

출장결과보고서

1. 개요

- 목적: 선진국의 지역개발 우수사례를 벤치마킹하여 포괄보조금 제도 도입에 따른 일반농산어촌 지역개발 분야 신규사업에 적용 가능한 모델 개발에 활용
- 지역: 북부 이탈리아
- 기간: 2010년 9월 8일(수) ~ 9월 15일(수), 6박8일
- 방문지 및 면담자

일정	방문지	주요 내용	면담자
9.8(수)	인천-밀라노	-	-
9.9(목)	에밀리아 로마냐 ERVET Spa	“제3이태리 운동” 추진사례	Paola Maccani (Head of Territorial Policies Unit) Alessandro Bosso (Consultant)
9.10(금)	리보르노 -그레베 시청 -투스카니 와인루트 사무실(Costa degli Etruschi)	지역자원을 활용한 활성화 사업 추진	Alessandro Cosimi (Livorno Comune 의회의 장) Marco Pavoletti (Vice President of Costa Degli Etruschi)
9.11(토)	끼안티 클라시코 와인농가	포도에서 와인으로 농산물 부가가치 제 고와 품질관리 사례	Fattoria Casaloste
9.12(일)	베네치아	문화예술자원의 보 전을 통한 지역개발	지역 견학
9.13(월)	트렌티노 발수가나 GAL	EU Leader+ 프로젝 트	Gianmaria Marocchi (director of Valsugana Soc. Coop.)
9.14(화)-9.15(수)	밀라노-인천	-	-

2. 주요 조사내용

2.1. 이탈리아 개요

- 정식 국가 명칭: 이탈리아 공화국(Italian Republic)
 - 연방공화국, 내각책임제
- 수도: 로마(Rome, 280만 명)
- 면적과 인구: 30만 1277km², 약 5815명(2008년 기준)
- 종교: 로마 카톨릭(90%)
- 기후: 온화한 지중해성 기후
- 일인당 GDP: 35,435 미국달러(2009년 기준)
- 행정구역: 20개의 Regions(Provinces) - Provincia - Comune

2.2. 에밀리아 로마냐 Ervet Spa

□ 지역발전정책 담당자(Paola Maccani 인터뷰)

- 인구 422만 명이 거주(이탈리아 전체의 7.1%)하는 이탈리아 북부 볼로냐에 위치, 에밀리아 로마냐 주
- 지역의 특징
 - 9개의 소지역으로 구성
 - 아드리아해에 면하고 알프스 산악지역도 분포, 이탈리아에서 가장 큰 강인 포강이 타 지역과 경계를 형성
 - 에밀리아 로마냐 길은 로마시대부터 유명하며, 이 길 따라 주요도시 발달

	에밀리아 로마냐	국가 전체 비중	비고
인구	42,232,664	7.1%	
고용률	70.3%	58.7%	
실업률	2.9%	6.1%	
여성고용률	62.0%	46.6%	
여성실업률	3.9%	7.9%	
기업수	429,417	12.0%	
제조업기업수	57,444	9.1%	
고용수	1,953,271	8.4%	
회사 평균규모	4.5	4.5	인구 10명당 1개 회사
GDP	30,301	121%	

- 에밀리아 로마냐 주는 제조업이 특화된 지역
 - 기계, 식품, 섬유 및 의류 등
 - 2년마다 측정하는 우수 기업 측정에서 주택, 기계, 농식품, 패션, 의료 등의 회사들이 재정적으로 그리고 생산 연계성이 밀접한 것으로 나타남
- 에밀리아 로마냐 주의 삶의 질
 - 강력한 기업 시스템
 - 높은 수준의 GDP
 - 매력적인 교육 시스템
 - 높은 수준의 사회적 응집력
 - 혁신적 공공정책
- 23개 indicator로 측정하는 혁신 지수
- 1970년대 이탈리아 헌법 개정으로 지방분권이 강화됨. 특히 농업, 교육훈련, 산업정책 등의 분야에서 지역 경쟁력 강화를 위한 혁신정책이 가능하게 됨에 따라 지역 자발적 성장을 촉진하기 시작함.
 - Small and Medium Enterprises Business Associations의 역할 강화와 지역정책에의 영향력 강화
- 이러한 배경하에 1974년 지역발전 촉진을 위해 주정부와 민간경제주체들의 공동출자로 Ervet 설립
 - 주정부 80.04%, 지역금융기관 18.51%, 지역상공회의소와 하위 지방자치단체 0.92%, 지역산업협회 0.53%
 - Ervet의 역할(지방정부법 25항에 명시)
 - 특정산업부문과 사업 영역을 초월한 통합적 프로젝트 구상
 - 지역기술이전센터 등 지역의 각종 리얼 서비스 센터 총괄 조정
 - 지역경제발전을 위한 정책 연구
 - 지역 기업들을 위한 정보 제공 및 기술 지원
 - 설립 목적은 기업에 대한 기술적 지원, 지역발전정책에 대한 기여, 상호협력과 통합
 - 1970년대: Policy of Industrial Settlement Areas
 - 1980년대: Policy of Real Service

- 2003년부터: Re-Positioning 'Regional Law 7.5'
 - 2008년부터: 'In-House' company
- 1970년대는 저개발지역에 새로운 기업 설립을 촉진하는데 주력, 창업 및 인프라를 저렴한 비용으로 지원
 - 1980년대는 SMEs의 발전을 위해 전문화된 기업 지원 서비스 제공하는데 주력, 기업들간의 수직적이고 수평적인 분업과 협력 체계를 발전시킴. 특히 'industrial districts'를 지정해서 지역적 전문화 촉진
 - 1990년대 이후 장인적 생산체제와 유연적 전문화 생산체제에 힘입어 '제3이태리'라는 새로운 부흥지역으로 주목
 - 1990년대 말, 세계 경제의 Globalization 심화되면서 정치적, 행정적인 분권화 기조가 강화되기 시작했음. 우리나라에서 이야기하는 국가 경쟁력이 지역 경쟁력이라는 기조도 이때부터 연원한 것임.
 - 기업 지원 서비스 시장이 더욱 성장하였으며,
 - New Business Strategy로서 연구와 기술이전 서비스에 우선순위가 두어졌음.
 - 약 30만 개의 SMEs가 고도로 전문화된 가치사슬 체계에 연계되어 있음. 농식품, 기계와 자동차, 주택, 패션, 의료 및 금융 산업의 순임. 전체 가치사슬을 따라서 세부 부문간의 밀접한 상호관계를 지니고 최종 소비자 시장에 도달함.
 - 별도로 배부한 주택산업 사례의 가치사슬 체계 참고
 - 2003년 'Regional Law 7.5'는 Region과 Innovation을 연계시키는 계기가 됨. 산-학-연-관의 협력체계를 구체화하고 지역자원을 활용하면서 지역에 배태된 기업의 역할을 강조
 - Ervet의 시스템과 운영 예산
 - 범산업적 서비스센터(ASTER, CERMET, DEMOCENTER, QUASAP)와 산업별 서비스센터(CITER, CESMA, CERCAL, QUAACO, Centro Ceramico)로 구분되고, 연간 30,475,585유로(지방정부 42%, 유럽연합 14%, 민간 38%, 기타 공공기관 3%)

- 최근 ERVET와 ASTER로 기능 전환되고 나머지 조직들은 민영화됨.
- ERVET는 '지역'발전정책 지원 담당, 80%의 예산을 에밀리아 로마냐주에서 출연. Technical Assistance and support to Regional Government and Local Authorities for the promotion and the improvement of the regional territory. 현재 80명의 직원이 근무하고 있음.
- ASTER는 '혁신' 지원 담당, 컨소시엄의 형태로 29%의 지분을 에밀리아 로마냐주가 가짐. 기업의 창업 및 혁신 프로그램을 촉진하는 연구와 개발, 대학 및 연구기관의 연구 결과에 대한 기술 이전 등 추진. 우리나라의 TP 및 소상공인진흥원과 유사하다고 판단됨.

○ 기존 Ervet의 경제협력 추진 효과

- 수요자 중심의 기업지원정책 추진
- 행정 경계와 무관한 지역간 협력 가능
- 지방정부와 중앙정부의 이중 잣대와 간섭으로부터 자유
- 마케팅, 기술개발, 인적교육 등이 행정구역과 무관
- 의사결정 과정의 투명성 제고

○ 2010-2012년 에밀리아 로마냐주의 일반 지역발전정책 프로그램의 동향과 ERVET의 활동 범위(3년마다 주정부와 계약하는 내용)

- 지역발전정책
- 지방정부 지원
- 통합적 부문 정책
- 민간-공공 파트너쉽
- 정책 지원
- EU 경쟁력 정책 지원: ERDF
- EU 고용정책 지원: ESF
- 국제협력
- 유럽연합 프로그램 지원
- 지역마케팅 활동 지원
- 분석과 전략에 대한 연구
- 사회적 결속과 경제 개발

○ 특히 4가지의 중심 활동은 ① 지역발전정책(territorial policies) ② EU 정책 프로그램과 국제협력 ③ 지속가능한 개발 및 환경 ④ 공공정책 분석

과 평가 등임.

- 2008년 이후 In-house company는 회원 기업이 창업시에 80% 주정부, 20% 은행이 지원을 하는 소규모 창업 지원 프로그램인 것으로 추측이 되나 자세한 내용에 대해서는 추후 이메일로 확인할 필요가 있음.
- 담당자가 평가하는 key issues(성공요인)
 - 유연성
 - 이해당사자와의 직접적 접촉
 - 재정적 자원 통합
 - 수직적 통합
 - 전문화와 선택
 - 이익의 집중과 평가

□ 환경정책 및 지속가능 개발 프로젝트(Alessandro Bosso 인터뷰)

- 환경산업지구(EEIA: Environmental Equipped Industrial Areas)
 - 1998년 헌법, 2000년 지역법 개정으로 도입된 새로운 프로그램
 - eco-industrial park and cluster와 유사한 개념
 - 환경보전, 토지이용, 기업경쟁력 강화를 통합적으로 다루자는 취지
 - 이 지구에 대해서는 인프라 정비와 위험관리 프로그램을 적용함.
 - 인프라 정비로는 집합적 쓰레기 처리, 에너지 생산 시스템 효율화, 집합적 하수처리 등
 - 위험관리로는 공동공간 중앙화, 에너지 공동구매, 쓰레기 재활용 및 교환, 중앙 에너지 이용 등
- 기업 입장에서 유리한 점
 - 쓰레기, 에너지 소비 감소
 - 쓰레기 처리비용 감소
 - 비용 절감
 - 유지비용 절감
 - 행정 단순화
 - 기업에 대한 인센티브 등

○ EEIA의 특징

- 하나 이상의 지방자치단체에 걸쳐 있어야 할 것

○ EEIA의 추진

- 2009년 EEIA 프로그램 재정 지원 시작
- 42개의 클러스터가 제안서를 제출
- 2010년 30개 클러스터 선정
- 초예산은 64만 유로(약 900억 원)

○ EEIA 프로그램과 ERVET의 활동

- 가이드라인 제공
- 모니터링
- 우수사례 서베이
- 시범지역에 대한 경험연구
- 재정 지원에 대한 기술적 지원
- 다른 지역과의 연계협력 촉진 등

2.3. 그레베 시청

○ 지역 개요

- 항구도시로서 내륙지역은 농업과 관광이 주요 산업임. 토스카나주 전체가 와인산업 발달(예, 끼안띠, 몬다치노 등)
- 중세풍의 분위기, 예술적 작품 보전, 와인과 음식 등의 어메니티 자원이 풍부
- 유럽연합과 주정부의 재원을 활용해서 시골풍 보전을 위한 규정을 준수하고 프로그램을 추진
 - 음식, 기술, 환대 분위기 등이 토스카나 주의 특징
- 특히 에투르스크 연합은 바닷가를 따라 길게 뻗은 **comunes**이 있고 내륙에는 와인루트의 가치를 주목
- 농촌지역의 작은 **comunes**, 기술, 지역자원의 가치, 박람회 등등의 자원을 활용해 작은 콤포문들이 활성화

- 컨소시엄 단위나 개인 단위로 투자하여 와인루트에 참여하고 있기 때문에 사실상 정확한 경제 활성화 효과를 알기는 어려움.

- 토스카나주의 법은 4년마다 개정이 이루어지는 바, 주 발전계획을 수립하여 농업, 산업, 상업 등 부문별 자원 배분이 이루어지고 공공과 민간의 역할 분담도 규정함. 최근에는 민간의 역할이 확대되는 추세임.
- 환경의 보전, 지역자원의 가치 등에 모두 동의는 하지만 산업육성 부문과의 괴리와 상충에 대해 공공부문과 주민간의 갈등이 없었던 것은 아님. 가령, 쓰레기와 산업폐기물을 배출하는 공장들의 반발은 매우 컸음. 그러나 어떤 프로젝트나 프로그램의 결정 전에 많은 대화를 나눔으로써 시간이 걸리더라도 상호 이해를 촉구하는 것이 일상화되어 있음.
- 와인루트 컨소시엄 역시 참여와 협력이 성공의 핵심이라고 판단됨. 양조장의 품질을 제고하고 마케팅에 상호 협력하며 전원적 풍경과 예술적口너화를 조화시켜 상호의 가치를 높여나감.
 - 최초에 리브로노 provincia에서 시작
 - 제안서를 주정부가 수용하여 자금지원
- 지역정책에서 가장 주력하는 부분을 요약하면 ① 각 작은 지역들의 역사, 문화, 자원 등에 대한 면밀한 발굴과 검토 ② 가치를 보전하고 타 지역과 차별성 있는 요소를 아이디어와 결합 ③ 젊은이들이 지역에 대한 책임감을 갖도록 촉진함. 젊은이들이 요구하는 사회간접자본인 인터넷망을 구축하는데 공공 재원의 상당 부분을 투자하거나 교육 프로그램을 추진하는 것 등이 그러한 예임.



<그레베 시청 인터뷰>



<투스카니 와인루트 사무소>

2.4. 투스카니 와인루트

○ Costa degli Etruschi 개요

- 2003년 지역법 45항 개정으로 Tuscany Wine Trail 조성
- 매년 지역의 예산이 투입, 마케팅과 프로모션, 정보센터, 와인루트 표지판 설치 등을 공동으로 추진
 - A3 type, B2 type, C type, D type, B1 type 등 설치 장소와 목적에 따라 표지판의 색, 내용 등이 다름

○ 와인루트 개요

- 50종류의 포도 생산
- 2500ha 포도밭
- 120,000명의 거주민
- 12만 명의 방문객(봄과 여름 방문객이 가장 많음)
- 주민의 10%가 농업에 종사
- 200km에 걸쳐 2개의 정보센터 운영
- 연 400,000유로의 예산
- 2개의 provincia가 주축으로 Livorno와 Pisa

○ 와인루트 참여

- 160 회원(145 private, 15public)
 - 최초에는 80 회원으로 시작했음.
- 와인생산농가 70호, 레스토랑 30개, 올리브유 생산농가 20호, 관광협회 20개 등

○ 공동활동 내용

- 매년 20개 정도의 local 이벤트와 2개의 국제행사
 - VINITALY in Verona 등
- 국제적인 바이어 대상의 워크숍
- 360개 투스카니 와인 브랜드 품평회
- 와인 샘플 창고 세일 행사
- 언론인 중심의 와인 셀러 방문 행사 조직
- 와이너리, 레스토랑, 호텔, 농가민박 등의 연수 등
 - 다양한 와인투어리즘(7박8일, 1인당 550유로)

○ 공동조직의 예산(2008년)

- 공공과 민간 50%씩 출자
 - 민간 부문의 경우는 회비를 내는 rule이 있는 데, 업종에 따라 규모에 따라 차이가 있음. 대략 500유로에서 1200유로 사이임. 평균적으로 500유로 정도임.
- 매년 6억-7억원 정도의 운영비
- 마케팅비 150억원
 - 토스카나 주정부에서는 지역 마케팅을 위해 연간 300억원 정도를 쓰고 있음.
 - 토스카나 주정부가 직접 "Toscana Promotion"이라는 프로모션 회사를 만들어 별도로 특별한 마케팅 프로젝트에 대한 자금 지원을 하고 있는데 여기의 예산이 150억원 정도임.
- Region-Provincia-Comune으로 이어지는 행정체제 속에서 주정부는 일반적인 전략과 자금지원의 규칙을 생각하고 Provincia는 그러한 전략과 규칙의 범위 내에서 구체적인 행동을 하는데, 특히 와인루트에서 Provincia 상공회의소는 와인생산농가 대상의 quality control, 품질 인증 등을 담당함.

○ 와인루트의 평가

- 긍정적 측면: 제품의 질에 대한 좋은 이미지
- 부정적 측면: 농업과 관광의 긴밀한 협조체제 부족

2.5. 끼안티 클라시코 와인농가

- 농장은 약 18헥타르이며 이 중 10.5헥타르가 포도주 끼안티 클라시코를 생산하는 포도나무이고 나머지는 Merlot품종의 포도와 올리브를 재배함.
- 농장주인 조반지 바티스타(Giovanni Battista)는 농업경제학자이자 와인 제조업자로 나폴리에서 10년전에 이 지역으로 이주함.
 - 사용하지 않던 집을 개조하고 밭을 새로 농사지을 수 있도록 만드는데 무려 2년이 걸렸음.

- 농장 주가 직접 포도 재배부터 와인 제조, bottling에 이르기까지 포도주 양조법의 전 과정을 감독하고 있음.
 - 생산 전 과정은 유기농으로 하고 관리하는데 농장주 부부 이외에 3명을 전담 관리인으로 고용
 - 바쁜 시기에는 일고 형식으로 별도 인력 고용
 - 포도주 양조와 숙성, 발효의 모든 과정에 갖고 신중한 자체 모니터링과 관련 기관의 품질 검사
 - 총 생산량은 연간 끼안티 클라시코 5만5천병, 올리브유 약간, 포도껍질을 이용한 독한 증류주 등
 - 끼안티 클라시코 품질 조건과 등급



<농가가 운영하는 끼안티 클라시코 와이너리>

2.6. 트렌티노 발수거나 GAL

- Valsugana 개요
 - 발수거나는 정식 행정구역은 아니고 산을 따라 형성되어 있는 몇 개의 지역을 합쳐 부르는 명칭
 - 27개의 comune을 포함
 - 브라질, 아르헨티나, 칠레 등 남아메리카 대륙과 북아프리카 대륙으로부터의 이민자들이 다수를 점하는 지역사회적 특징을 보유하고 있음.
 - wild resources 풍부한 지역으로 산, 호수, 계곡, 동굴, 레포츠, 온천 (terme) 활용한 medical therapy 가능함.
 - 트렌티노 지역은 관광 30%, 펄프 30%, 철강 30%, 농업 5% 정도로 산업이 구성되어 있는 지역임.
 - 약 200만명의 관광객이 7-8월에 집중적으로 방문하고 농산물, 음식, 산,

트레킹 등 지역의 관광자원을 활용함. 7월에는 크고작은 마을축제, 음악회 등을 개최하여 지역을 프로모션

○ Valsugana 관광조합

- 일종의 협동조합으로 Spa라고 불리우는 주식회사와는 다름
- 2007년 설립, 2개의 지역관광회사가 통합
 - 트렌티노 provincia에서 지원하는 14개의 azienda가 존재
- 22명의 직원, 15개의 offices(단, 비수기에는 5개만 운영)
- 49명의 회원(농업, 호텔경영, 장인, 레포츠업 등)
- 연간 운영예산은 5억 원 정도로 40%는 회원들의 회비로 충당하고 60%는 유럽연합이나 주정부의 특별 프로젝트에 대한 위탁예산
- 유럽연합의 LEADER+ 프로그램의 특정 프로젝트에서는 Local Action Group의 역할도 수행

○ 관광조합의 미션과 주요 활동

- 다른 지역과는 차별적이고 더욱 특별한 가치를 가질 수 있도록 연구, 개발하고 그 결과를 지역에 적용하는 것이 관광조합의 가장 큰 도전
- 온라인, 홈페이지, 브로슈어, 잡지 광고 25만 유로(3억7천만원)
- 관광박람회 참여하여 Valsugana 지역 홍보
- 최근에는 “정보의 발신”에 주력하고 있음. 유럽연합의 재정 지원하에 24시간 휴대전화 등을 활용한 지역 마케팅을 추진
- 4년마다 열리는 3일간의 전국노동조합축제를 Valsugana에 유치하여 이탈리아 전체 미디어를 통해서 지역을 홍보할 수 있는 계기로 삼은 것이 가장 의미 있는 활동이라고 자체 평가

○ 지역의 관광 트렌드

- 약 5-6년간 지속적으로 추진하고 있는 프로젝트로서 ‘소를 양자로 들리라’ 프로젝트 소개
 - 도시민이 농가에 60유로를 기부하면 50유로의 치즈 제품을 가져가고 10유로는 불우이웃돕기에 쓰이도록 하는 것이 개요
- 자전거 여행이 늘어나는 추세
 - 현재는 네덜란드, 독일인들이 많은 편
 - 자전거도로, 자전거노선, 광고, GPS정보, 노선상의 식사 장소 정비, 자전거 parking lot과 관련 서비스 제공 등

- 5-10년 뒤에는 자전거여행이 더욱 확대될 것으로 보고, 아이들을 위한 자전거길, 가족을 위한 자전거길, 스포츠 자전거길 등으로 다양화해 나갈 예정
 - 농가민박의 비중은 15% 정도이고 대체로 캠핑과 호텔 위주 숙박
 - 방이 3개 이상이면 농가민박의 조건을 벗어나기 때문
 - 시골 아파트에서 1주일 정도 숙박 가능
- 지역 활성화와 중앙, 지방 공무원의 역할
- 국가의 성장과 동반한다는 차원에서 정부가 지역을 도와주어야 함.
 - 지역 자체의 risk taking 도전 정신이 필요함.
 - 시너지 효과, 기회의 포착
 - 이 지역의 운명은 어디로 갈 것인가, 어떤 지역으로 남을 것인가에 대해서 주민들의 이해와 동의가 필요함.(일종의 vision 설정을 의미) 지역의 운명은 지역(주민)이 결정한다는 것이 가장 중요한 철학이 되어야 함.
 - 비전과 목표에 대해 투자 우선순위를 결정해야 하는데 주민이 주체가 되어야 함.
 - 중앙정부가 그것의 일부를 도와주어야 하는데 특히 '교육'이 중요함.
 - 예산의 문제
 - 인센티브, 더 잘하는 지역에 대해 장려하는 수단의 문제
- 관광조합 설립 전후의 변화와 성과
- 이전에는 오로지 provincia 차원의 공식적인 관광 진흥 프로그램만이 있었음.
 - 2002년 지역법의 변화 계기
 - 2007년 민간 중심의 관광조합이 생긴 후 다양한 아이디어와 형식의 지역 관광 진흥 프로그램이 등장함. 그 결과 질의 개선이 있었다고 판단함. 관광 상품과 서비스의 질이 상당히 높아지고 다양해짐. 예컨대 자전거길과 그에 따른 지도 서비스 등 부대 서비스, 해변의 인프라에 어울리는 부대 서비스 등
 - 관광객 역시 25-50% 이상 증가
- 앞으로의 도전
- 지역 활성화를 위해 논의되는 아이디어는 매우 많지만 시간이 지나면서 달성되는 것들은 그리 많지 않은 것이 현실임. 단 1개라도 실행이 될 수

있어야 함.

- Valsugana 지역으로의 진입을 위한 접근성이 제한적임. 물리적으로는 진입 조건의 개선이 필요하다고 생각함.
- 농촌지역의 인구가 감소되고 고령화되는 것이 세계적인 추세임. Valsugana 지역 역시 이러한 문제를 해소하기 위해 법률을 통한 공장 입지에 따른 재정지원, 세금감면 등을 추진하는 한편 '가족기업'을 육성하고 있음.