나다의 기업들이 가정과 직장에서 자신들의 삶에 무엇을 제공하고 있는지 알아보기 위해 전시회에 참석했다. 빌 반 스타뚜니넨 HSO 국장(기획)은 당시 “캐나다는 지식기반산업의 세계 리더로서 정상회담은 우리의 기술 리더십을 보여줄 수 있는 이상적인 기회이다”라고 말했다.

세계의 지도자들과 언론인들이 며칠간 진행된 정상회담을 마치고 떠난 뒤 할리팩스 시는 세계

에서 가장 강력한 국가의 정상들이 가진 최대의 회담에 대해 찬찬히 생각해 보게 되었다. 시 당국은 정상회담을 단순히 언론인들을 도시로 끌어들이는 정치인들의 회합 그 이상으로 만드는 데에 성공했다. 며칠간 문화 및 기술 전시회가 열려 도시 전체가 이를 즐겼으며, 인프라 투자나 도심 변화 측면에서 가시적 유산은 제한적이었으나 전 세계 언론의 관심을 받으며 진정한 의미의 자부심과 단결성이 생겼다. 아마도 가장 중요한 유산은 환경 리더십 프로그램을 기획하고 이행하면서 시민, 환경, 재계, 정부 부처 및 기관 간에 구축된 파트너십일 것이다. HSO는 가능하면 많은 사람들이 정상회담장 안에서 무슨 일이 일어나고 있는지 알 수 있도록 모든 노력을 기울였다. 이러한 종류의 도시 전체의 경험이야말로 시민들을 하나로 결집시키며 미래에 더 크고 더 유익한 행사를 유치할 수 있는 역량의 기반이 될 것이다. 캐나다에서조차 위상이 높지 않았던 이 도시가 2014년 영연방 경기대회의 강력한 후보지로 떠오른 것은 결코 우연이 아니다. 아쉽게도 할리팩스는 최근 재원조달 문제 때문에 경쟁에서 기권해야 했지만 과거에 국제행사를 성공적으로 개최했던 도시가 미래에 더 많은 것을 위한 능력, 경험, 동기를 갖고 있다는 사실은 변하지 않는다. **KLI**