



문화체육관광부가 5월 1일부터 10월 31일까지 이탈리아 밀라노에서 열리는 '2015 밀라노 엑스포'에 한식을 테마로 참가한다. 1·2층으로 전시관을 꾸미는 한국관은 우리 전통의 그릇인 '달 항아리'를 형상화했다. 김장을 통해 땅에 음식을 저장하는 한국의 식문화를 소개할 한국관의 '땅의 지혜, 저장' 전시를



밀라노 상륙 앞둔 'K-푸드'... “자연친화적 한식문화 전파”

문화부, 5월 '밀라노 엑스포' 참가 발표

한국관 테마 '한식, 미래를 향한 제안' 3880㎡ 부지...참가국 중 9번째 규모 문화부, 전시 뿐아니라 문화 홍보 계획

'K-팝, K-뷰티, 이어 이번에는 K-푸드.' 세계에 한류 붐을 접화한 우리 대중음악, 한국을 찾는 중국 관광객의 쇼핑품목 1순위인 국산 화장품과 인기 여행상품인 미용성형 투어, 해외에서 관광브랜드 코리아를 대표하는 인기 콘텐츠들이다. 앞으로 여기에 한국음식, 'K-푸드'도 나란히 이름을 올릴 수 있을까. 문화체육관광부(이하 문화부)가 28일 발표한 관광정책에서 눈길을 끄는 것 중 하나는 '2015 밀라노 엑스포' 참가이다.

'지구 식량 공급, 생명이 에너지'라는 테마로 5월1일부터 10월31일까지 6개월간 열리는 '밀라노 엑스포'에 우리나라는 한식을 테마로 참가

국 중 9번째로 큰 규모의 국가관을 건립해 참가한다. 한식에 담긴 철학과 식문화를 세계인에게 소개하겠다는 의욕적인 시도다.

●“자연친화적인 한국 식문화 세계에 소개”

사실 한식을 세계무대에서 한국을 대표하는 문화 콘텐츠로 만들려는 시도는 여러 번 있었다. 최근만 꼽아도 이명박 정부 때 '한식세계화'란 이름으로 우리 음식을 글로벌 상품으로 만들기 위해 많은 투자를 했다. 하지만 결과는 기대에 크게 미치지 못했고, '한식 세계화' 사업은 지지부진한 상태를 거듭하며 국고낭비라는 비난을 듣다 결국 지난해 국고보조금 일몰제 대상까지 올랐다.

'밀라노 엑스포' 참가는 이런 실패를 딛고 다시 한번 한식의 세계화를 시도한다는 점에서 주목을 받는 행보다. '밀라노 엑스포'에 참가하는 규모부터 남다르다. 우리나라는 연면적 3990㎡(부지면적 3880㎡) 규모의 국가관을 건립하여 참가한다. 규모만 따지면 독일, 중국, 스위스, UAE, 터키, 일본, 러시아, 브라질에 이은 9번째다.

'푸드 컬처'의 선진국으로 꼽히는 프랑스(3592㎡)보다도 크다.

밀라노 엑스포 한국관의 테마는 '한식, 미래를 향한 제안: 음식이 곧 생명이다'. 조화롭고 자연친화적인 한국의 식문화가 미래 식량 체계를 위해 하나의 지속 가능한 대안이 될 수 있음을 전하겠다는 포부다.

●6월23일 '한국의 날', 한식과 한국 홍보 대규모 행사

우리 전통의 음식을 담은 그릇 '달 항아리'를 형상화해서 만든 한국관은 1층은 한식 레스토랑과 문화상품관, 2층은 전시관으로 구성한다. 1층에서는 엑스포 관람객들이 직접 한식을 맛보고 다양한 우리의 문화상품을 둘러볼 기회를 제공한다. 한식 레스토랑에서는 행사 기간 동안 맛, 재료, 영양의 균형을 고려한 테마 메뉴를 개발해 제공하며, 문화상품관에서는 소반, 보자기 등 식문화 소품, 한식 브랜드 상품 등을 선보일 예정이다.

전시관인 2층에서는 '무엇을, 어떻게 먹

것인가'라는 질문을 중심으로 조화와 발효, 저장 등 한식에 담긴 지혜를 미디어 예술을 활용해 엑스포를 찾은 관람객에게 소개한다. 우리 고유의 한상 차림에 담긴 맛·재료·영양의 균형과 조화, 그리고 시간의 도움으로 음식의 맛과 영양을 극대화할 수 있는 발효의 문화를 적극 알린다.

6개월간의 엑스포 기간 동안 공연, 전시 등 다채로운 문화행사도 함께 진행한다. 특히 6월 23일을 '한국의 날'로 정해 엑스포장과 밀라노 도심에서 국제포럼, 한식 시연, 특별 전통공연 등 종합 행사를 통해 대대적으로 한국과 한식을 홍보한다.

김종 문화부 2차관은 이번 밀라노 엑스포 참가에 대해 “농식품부, 해수부, 산업부, 외교부 등 범 부처가 협력해 진행하고 있다”며 “문화를 토크라고 할 수 있는 엑스포의 참가가 한식 세계화의 발판을 마련하고, 우리 국민의 자긍심을 높이는 계기가 되기를 바란다”고 기대를 밝혔다.

김재범 전문기자 oldfield@donga.com @kobaukid

밀라노 세계 박람회란?



공식 명칭은 '2015 밀라노 세계 박람회(World Exposition Milano 2015, Italy)'. 세계박람회기구(BIE) 공인 엑스포 5년마다 열

리는 등록 박람회(Registered Expo)다. 5월1일부터 10월31일까지 184일 동안 이탈리아 밀라노 시내서 북서쪽으로 10km 떨어진 곳에 마련한 서늘 여의도 3분의1 넓이인 110만㎡의 부지에서 열린다. 30억 유로(약 4조3700억원)이 들어간 밀라노 엑스포에는 145개국이 참가하고 약 2000만 명이 관람할 것으로 예상되고 있다.

사진제공 | Expo 2015 S.p.A

“동계올림픽 개최지 강원도, 체류형 관광지로”

문화부, 숙박·교통 등 맞춤형 프로그램 진행

지난해 처음 실시한 관광주간이 올해 범위와 대상을 더 넓혀 시행한다. 김종 문화부 2차관은 28일 기자간담회에서 이러한 내용이 담긴 올해 관광정책 추진방향을 밝혔다.

국내 관광산업을 육성하고 여름에 몰린 국내 관광 수요를 분산하기 위해 2014년부터 시작한 관광주간은 5월의 첫 2주간(5월1~14)과 10월 마지막 2주간(10.19~11.1)에 실시한다. 올해 관광주간에는 방학 다양화 및 학교 자율휴업 등에 맞춰 관광시설, 숙박, 교통 등의 할인과 지역별 관광주간 맞춤형 프로그램을 진행한다.

2018 동계올림픽 개최지 강원도는 체류형 관광지로 육성한다. 평창은 대관령 가족휴양지와 오대산 자연명상마을을 조성해 가족 휴양과 치유(힐링) 관광지로 특화한다. 강릉은 문화거리와 강릉아트센터 건립, 한국문화(K-컬처) 축제 개최 등을 통한 젊음과 낭만의 여행지로 육성한다. 정선은 예코 익스트림 파크, 동강레포츠단지 조성해 레저스포츠 관광의 메카로 키울 계획이다. 이를 위해 2032년까지 국비와 민자유치 등 3조3000억원을 투입한다.



문화체육관광부가 올해 관광주간을 확대하는 한편 동계올림픽 개최지인 강원도를 체류형 관광지로 육성한다. 2018 평창 동계올림픽 경기가 열리게 될 평창 휘닉스파크의 모글코스. 사진제공 | 휘닉스파크

개인관광과 레저스포츠 인구의 증가 추세에 맞춰 레저체험활동 정보와 교통, 숙박 등 여행 관련 서비스 정보를 제공하는 '두루누리' 시스템을 구축하고, 카누 카약 등 수상레저 활동 대중화도 추진한다. 동계올림픽 지역인 설악산에는 친환경 케이블카 설치를 추진하고, 서울 남산에는 곤돌라형 케이블카를 설치한다. 장애인

과 고령자를 위한 '열린 관광지' 5곳을 선정하며, 종백 전통문화, 선비문화 체험 등 유교문화를 관광상품으로 개발한다.

김종 차관은 간담회에서 “2014년 1400만 돌파에 이어 올해는 1550만 명을 유치할 것”이라고 외래 관광객 목표를 밝혔다. 김재범 전문기자

워킹맘 위한 간편 유아식 뜬다

베이비 토틀러 우리콩·베이비본죽 등 인기

통계청이 발표한 '2013 맞벌이 가구 현황'에 따르면 국내 맞벌이 가구는 42.9%로 결혼한 여성 10명 중 4명 워킹맘인 것으로 조사됐다. 식품업체의 대응도 발 빠르다. 워킹맘의 부담을 덜어주기 위해 제조가 필요없거나 반조리로 제조가 쉽고 영양은 고루 갖춘 유아식을 잇달아 선보이고 있다.

정식품에서는 공유아식 '베이비 토틀러 우리콩'과 '베이비 토틀러 우리콩'(사진)을 출시했다. 첨단 무균포장 기술의 테트라팩 노후로 합성보존료없이 상온 보관 가능한 액상으로 되어 있어 외출시 휴대가 간편하다. 물에 타는 번거로움 없이 어디서나 수유했 수 있다. 100% 우리 콩을 통째로 갈아 만든 원액을 사용하고 4B 프로젝트(두뇌, 면역, 성장, 소화)를 적용해 3대 영양소 및 각종 비타민, 무기질 등 성장기 아기



들을 위한 영양분으로 꼭 채웠다. 산양분유 전문기업 '아이베넷'은 천연원료로 만든 간편 유아식 '엄마는 선택'을 출시했다. 끓는 물을 부으면 6분 만에 완성이 되는 컵 타입의 이유식으로 어디서나 간편하게 먹을 수 있다. 국내산 농산물과 육류, 해조류를 원료로 사용했으며 아이의 소화와 성장에 필요한 성분들로 영양 밸런스를 맞췄다. 천연원료에서 수분만을 제거한 동결건조 블록으로 원재료의 맛과 영양을 그대로 담았다.

본죽은 영유아를 대상으로 하는 '베이비본죽'을 출시했다. 생후 6개월 이상 아기의 성장 월령에 맞게 초기·중기·후기 총 3단계로 제품을 구성했다. 합성보존료를 넣지 않고 휴대가 간편한 패키지를 사용해 아기 먹거리를 손쉽게 챙길 수 있도록 했다.

원성경 기자 sereno@donga.com 트위터 @serenowon

삼성 스마트폰 독주 흔들

SA “작년 4분기 시장점유율 애플과 공동1위”

세계 스마트폰 시장에서 삼성전자의 독주에 제동이 걸렸다.

29일 시장조사업체 스트래티지 애널리틱스(SA)가 발표한 자료에 따르면, 삼성전자와 애플은 지난해 4분기 나란히 7450만대의 스마트폰을 판매해 공동 1위에 올랐다. 양사의 시장 점유율은 19.6%.

이에 따라 삼성전자는 2011년 3분기 애플을 꺾고 왕좌에 오른 지 3년 반 만에 다시 애플과 1위 경쟁을 벌이게 됐다. 이번 순위 변동은 애플의 '아이

폰6'와 '아이폰6 플러스'가 중국과 미국, 유럽 등에서 큰 인기를 끈 것이 주효했던 것으로 분석된다.

애플은 최근들어 사상 최대 규모의 분기실적을 발표하기도 했다. 삼성전자와 애플의 뒤를 이어 모토로라를 인수한 레노버가 2470만대로 3위, 화웨이가 2410만대로 4위에 올랐다. 지난해 전체 스마트폰 시장을 보면 2013년과 비교해 29.6% 늘어난 12억8350만대를 기록했고, 삼성전자가 3억1720만대를 팔아 1위 자리를 유지했다.

한편 삼성전자는 지난해 4분기 5조2900억원의 영업이익을 기록했다고 29일 밝혔다. 이는 지난해 3분기보다는 30.24% 증가했으나 2013년 4분기보다는 36.37% 줄어든 수치다.

김명근 기자 dionys@donga.com 트위터@kimyke76

호주대사관 '호주의 날' 맞아 패션쇼 등 기념행사

호주의 날을 맞아 주한호주대사관이 29일 서울 그랜드하얏트 호텔에서 기념행사를 열었다. '호주 쇼케이스(Showcasing Australia)'라는 주제로 홍보대사인 방송인 샘 해밍턴이 사회를 맡아 푸드쇼케이스, 패션쇼, 미니 라이브 콘서트, 사진전 등의 다양한 이벤트가 펼쳐졌다.

2013년 오디션 프로그램 '엑스 팩트 호주'에서 동양인 최초로 우승한 한국계 호주인 임다미의 특별 무대도 마련됐다. 임다미는 이날 새로 발표한 앨범에 수록된 곡을 포함하여 5곡의 노래를 불렀다. GS홈쇼핑은 호주양모협회와 업무

협력으로 만든 프리미엄 울 전문 브랜드 '쏘울'의 겨울 인기 아이템을 소개하는 패션쇼 무대를 마련했다.

푸드 쇼케이스에서는 호주산 청정 소고기와 양고기, 5종의 프리미엄 와인, 대표적인 호주 맥주인 빅토리아 비터 등을 소개하는 자리가 마련됐다. 국내에서도 유명한 호주 출신의 스타 바리스타 폴 바셋의 카페가 열렸고, 호주산 망고와 체리, 최고급 유제품과 유기농 밀가루로 만든 건강 빵 등 다양한 호주의 프리미엄 식품들을 전시했다.

김재범 전문기자



29일 서울 그랜드하얏트호텔에서 호주의 날을 맞아 '호주 쇼케이스' 기념행사가 열렸다. (왼쪽 두 번째부터) 가수 임다미, 빌 패터슨 주한호주대사, 소프라노 고미연, 방송인 샘 해밍턴. 사진제공 | 주한호주대사관

네이버 지난해 4분기 영업이익 1961억 기록

네이버가 라인 등의 해외성과에 힘입어 실적이 개선됐다. 네이버는 지난해 4분기 매출 7502억원, 영업이익 1961억원을 기록했다고 29일 밝혔다. 이는 2013년 4분기와 비교해 각각 19.3%, 30.3% 증가한 수치다. 지난해 3분기와 비교해

서도 7.2%, 3.8% 올랐다. 이러한 실적 개선은 라인 등 글로벌 매출이 견인했다. 라인 매출은 광고와 콘텐츠의 견고한 성장에 힘입어 2013년 4분기와 비교해 61.9%, 지난해 3분기와 비교해 6.4% 상승한 2217억원을 기록했다.

편집 | 심승수 기자 sss23@donga.com 트위터@simss23