

선진 홍보기법 습득 및 정책홍보 역량강화를 위한

공무국외연수 결과보고

- 기 간 : 2018. 12. 6. ~ 12. 14. (7박 9일)
- 연수국 : 4개국(영국, 프랑스, 스위스, 이탈리아)
- 인 원 : 10명(도 2명, 시·군 8명)



홍보담당관

목 차

I . 연수 개요	1
II . 방문 국가 현황	3
III . 주요 연수내용	7
III-1 영국 런던 코트라	7
III-2 프랑스 파리 북역 인포메이션 센터	10
III-3 스위스 인터라켄 투어리스트 인포메이션 센터 ...	12
III-4-1) 이탈리아 밀라노 엘칸토 민간언론사 ...	14
III-4-2) 이탈리아 피렌체 시 복지부서	16
IV . 연수 총평	18
V . 연수자 명단	20

공무국외연수 결과보고

- 선진 지자체의 언론홍보 시스템 및 홍보전략 벤치마킹을 통한 도정 홍보역량 제고
- 우수시책 및 볼거리, 즐길거리 등 외국 기관과의 교류를 통한 홍보 네트워크 확대 및 강화
- 선진 저출산·고령화 대응 시스템 등 벤치마킹하여 우리 도와 시군에 적용

I

연수개요

1. 연수개요

- 기 간 : 2018. 12. 6.(목) ~ 12. 14.(금)/ 7박 9일
- 연수국가 : 4개국(영국, 프랑스, 스위스 이탈리아)
- 연수인원 : 10명(도 2명, 시·군 8명)
- 연수내용
 - 도, 시·군정소식 소통강화를 위한 선진 홍보기법 및 대언론 관계, 효율적 광고 집행 등 벤치마킹
 - 해외 홍보거점 마련, 외국·재외동포 홍보 네트워크 구축
 - 선진 저출산·고령화 대응 시스템을 학습하고 도와 시군에 접목할 수 있는 방안 모색
- 방문기관

기관명	방문일시	주요내용
런던 코트라	2018. 12. 7.	해외 주재 공공기관과 네트워크 구축 및 홍보 확대 방안 모색 등
파리 북역 인포메이션 센터	2018. 12. 8.	관광 홍보 노하우 및 홍보전략 모색 등
인터라켄 투어리스트 인포메이션 센터	2018. 12. 10.	관광분야 홍보 및 역할 학습 등
엔칸토 현지언론사	2018. 12. 11.	현지 언론사와 연계 도·시군 홍보방안 모색 등
피렌체 시 복지부서	2018. 12. 12.	저출산·고령화 문제 대응 시스템 학습 등

2. 연수 세부 일정

구 분	행 선 지		연 수 내 용
	출 발 지	도 착 지	
12. 6(목) (1일차)	12:55	16:30	◦ 출 국 : 대한민국 인천 → 영국 런던 / 항공
12. 7(금) (2일차)	09:00 13:00 21:25	12:00 18:00 23:35	◦ 《기관방문》 영국 런던 코트라 방문 ◦ 영국 런던 홍보 현장 견학 ◦ 이 동 : 영국 런던 → 프랑스 파리 / 항공
12. 8(토) (3일차)	09:00 13:00	12:00 18:00	◦ 《기관방문》 프랑스 파리 북역 인포메이션 센터 방문 ◦ 프랑스 파리 홍보 현장 견학
12. 9(일) (4일차)	09:00 18:53 21:53	15:00 21:53 24:23	◦ 프랑스 파리 홍보 현장 견학 ◦ 이 동 : 프랑스 파리 → 프랑스 물르즈 / 철도 ◦ 이 동 : 프랑스 물르즈 → 스위스 인터라켄 / 버스
12. 10(월) (5일차)	08:30 13:00 17:00	12:00 17:00 20:00	◦ 《기관방문》 스위스 인터라켄 투어리스트 인포메이션 센터 방문 ◦ 이 동 : 스위스 인터라켄 → 이탈리아 밀라노 / 버스 ◦ 이탈리아 밀라노 홍보 현장 견학
12. 11(화) (6일차)	08:00 13:00 16:00	12:00 16:00 18:00	◦ 이 동 : 이탈리아 밀라노 → 베니스 / 버스 ◦ 《기관방문》 엔칸토 이탈리아 현지언론사 방문 ◦ 이탈리아 베니스 홍보 현장 견학
12. 12(수) (7일차)	08:00 13:00 15:00	12:00 15:00 18:30	◦ 이 동 : 이탈리아 베니스 → 피렌체 이동 / 버스 ◦ 《기관방문》 이탈리아 피렌체 시 복지부서 방문 ◦ 이 동 : 이탈리아 피렌체 → 로마 이동 / 버스
12. 13(목) (8일차)	09:00 13:00 22:15	12:00 18:00	◦ 이탈리아 로마 홍보 현장 견학 ◦ 《분임 토론 및 종합 정리》 ◦ 귀 국 : 이탈리아 로마 → 대한민국 인천 / 항공
12. 14(금) (9일차)	-	17:00	◦ 귀 국 : 대한민국 인천 도착 / 항공

Ⅱ

방문 국가 현황

1

영 국

1. 일반 현황



- 수 도 : 런던
- 언 어 : 영어
- 면 적 : 243,610km²
- 인 구 : 6,657만명
- 종 교 : 기독교, 이슬람교 등
- 1인당 GDP : 39,720달러

○ 개 요

북대서양과 북해 사이에 위치하며, 프랑스 북서쪽에 자리잡고 있다. 국토는 그레이트브리튼섬과 아일랜드섬의 1/6을 차지하는 북아일랜드 및 그 주위에 분포되어 있는 몇 개의 속도군(屬島群)과 해외령을 포함한다. 맨섬과 채널 제도는 왕실속령으로서 영국 정부의 국방 및 외교 관할을 받는다.



2. 미디어 현황

- 강력한 공영방송 BBC, 치열한 경쟁을 펼치고 있는 전국신문 타블로이드신문이 재편하고 있는 미디어 환경
- 영국에서 스마트폰을 통한 뉴스 이용은 46%에 이르며, 컴퓨터와 태블릿 기기를 통한 이용은 점차 감소를 보이고 있다. 영국의 온라인 유료독자 비율은 매우 낮지만, 이들의 높은 충성도에 기반을 둔 유료 콘텐츠 모델과 멤버십 모델이 연구되고 있다.

1. 일반 현황



- 수도 : 파리
- 언어 : 프랑스어
- 면적 : 674,843km²
- 인구 : 6,563만명
- 종교 : 가톨릭교, 이슬람교 등
- 1인당 GDP : 40,689달러

○ 개요

동쪽은 이탈리아·스위스·독일, 북동쪽은 룩셈부르크·벨기에와 접하고, 북서쪽은 영국해협을 건너 영국과 마주하며, 서쪽은 대서양, 남쪽은 지중해와 에스파냐로 이어진다. 육각형 모양의 본토 외에 해외 프랑스령으로는 마르티니크·과들루프·레위니옹·프랑스령 기아나가 있고 그밖에 3개 해외공동체, 1개 특별공동체, 1개 해외국가, 1개 해외영토가 있다. 중앙아프리카·콩고·가봉·세네갈·차드 등과 프랑스 공동체를 구성하고 있다.



2. 미디어 현황

- 강력하고 활기찬 방송, 디지털 전환에 어려움을 겪고 있는 허약한 신문, 미디어 그룹의 소유 집중 증가
- 신문이 온라인에서 핵심적 역할을 하고 있지만, 신문 부분에서 뉴스를 수익화할 수 있는 강력한 매력이 없는 상황이다. 신문의 인쇄부수는 감소세이며, 광고 수익도 눈에 띄게 줄어들고 있다. 온라인 뉴스의 경우 주요 웹사이트들이 모바일을 중심으로 성장세를 유지하고 있지만, 수익에는 문제가 있다.

1. 일반현황



- 수도 : 베른
- 언어 : 독일어, 프랑스어, 이탈리아어 등
- 면적 : 41,277km²
- 인구 : 792만명
- 종교 : 가톨릭교, 개신교, 이슬람교 등
- 1인당 GDP : 45,285달러

○ 개요

북쪽으로 독일, 동쪽으로 리히텐슈타인·오스트리아, 남쪽으로 이탈리아, 서쪽으로 프랑스에 접한다. 정치적으로는 직접민주주의를 채택하여 국민들이 직접 국가 주요 정책에 참여하여 의사결정하는 정치구조이다. 유로존에는 가입하지 않고 독립적인 통화정책을 유지하고 있다. 1815년 오스트리아 빈 회의에서 중립국이 되었다. 국토의 대부분이 알프스산맥의 능선에 걸쳐있고 고원과 깊은 계곡, 호수가 많다.



2. 미디어 현황

- 복수 언어를 쓰는 미디어 환경, 공영방송의 영향력 우월, 높은 수준의 미디어 소유권 집중, 다양한 무료신문 이용의 활성화
- 스위스 미디어 시장 규모는 작고 매우 파편화돼 있다. 독일어 미디어 시장이 가장 크고, 이보다 작은 프랑스어 시장은 서부에 있으며, 가장 작은 이탈리아어 시장은 남부에 있다. 미디어 소유는 2개의 거대 사업자에 집중돼 있다. 스위스에서 디지털 뉴스는 새로운 정보원으로 빠르게 성장하고 있다. 신문 부문은 광고 감소와 판매 수익이 지속적으로 감소하고 있지만, 온라인에서 수익을 창출해 보존하는 것은 요원하기만 하다.

1. 일반현황



- 수도 : 로마
- 언어 : 이탈리아어
- 면적 : 301,340km²
- 인구 : 6,126만명 (2016년)
- 종교 : 가톨릭교 등
- 1인당 GDP : 30,116달러

○ 개요

지중해 중앙부, 북서에서 남동으로 약 1200km에 걸쳐 장화 모양을 한 반도와 시칠리아·사르데냐 두 섬으로 구성된다. 북쪽은 알프스 산맥을 경계로, 프랑스·스위스·오스트리아와 접하며, 동쪽은 아드리아해(海), 서쪽은 티레니아 해에 면한다. 이탈리아 반도는 발칸·이베리아 반도와 함께 남유럽의 3대 반도의 하나로서 동(東)지중해와 서(西)지중해 사이에 위치하기 때문에 자연·문화 면에서 두 반도와는 달리 순수한 유럽형을 이루고 동시에 지중해 지역의 특색을 가장 잘 나타낸다.



2. 미디어 현황

- 강력한 TV 부문과 감소세의 신문 부문, 인터넷과 스마트폰을 통한 신문 이용 증가세
- 이탈리아의 TV 시청은 유럽에서 가장 높은 수준이며, TV 뉴스는 주요 정보원이다. 이탈리아 신문은 상업적으로 허약한 주간신문과 정치적으로 한정된 독자들로 구성된 일간 신문으로 구성되어 있는데, 이들 독자층은 지속적으로 감소해 왔다. 이탈리아에서 전통 미디어인 TV, 신문, 라디오의 수익은 2010년에서 2014년 사이에 눈에 띄게 감소했다. 온라인 부분의 수익이 점차 늘고 있지만, 아직까진 전체 미디어 부문에서 차지하는 비율은 높지 않다.

Ⅲ

주요 연수내용

1

영 국

1) 영국 런던 코트라(런던 무역관)

□ 개 요

- 방문일시: 2018. 12. 7.(금)
- 위 치: 영국 런던
- 설 명 자: 조계권 차장
- 설명내용
 - ▶ 런던 코트라, 영국 및 아일랜드 전 지역을 관할
 - ▶ 시장개척사업 추진
 - 중소기업이 시장개척을 위해 방문 시 바이어와 상담주선
 - 한국 업체로부터 수입의사가 있는 바이어를 발굴해 방한 유치
 - ▶ 조사사업 추진
 - 국내업체로부터 바이어 발굴 및 해외시장 동향조사 의뢰를 받아 정보 제공
 - 특정상품의 수요 및 생산동향, 수출입 추이 분석 등 현지 시장동향을 파악해 국내업체 전파
 - ▶ 투자유치사업 추진
 - 한국 투자환경 설명회, 투자 유치 사절단 지원, 투자관련 국내전시회에 대한 방한 유치 등을 통한 국내 투자 촉진
 - ▶ 중소·벤처기업 지사화사업 추진
 - 해외 무역관을 국내 중소기업의 해외지사로서 활용해 개척 활동을 수행
 - 바이어 발굴에서 거래성사 단계까지 종합적으로 지원

□ 주요 질문내용

- 영국의 유럽연합 탈퇴(브렉시트)가 된다면 미치는 영향
 - ▶ 식량 및 여러 생필품 자급자족의 어려움으로 인해 오히려 생필품 시장을 공략하는 방안이 있으나 양날의 검으로 조심스럽게 접근해야함.
 - ▶ 주요 기업들이 다른 나라로 이전할 가능성이 매우 높음.
- 영국에서의 우리나라 기업 마케팅 방안
 - ▶ 영국은 귀족문화가 발달해 있고 호응도가 있으면 전 세계적으로 수출 가능성이 있기 때문에 품질의 고급화 전략이 필요.
 - ▶ 다양한 기업의 지원이 선행되어야 하며, 튀는 것보단 은은한 멋과 전통 그리고 스토리텔링이 필요하다.
- 영국에서 K-뷰티에 대한 관심과 코트라의 전략은?
 - ▶ K팝 열풍으로 인해 뷰티에 대한 인지도가 크게 향상돼, 영국은 물론 동유럽까지 소문
 - ▶ K팝 유명 가수들을 활용, 유명 유튜버를 활용한 리뷰, 페이스북 인스타 등을 활용한 다양한 디지털 홍보 활용

<시사점 및 정책제안>

- ◇ 충남의 관광지 및 먹거리에 대한 정보를 코트라에 제공해 유럽 다양한 국가에 전파 필요
- ◇ 먹거리의 고급화 전략으로 영국을 공략해 전 세계적으로 충남 먹거리의 우수성을 홍보
- ◇ 충남도가 주체가 되어 시·군과 연계한 관광산업의 발굴 및 육성을 통한 외국인 관광객 유치 활성화

□ 활동장면



(영국 런던 코트라 방문 및 기념품 전달)

1) 파리 북역 인포메이션 센터

□ 개 요

- 방문일시: 2018. 12. 8.(토)
- 위 치: 프랑스 파리 가르드노르역
- 설 명 자: CHRISTIAN PILLER
- 설명내용
 - 파리 북역은 파리 10구에 위치하고 있는 유럽 최대의 기차역으로, 1846년에 처음 운영을 시작했고 매년 9천 만 명의 사람들이 북역을 이용
 - 프랑스 북동쪽, 북서쪽으로 향하는 열차가 다니고 있어, 런던, 브뤼셀, 암스테르담으로 가는 유로스타를 이용할 수 있어 많은 관광객들이 찾는 역
 - 파리 북역의 인포메이션 센터는 파리여행에 대한 안내 책자 등 다양한 정보를 얻을 수 있는 곳으로 매년 9천 만 명의 사람들이 다녀가는 파리 북역 내에 위치

<시사점 및 정책제안>

- ◇ 여행을 떠날 때 인터넷 검색을 통해 여행 정보를 수집하거나 다녀온 사람들의 댓글을 보고 여행 계획을 세우는 경우가 많음
- ◇ 우리나라를 처음 방문하는 외국인의 경우 인터넷에 제대로 된 정보가 없다면 어떨까? 여행사가 추천하는 뻔한 코스만 가고, 그게 한국의 전부라고 생각할 것
- ◇ 충청남도만 해도 숨은 관광명소가 매우 많다
- ◇ 지금까지는 충남도내 지자체가 각자 홍보자료를 만들어서 홍보를 했다면, 이제는 인포메이션 센터의 건립까지는 아니어도 전체적으로 한 번에 충청남도를 홍보할 수 있는 기초작업이 필요한 때이다

□ 활동장면 및 자료



■ 파리 북역 외관

■ 인포메이션 센터



■ 위치도

■ 기차 노선

1) 인터라켄 투어리스트 인포메이션 센터

□ 개 요

○ 방문일시: 2018. 12. 10.(월)

○ 위 치: 스위스 인터라켄

○ 내 용

- 유럽의 중부에 위치한 스위스는 연방제 형태의 독일, 프랑스, 이탈리아 민족이 섞여 있는 다문화 국가이며 종교, 언어를 극복하여 약 700년 동안 세계에서 가장 오래된 민주주의를 유지해옴
- 국토의 대부분이 알프스산맥의 능선에 걸쳐있고 고원과 깊은 계곡 호수가 많아 세계적인 풍광을 자랑하는 관광지가 발달되었으며 세계 최고의 관광산업국가로 평가받음
- 전통적으로 시계, 공구 등 정밀 기계 산업이 발달되었으며 낙농업도 세계적인 수준
- 빼어난 알프스의 고봉들이 즐비한 스위스는 알프스 최초로(2001) 유네스코 세계자연유산으로 지정된 융프라우를 비롯하여 루체른 호수, 마터호른 등 세계 최고의 자연풍광을 자랑
- 아름다운 경치에 끌려서 많은 관광객이 찾는 스위스는 관광수입이 무역수지의 적자를 메우고, 경제를 윤택하게 해주며 철도, 교통기관, 공항, 8,000개에 이르는 숙박시설 등 관광 중심의 도시 계획이 주를 이룸

<시사점 및 정책제안>

- ◇ 스위스는 어디서나 볼 수 있는 만년설에 높은 산들이 도시에 있지만 자연과 함께 하는 듯한 편안함을 선사
- ◇ 스위스 패스를 따로 운영하고 있으며, 융프라우의 경우 융프라우 VIP패스를 이용하면 철도, 버스, 선박을 한 번에 사용할 수 있어, 스위스가 가진 자연환경을 즐길 수 있는 연계된 스포츠 할인 및 무료사용을 비롯해 킵라면 제공 등 주요관광객을 겨냥한 마케팅도 돋보임
- ◇ 가지고 있는 자원의 연계 및 할인을 통한 접근성 확대가 필요하며, 주요 이용자를 겨냥한 마케팅 또한 그 지역의 매력 포인트가 될 수 있음
- ◇ 우리 지역 관광자원에 대한 스토리텔링을 통해 우리 지역만의 고유한 이미지를 전달하고 관광객에게 추억을 선사할 수 있어야 하며 한 번 다녀간 관광객을 다시 오고 싶게 하는 관광 홍보전략이 필요

□ 활동장면



■ 투어리스트 인포메이션 센터



■ 융프라우 관광자원 설명

1) 밀라노 엔칸토 민간언론사

□ 개 요

- 방문일시: 2018. 12. 11.(화)
- 위 치: 이탈리아 밀라노
- 설 명 자: Cristina Cobildi 공동설립자
- 설명내용
 - 한국 도자기 홍보를 위해 사업을 진행해왔고, 한국이라는 나라에 많은 관심을 갖고 취재를 해옴
 - 특히 한국 전통적인 디자인에 관심을 갖고 참여해옴
 - 디자인 협회는 밀라노에서 매년 개최되고 있으며, 주제는 도자기로 하고 있음
 - 그동안 도자기를 주로 했으나, 올해부터는 범위를 넓혀 한국 전통가구 등을 포함시켜 추진하고 있음.
 - 홍보는 각종 신문사, 잡지, 인터넷 등을 통하여 실시하고 있으며, 각국의 많은 나라들을 대상으로 실시하고 있음

□ 주요 질문내용

- 밀라노시에서 시정 홍보를 하기 위해 언론사 등에 홍보비 등을 지급하는지?
 - **홍보를 위해서는 일부 홍보비를 지급하고 있고 있음**
- 밀라노시에 신문이라든지 방송사 같은 언론사들은 몇 개나 되는지?
 - **일반 잡지사 등 크고 작은 언론사들이 100여 개 정도가 있음**
- 백제 문화에 대해 얼마나 알고 있는지?
 - **백제문화에 대해서는 자세히는 알지 못하지만 한국과 관련된 행사를**

하다보면 도자기나 한국 패션 등을 통해 한국 문화는 어느 정도 알고 있음

○ 한국의 인삼에 대해서는 알고 있는지?

- ▶ 인삼 중에서 홍삼에 대해서는 유명하다고 들어서 축구선수 이승우 선수와 관련한 행사시 인삼 사탕 등을 선물 받아서 알고 있음
- ▶ 전에는 잘 알지 못하고 있었으나, 이태리 기자가 인삼 관련 기사를 써서 인삼에 대해 알게 되었음

<시사점 및 정책제안>

- ◇ 백제문화의 글로벌화를 위해서는 외국의 민간 홍보기관 등을 활용한 적극적인 홍보가 필요하며, 아직 유럽 등에는 백제문화에 대한 낯선 만큼 다양한 교류와 홍보가 필요
- ◇ 활성화되어 있는 SNS(인스타그램, 페이스북) 등 인터넷 매체를 통해서도 충남 더 나아가서 대한민국을 세계적으로 홍보할 수 있을 것임

□ 활동장면



2) 피렌체 시 복지부서

☐ 개 요

- 방문일시: 2018. 12. 12.(수)
- 위 치: 이탈리아 피렌체 시
- 설 명 자: ANNA MARIA DE ROSA
- 설명내용
 - 피렌체 시 복지부서는 이탈리아 사회복지법 138조를 기본으로 사람으로서의 권리를 보장하기 위해 운영
 - 피렌체 시에는 총 7곳의 사회복지 관리시설이 있으며 가족, 청소년, 장애인, 노인, 박해를 받는 여성들 등등 어려움을 겪고 있는 사람들을 위해 업무 추진
 - 또한 아동과 미성년자가 정상적으로 자랄 수 있도록 지원해 주는데, 부모가 없거나 부모의 역할을 수행할 수 없는 가정의 아동들에 대해 국내 또는 국제적으로 입양을 원하는 가정에 아이를 소개해 주는데, 원 부모가 역할을 수행할 수 있을 정도의 능력을 갖추게 되면 아이 입장에서 어떤 가족을 택할 것인지 선택권 부여
 - 국적이 없는 집시에게도 일을 할 수 있는 기회를 부여하고자 함

☐ 주요 질문내용

- 국제적인 이슈가 되고 있는 저출산 문제에 관한 대책
 - 국가와 시에서 아이를 안심하고 맡길 수 있는 어린이집, 유치원 등을 운영
 - 거의 무료로 가까울 정도로 비용적인 문제가 발생하지 않음
 - 회사차원에서 일하는 시간에는 별도로 아이를 봐주는 별도의 놀이방 운영

○ 고령화 사회에 관한 대응 방안

- ▶ 이탈리아도 고령사회에 접어들고 있으며 이들을 위해 의견을 나눌 수 있는 자리를 주기적으로 마련해 다양한 해결책과 정보를 공유
- ▶ 가족은 아니지만 가족처럼 집에 들어와 일을 하는 유급의 가정복지사를 소개하고 파견함

<시사점 및 정책제안>

- ◇ 우리나라도 고령화 인구에 대해 일자리 정책과 함께 이들을 부양하는 가족들이 본인에 일에 집중할 수 있도록 지원하는 방안도 필요
- ◇ 출산율 증가를 위해 부모가 정상적인 역할을 수행할 수 있도록 국가와 기업차원에서 아이를 키울 수 있는 사회적 환경조성 및 다양한 지원이 필요

□ 활동장면



IV

연수 총평

이번 선진홍보기법 습득 및 정책홍보 역량강화를 위한 해외선진모델 사례 연구를 위한 도내 관계 공무원으로 구성된 연수단 10명이 7박 9일의 일정으로 유럽 4개국(영국, 프랑스, 스위스, 이탈리아)의 현장을 직접 보고 현지 직원과의 대화를 통하여 많은 것을 느끼고 돌아왔다.

특히 이번 연수는 영국 수도인 런던 및 프랑스의 파리, 스위스 관광지 인터라켄, 이탈리아 경제도시 밀라노와 피렌체 시 담당자들과의 간담회를 통한 선진 홍보기법, 홍보정책 및 방법, 복지정책 등에 대하여 직접 보고 들을 수 있는 의미 있는 연수 일정이었다.

영국 런던 코트라를 방문하였을 때 설명을 담당한 직원은 우리 도내 기업이 영국에 진출하기 위해서는 현지 사정에 맞는 홍보가 있어야 할 것을 굉장히 강조했다. 특히 영국 문화는 대대로 브랜드 충성도가 강해 신규 진입이 어려운 시장임을 강변하며, 도내 기업들이 영국에 진출하기 위해서 좋은 예로 국내의 한 보일러업체를 예를 들어줬다. 군인에 대한 사회적인 존경심이 강한 영국 문화를 알고 한국전쟁 당시 참전했던 영국 군인들에게 무료로 보일러를 설치해주는 사업을 홍보한 것이 영국사회에 강한 인상을 심어주었다는 것이다. 도내 기업이 영국 진출을 추진할 때 이를 지원하는 우리 도에서 기억해야 할 부분일 것이다.

스위스 인터라켄을 방문하였을 때 맑은 호수와 드넓은 초원 그리고

알프스산맥을 등에 맞는 잘 짜여진 관광프로그램을 보면서 체류형 관광에 노력하는 바가 큰 충남도 시·군에도 적용할 수 있는 부분이 많겠다는 생각이 들었다. 관광객을 머물 수 있도록 매력적인 관광 홍보콘텐츠의 개발이 무엇보다 중요하다.

특히 단순히 관광지를 안내하는 것이 아닌 스토리텔링을 하고 다른 지역에서 느낄 수 없는 그러한 정서와 감동을 줄 수 있어야 할 것 같다.

그리고 피렌체 시 복지부서를 방문하며 이런 저런 이야기를 나누었을 때 피렌체 시 뿐만 아니라 이탈리아 나라 전체로도 저출산 및 고령화에 대한 문제를 심각하게 느끼고 있었지만, 한편으로는 어쩔 수 없는 시대 흐름으로 생각하고 있었다.

특히 인상적으로 느낀 부분은 이러한 현안을 가치관 등 사람들의 심리에서 찾고 있었다는 것이다. 예전에 가장 우선시하던 가치인 가정이 두 번째가 되고 지금은 나의 행복 즉 좋은 곳 여행하고, 좋은 물건 사고, 좋은 음식 먹는 것이 첫 번째가 된 시대가 되었다. 아이 낳는 기쁨도 있지만 아이를 낳음으로써 나의 행복이 깨질 것이라는 인식이 팽배한데 아이를 낳는 것은 별 거 아니며, 너의 행복이 깨지지 않을 것이라는 믿음을 줄 수 있는 정책이 시행되어야 할 것 같다.

이번 연수를 통해 느낀 점은 세계 각국은 각자의 문화가 다르고 처한 상황이 다르기 때문에 이에 맞는 홍보정책이 추진되어야 한다는 것이다. 복지정책의 경우에는 전세계적으로 공통적인 문제를 겪고 있는데 이에 대응하기 위해서는 선진국의 생각과 경험을 많이 들어볼 기회가 더 많아져야 할 것이다.

V

연수자 명단

소 속	직 급	성 명	비 고
충남도	행정서기관	한준섭	
	행정7급	김상현	
아산시	행정7급	김수동	
서산시	전문경력관 나급	안효길	
논산시	시간선택제 임기제다급	김일원	
금산군	행정6급	김철환	
부여군	행정6급	소완영	
	전기운영7급	김동구	
청양군	행정8급	고기영	
태안군	행정7급	황인옥	