

(재)부산문화재단 2022-018

# 부산 오페라 축제 구상 연구







# 부산 오페라 축제 구상 연구

---

연구기획

부산문화재단 정책연구센터

---

책임연구

조 정 윤(부산문화재단 정책연구센터장, 공연예술학 박사)

---

조사분석  
(가다나순)

김 수 정(부산문화재단 정책연구센터 연구원)

박 선 미(부산문화재단 정책연구센터 팀 원)

서 아 람(부산대학교 예술문화영상학과 석사과정)

---



## 목 차

<b>I. 연구개요</b> .....	<b>10</b>
1. 연구 필요성 및 목표 .....	11
2. 연구 내용 및 방법 .....	11
<b>II. 환경 및 동향 분석</b> .....	<b>13</b>
1. 공연예술 환경 및 동향 .....	14
2. 부산의 공연예술 환경 및 동향 .....	16
3. 국내 오페라 장르 환경 및 동향 .....	18
4. 소결 .....	20
<b>III. 국내외 오페라 축제 분석 및 시사점</b> .....	<b>22</b>
1. 해외 오페라 축제 현황 분석 .....	23
2. 국내 오페라 축제 현황 분석 .....	37
3. 부산 공연예술 축제 현황 분석 .....	43
4. 정책적 시사점 .....	50
<b>IV. 축제 프로그램 관련 설문조사 및 FGI</b> .....	<b>51</b>
1. 설문조사 결과분석 .....	52
2. FGI 결과 .....	58
3. 주요 제언 결과 종합 .....	61
<b>V. 축제 프로그램 구성 방안</b> .....	<b>62</b>
1. 축제 비전, 미션, 전략 체계 .....	63
2. 프로그램(시즌) 구성 컨셉 및 운영 전략 .....	67
3. 핵심 가치에 따른 세부 추진전략 .....	72
4. 7대 중점 구상별 세부 프로그램 기획안 .....	82
<b>VI. 결론</b> .....	<b>100</b>
1. 연구 결과 의의 .....	101
2. 연구의 한계 및 향후 과제 .....	102
<b>참고문헌</b> .....	<b>103</b>
<b>부록</b> .....	<b>106</b>

## 표 목 차

[표 1] 2019~2020년 공연건수 현황(공연예술통합전산망 20.9.15.기준)	14
[표 2] 2018, 2019년 전국 오페라 공연 건수, 일수, 횟수	18
[표 3] 2018, 2019년 전국 오페라 공연 관객 수 및 유료 관객비중	19
[표 4] 2018, 2019년 전국 오페라 공연 평균 티켓가격	20
[표 5] 코로나19 대응을 위한 주요 예술지원정책의 형태	20
[표 6] 코로나19 대응 공연예술 관련 주요 사업	21
[표 7] 코로나19 이전(2018년, 2019년) 전국 오페라 평균 공연 건수 및 일수	21
[표 8] 부산 오페라 축제 프로그램 관련 설문조사 개요	52
[표 9] 부산 오페라 축제 프로그램 관련 설문조사 문항 구성	52
[표 10] 축제시기로 해당 월이 적합하다는 이유에 대한 상세응답 결과	53
[표 11] 부산 오페라 축제 프로그램 관련 FGI 일시 및 장소, 참석자 명단	58
[표 12] 국내의 오페라 축제 경향을 통해 본 부산 오페라 축제 구성 우선순위	67
[표 13] 부산 오페라 축제 구성 우선순위 구분별 세부 과제 제시	68
[표 14] 부산 오페라 축제의 프로그램 기획 방식 비교	70
[표 15] 후원회 조성 추진 과제별 방향성 및 목적	76
[표 16] 후원회 조성 추진 과제 목표(안)	76
[표 17] 오페라 축제가 지역관광에 미치는 영향 분석표	77
[표 18] 해외 오페라 축제 친환경 실천 사례 분석	80
[표 19] 부산 오페라 축제 주체별 친환경 실천 가이드라인(안)	81

## 그림목차

[그림 1] 최근 3년간 상반기 티켓판매액 .....	16
[그림 2] 코로나19 확산으로 인한 예술환경 변화(중복응답) .....	17
[그림 3] 코로나19 이후 문화예술활동의 변화 .....	17
[그림 4] 2018-2019 전국 평균 오페라 공연 건수 비율 .....	19
[그림 5] 2018-2019 전국 평균 오페라 공연 일수 비율 .....	19
[그림 6] 2018-2019 전국 평균 오페라 장르 관객 수 비율 .....	19
[그림 7] 세계의 오페라 축제 경향 .....	37
[그림 8] '부산 오페라 축제 개최 시기' 결과 .....	52
[그림 9] '부산 오페라 축제 기간' 결과 .....	53
[그림 10] '축제 기간 내 상연 오페라 작품 수' 결과 .....	54
[그림 11] '축제 기간 내 상연 오페라 공연 횟수' 결과 .....	54
[그림 12] '축제 내 오페라 이외의 장르 포함 여부' 결과 .....	54
[그림 13] '부산 오페라 축제 수변 무대 활용 필요 여부' 결과 .....	55
[그림 14] '부산 오페라 축제 아카데미 프로그램 구성안' 응답 결과 .....	55
[그림 15] '부산 오페라 축제 기대 관객층'에 대한 설문 조사 결과 .....	56
[그림 16] '공적 자금 비율'에 관한 의견 .....	56
[그림 17] '오페라 축제 예산 내 협찬, 후원 비율'에 관한 의견 .....	57
[그림 18] '부산 오페라 축제 수익 창출 다양화'에 대한 방안 .....	57
[그림 19] 부산 오페라 축제 성공을 위한 핵심 요소 .....	61
[그림 20] 부산 오페라 축제 비전, 미션, 전략 체계 .....	63
[그림 21] 부산 오페라 축제의 T.P.O 제시 .....	64
[그림 22] 소프트웨어·하드웨어·휴먼웨어에 따른 부산 오페라 축제의 핵심 요소 .....	66
[그림 23] 부산 오페라 축제 중·장기 재정 목표 비율 .....	69
[그림 24] 부산 오페라 축제 기획방식 비율 및 공연 횟수 증가 비율 .....	71
[그림 25] 동북아시아 공연장 네트워크 제작 프로그램 유통 체계 제시 .....	72
[그림 26] 2018, 2019년도 월별 부산 관광객 유입수 통계 .....	77
[그림 27] 한도오페라 관람객 중 시드니 비거주 응답자의 구성 .....	78
[그림 28] 문화예술의 친환경적 관점 및 실천영역 .....	79
[그림 29] 친환경 오페라 축제 카드 출시 예시 포스터 .....	98

# I . 연구개요

1. 연구 배경 및 목적
2. 연구 범위 및 방법



## I. 연구개요

### 1. 연구 필요성 및 목표

#### 1) 연구의 필요성

오페라하우스의 공간적 특성 및 정체성을 담은 대표 축제 개발

- 오페라하우스, 북항, 원도심의 문화예술 자원이 유기적으로 결합된 동아시아 공연예술의 허브 역할을 담당하기 위한 예술축제(arts festival) 기획 필요

지역예술가 및 시민참여 공연예술 축제 기획

- 지역민 참여 가능한 교육적·체험적 요소가 포함된 축제 프로그램 개발
- 적극적인 지역예술가 참여를 통한 공연예술 생태계 활성화 필요

오페라하우스를 활용한 문화관광 활성화

- 북항의 관광 명소화 및 문화예술의 국제적 중심도시로 지속 성장 가능한 환경조성 필요
- 오페라하우스와 국제여행객터미널 연계 관광산업 발굴로 관광명소 조성의 필요성

#### 2) 연구 목표

- 해외 대표 축제 및 정책 분석을 통한 (가칭)부산 오페라 축제의 정책적 방향성 설정 및 운영 전략 제시
- 해외 축제의 시사점으로 부산 상황에 맞는 예술경영적 측면에서 오페라 축제의 구상 방안 제시
- 지역 문화자원 활용을 통한 축제 구상으로 지역의 공연 예술생태계 조성을 위한 방향성 제시
- 문화관광과 연계한 축제 프로그램 구상으로 오페라하우스의 관객개발 및 운영 활성화 전략 제시

### 2. 연구 내용 및 방법

#### 1) 연구 내용

공연예술 환경 및 동향 분석

- 국내외 공연예술 환경 및 동향, 코로나19로 인한 공연예술 생태계 변화
- 부산의 공연예술 환경 분석
- 부산의 공연예술축제 현황 조사 및 시사점 도출

국내외 오페라 축제 분석

- 해외 대표 오페라 축제 현황 및 운영 분석
- 국내 오페라 축제 현황 분석 및 차별화 방안
- 오페라 축제 방향성을 위한 정책적 시사점

오페라 축제 프로그래밍 구성 방안

- 축제 비전, 미션, 전략 체계 및 프로그램(시즌) 구성 컨셉 및 운영 전략 제시
- 동아시아 종합예술 거점을 위한 전략적 연계 방안
- 해외 대표 축제 연계를 통한 작품 제작의 수월성 확보
- 지역문화 자원 활성화, 시민 참여형 문화예술 프로그램 개발·운영 등 프로그램 개발

문화관광 활용 방안

- 해양관광 연계 관광 프로그램 개발
- 오페라하우스 투어 프로그램 구상 제시
- 유니크베뉴로서의 북항 원도심 연계 투어 프로그램 구상

2) 연구 방법

- 해외 대표 오페라 축제 분석
- 국내외 주요 문헌조사
- 국내외 공연예술 분야 전문가 FGI 및 의견 청취
  - 오페라, 공연예술, 축제, 문화관광 분야 기관 실무단위 의견 수렴
  - 축제 수요자 의견 반영을 위한 시민대표 섭외
- 오페라 관련 이해관계자 설문조사 시행
  - 오페라 관련 이해관계자 대상 설문조사 실시(100명 내외)
  - 부산 오페라 현황을 반영한 축제 제언 도출

연구 흐름 및 추진 일정

추진내용	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
문헌조사								
해외 오페라 축제 사례 조사 및 분석								
전문가 FGI								
설문조사								
조사 결과 분석 및 보고서 작성								
조사결과 보완 및 보고서 제작								

## II. 환경 및 동향 분석

1. 공연예술 환경 및 동향 분석
2. 부산의 공연예술 환경 및 동향
3. 국내 오페라 장르 환경 및 동향
4. 소결



## II. 환경 및 동향 분석

### 1. 공연예술 환경 및 동향

#### 1) 국내·외 공연예술시장 현황

##### □ 코로나19로 인한 공연예술시장의 위기<sup>1)</sup>

- 대면접촉을 전제로 하는 문화예술은 본질적으로 감염병에 취약함. 특히 공연예술은 밀폐된 공연장에서 일정 시간 동안 진행되고, 배우 간 접촉, 관객 간 접촉이 발생하므로 타 장르에 비해 코로나19 확산 우려가 컸음
- 2020년 상반기 조사된 ‘코로나 19에 의한 공연예술분야 피해현황 조사’에 따르면, 82.4%의 국내 공연예술 기관이 코로나19로 운영상 피해를 입은 경험이 있다고 응답하여, 대부분의 공연예술계가 코로나19로 부정적 영향을 받았음을 알 수 있음

##### □ 행사 취소 및 문화시설 운영 중단

- 한편 UNESCO에 따르면 세계 128개국에서 코로나19의 확산을 막기 위해 문화시설을 폐쇄하였음. 이에 베를린 필 하모닉오케스트라, 뉴욕 메트로폴리탄 오페라하우스, 브로드웨이 등의 공연이 중단되었으며, 에든버러 페스티벌, 아트바젤 홍콩 등 세계적인 축제와 행사 등도 취소, 연기되었음
- 국내 국공립 공연장의 경우에도 공연 일정을 연기하거나 행사를 취소하는 일이 다수 발생함. 해외 단체 초청을 취소하고 국내 단체 중심으로 진행하는 등 문화체육관광부의 공연장 거리두기 방침에 따라 객석을 축소하여 운영함

##### □ 코로나19 발생 이후 공연건수 및 매출액 급감

- 공연 공급 관점에서 공연 개막 및 상연 현황을 살펴보면, 코로나19 발생 후인 2020년은 코로나19 발생 전인 2019년 동일기간 대비 전체 공연 개막 및 상연 수가 절반 가까이 감소한 것으로 나타남. KOPIS(공연예술통합전산망)데이터에 따르면 2019년 7월, 8월 공연건수는 각각 1,148건, 1,242건이며, 2020년 7월, 8월 공연건수는 각각 587건, 802건임. 즉 전년대비 공연건수 증감률을 살펴보면 2019년 대비 2020년 7월은 -48.9%, 8월은 -35.4%로 나타남<sup>2)</sup>

[표 1] 2019~2020년 공연건수 현황(공연예술통합전산망 20.9.15.기준)

연도/기간	2019년 공연건수(건)	2020년 공연건수(건)	전년대비 공연건수 증감(율)
7월	1,148	587	△561(-48.9%)
8월	1,242	802	△440(-35.4%)

- 지역별 공연 횟수도 크게 감소하였는데, 서울지역보다 서울 외 지역의 공연 감소가 더 뚜렷했음. KOPIS(공연예술통합전산망)데이터에 따르면 2019년 서울지역의 공연 상연 횟수는 13,413회, 서울 외 지역은 5,969회였음. 반면 코로나19의 영향권에 있었던 2020년의 경우 서울 7,416회, 서울 외 지역 2,081회(64.5%감소)로 전년 대비 49.3% 가량 감소되었음<sup>3)</sup>

1) 예술경영지원센터(2020), 『2020 공연시장 이슈리포트-코로나19와 공연예술분야 현황 및 전망』을 참조하여 재구성함

2) KOPIS(공연예술통합전산망) 데이터 전송 의무화 시점이 2019년 6월이었음을 고려하여 7~8월을 비교함

3) 하지만 서울과 서울 외 지역의 공연 공급 비교에 있어서는 다양한 변수가 존재하기 때문에, 단순 공연 상연 횟수 축소 비율만을 근거로 코로나19가 서울 외 지역 공연계에 더 큰 영향을 미쳤다고 판단하기에는 어려움이 있음



- 공연 수요의 측면에서는 뮤지컬 장르를 제외한 모든 장르의 공연 매출액이 급감하는 모습을 보임. 2019년 대비 2020년의 경우 복합장르(△79.7%)의 감소율이 가장 높게 나타났으며 그 뒤를 이어 무용(△77%), 국악(△64.4%), 오페라(△44.2%), 클래식(△35.1%), 연극(△14.7%)로 조사되었음<sup>4)</sup>. 뮤지컬과 타 장르간 매출액 증감 차이는 상대적으로 많은 뮤지컬 공연 횟수에 기인하는 것으로 추측됨. 다만 이외에도 민간 주도의 뮤지컬은 철저한 방역 속에 장기 공연을 유지한 반면, 해외 내한 공연 비중이 높은 클래식, 오페라의 경우 내한공연 취소가 매출액에 영향을 끼친 것으로 보임
- 공연장 운영 현황을 살펴보면, 공공보다 민간이, 대형보다 중소규모 공연장의 어려움이 더 크게 나타남. KOPIS 데이터의 공공 공연장과 민간 공연장 예매취소율을 비교해 보면, 2020년 7~8월 기준, 민간 공연장 예매 취소율은 51.2%로 공공 공연장 예매 취소율 37.4%보다 높게 나타남

## 2) 코로나19 이후 공연예술시장의 변화

### □ 공연예술계 회복을 위한 노력<sup>5)</sup>

- 코로나19로 인한 피해에 대응해 각국은 다양한 예술지원정책을 추진하였는데, 주요한 흐름을 보면, 피해 예술인(단체)을 대상으로 하는 긴급 생계지원이 다수를 차지함. 일례로 독일은 예술인 중심의 소상공인과 프리랜서를 위한 500억 유로 규모의 긴급자금 지원을 발표함
- 국내 또한 공연예술계를 위한 긴급지원정책을 추진함. 중앙정부는 코로나 19 발생 초기에는 공연장 등에 방역용품을 지원하였고, 이후 공연장 대관료(60억), 초연·재공연 등의 제작·기획비(153억), 공연 온라인 생중계(4억원) 등의 지원을 이어나감
- 더하여 공연예술계 일자리 지원(319억), 예술활동 소비 촉진을 위한 공연 관람료(159억원) 지원 등을 추진함
- 서울시 또한 공연예술계를 위한 ‘공연업 회생 프로젝트(50억원)’를 추진하여 500여 개 공연예술 단체 및 기획사를 선정해 최대 1천만 원의 공연제작비를 지원함
- 위와 같은 공연예술 지원정책들은 코로나19 장기화로 공연예술계가 위기를 맞은 가운데 지속 가능한 예술생태계를 만들기 위한 것임. 이와 관련하여 문화체육관광부는 ‘코로나 일상 속 비대면 예술 지원 방안’을 발표하였으며, 크고 온 라인·미디어 예술 활동 지원, 예술과 기술융합 지원, 공연 영상화 종합 제작 공간조성 등을 주요 내용으로 하고 있음<sup>6)</sup>

### □ 비대면 공연문화 확산

- 한편 코로나19 이전부터 공연예술의 대중화 차원에서 공연예술작품을 촬영하여 상영하는 영상화 작업 시도는 국내외에서 꾸준히 해왔음. 베를린 필하모닉은 2008년부터 온라인 스트리밍 서비스 방식을 도입했으며, 예술의 전당은 2013년부터 ‘삭온스크린(SAC on Screen)’이라는 이름으로 공연예술을 영상화하여배급하는 사업을 진행함
- 코로나19는 대면 공연의 대안으로 온라인 플랫폼 기반의 ‘비대면 공연문화’가 전 세계적으로 확산되는 계기로 작용함. 베를린 필하모닉, 메트 오페라를 시작으로 영국 국립극장, 로열 오페라 하우스 등 전 세계의 공연 단체 및 극장들이 온라인 공연 서비스 제공에 동참함
- 온라인 콘텐츠 제공은 공연예술 작품 향유뿐만 아니라, 예술교육 분야까지 영향을 줌. 예컨대 뉴욕 링컨센터는 ‘링컨센터 엿훔’ 사이트를 개설하여 온라인 공연, 교육 영상을 제공할 수 있는 플랫폼을 제작함

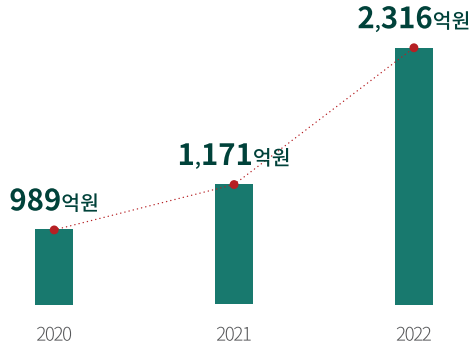
4) 이 분석 역시 2019.6 이후부터 KOPIS 데이터의 전송 의무화가 이루어지고 그 이전 데이터가 상대적으로 신뢰도가 높지 않음을 고려하여, 2019년과 2020년의 장르별 매출액 비교는 대략적인 추세 정도로 제한하여 활용할 필요가 있음

5) 『포스트코로나 시대 비대면 공연예술의 전망과 과제』 (서울연구원, 2020.)를 참조하여 재구성함

6) 보도자료 ‘코로나 일상 속 지속 가능한 예술생태계를 만든다.’, 문화체육관광부, 2020.9.9.  
[https://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/press/pressView.jsp?pSeq=18275](https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=18275)

□ 코로나19 이후 공연예술계의 동향<sup>7)</sup>

- 공연예술지원정책 및 온라인 공연 활성화 등 공연예술계 회복을 위한 노력과 거리두기 해제 등 코로나19 관련 방침의 변화로, 2022년 상반기 공연시장은 침체·위축기로부터 회복세를 지나 성장세로 진입하는 양상을 보임
- KOPIS 추정치 기준, 코로나 19 발생 전인 2019년 상반기 티켓 판매액은 약 1,917억 원으로 보고 있음. 2021년 상반기는 약 1,171억 원으로 2019년에 못 미치는 수준이었으나, 2022년 상반기는 약 2,316억 원으로 코로나19 이전보다 높은 수치를 보임



[그림 1] 최근 3년간 상반기 티켓판매액

- 지역별 추이의 경우, 2022년 상반기에도 공급과 수요 모두 서울 편중 현상이 나타났으며, 이 같은 현상은 수요 측면에서 더 심하게 드러남. 전체 지역 대비 서울의 공연건수는 약 47%로 절반 가까이를 차지하며, 티켓 판매수는 약 68%, 티켓판매액은 약 73%로 나타남
- 서울의 비중이 수요보다 공급 면에서 낮은 것은 코로나19로 축소되었던 지방 투어공연의 재개로 지역의 공연 공급이 일부 증가한 영향으로 볼 수 있음

2. 부산의 공연예술 환경 및 동향<sup>8)</sup>

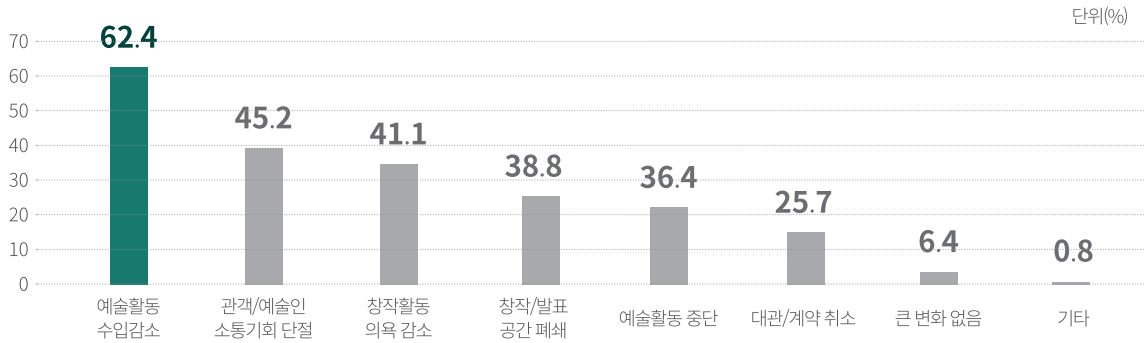
□ 코로나19로 인한 부산지역 공연예술계의 피해

- 부산 예술인 2,000명을 대상으로 한 「2021 부산광역시 예술인실태조사」<sup>9)</sup>에 따르면 코로나19로 인한 예술환경 변화양상을 묻는 질문에 대해 공연예술장르인 국악 80.2%, 연극 79.9%, 무용 79.2%, 음악 78.8%가 ‘예술활동에서 수입이 감소되었다’고 응답하여, 전체 평균 응답률인 62.4%보다 약 20% 가까이 높게 나타남
- ‘예술활동을 중단했다’는 응답의 경우에도 장르별로 살펴보면 국악 61.9%, 음악 55.6%, 무용 53.8%, 연극 49.7% 순으로 평균 36.4%를 크게 상회하고 있음. 이를 통해 코로나19로 인한 부산지역 공연예술계의 피해가 타 장르보다 심각했음을 알 수 있음

7) 예술경영지원센터, 『2022년 상반기 공연시장 동향, 2022』

8) 부산문화재단(2022), 「부산 공연예술 활성화를 위한 기초전략 수립 연구 보고서」, pp. 10~12를 참고하여 작성함

9) 부산문화재단, 「2021 부산광역시 예술인실태조사」, 2021, p.118.



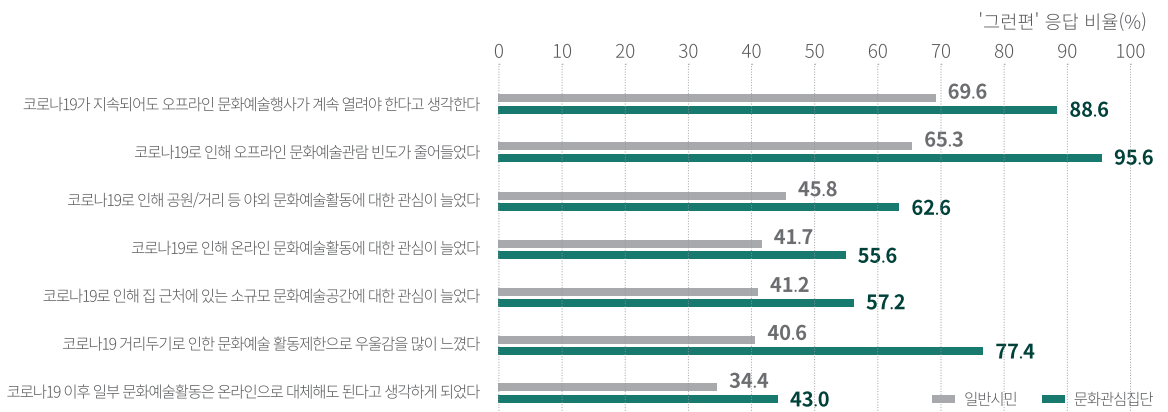
[그림 2] 코로나19 확산으로 인한 예술환경 변화(중복응답)<sup>10)</sup>

□ 공연예술계 회복을 위한 예술지원 정책

- 부산문화재단은 코로나19 확산으로 창작활동과 생계유지에 어려움을 겪고 있는 부산지역 문화예술인을 지원하고자 특별 대책을 마련함. 재정지원으로는 공공일자리 사업 확대, 부산문화재단 사업 참여 예술단체 및 업체들에 대한 선급금 지급, 부산문화재단 운영 문화시설 무료대관 등을 실시함<sup>11)</sup>
- 코로나19 이후에는 실연공연의 영상콘텐츠화, 온라인 발표 등 비대면 방식의 사업형태로 변경을 허용할 뿐만 아니라, 이를 위한 창작활동영상제작지원을 통해 공연예술 작품의 유통 확산에 기여하고자 함<sup>12)</sup>

□ 코로나19로 이후 부산시민의 문화예술활동 변화

- 「2021 부산시민 문화예술활동 트렌드 조사」<sup>13)</sup>에서 부산시민들을 대상으로 코로나19 이후 문화예술활동에 대한 경험과 인식의 정도를 질문하였는데 코로나19로 인해 활동 빈도가 줄었다는 응답이 65%를 넘었음. 또한 문화관심 집단은 일반시민에 비해 코로나19로 인한 문화예술활동 제한의 영향을 더 크게 받아들이고 있는 것으로 나타났으며, 특히 오프라인 문화예술관람 빈도의 문화예술활동 제한으로 우울감을 느끼는 정도가 압도적으로 높은 편이었음
- 한편, 일반시민 10명 중 7명 정도는 코로나19가 지속되더라도 오프라인 문화예술행사가 지속적으로 열려야 한다고 응답한 가운데, 온라인 문화예술활동에 대한 관심이 증가되었다는 응답 비율도 41.7%로 적지 않은 수준으로 나타나 위기상황 속에서도 공연예술에 대한 지지와 관심은 이어지고 있다고 볼 수 있음



[그림 3] 코로나19 이후 문화예술활동의 변화

10) 부산문화재단, 「2021 부산광역시 예술인실태조사」, 2021, p.118, [그림 70] 인용  
 11) 2020.12.04. 부산문화재단, 코로나19 극복 특별 대책 마련, 경남일보, <http://www.gnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=437836>  
 12) 부산문화재단, 「부산 공연예술 활성화를 위한 기초전략 수립 연구 보고서」, 2022, p. 63.  
 13) 부산문화재단. 「부산시민 문화예술활동 트렌드 조사」. 부산문화재단 정책연구센터, 2021. pp.106~155.

### 3. 국내 오페라 장르 환경 및 동향

#### □ 국내 오페라 장르 현황

- 앞서 살펴본 바와 같이 오페라 장르도 코로나19로 인한 공연건수 감소, 매출액 감소 등의 위기를 겪음. 다만 공연 예술계 회복을 위한 노력과 거리두기 해제 등 코로나19 관련 방침의 변화로, 2022년 상반기 공연시장은 침체·위축 기로부터 회복세를 지나 성장세로 진입하는 양상을 보임
- 이에 부산 오페라축제 구상을 위한 국내 오페라 장르 시장 규모를 파악함에 있어, 코로나19 발생 이전인 2018, 2019년 통계 자료를 살펴보는 것이 향후 분석에 용이할 것으로 생각됨
- 아래는 2019 공연예술조사, 2020 공연예술조사에서 발췌한 자료를 재구성한 것으로, 2018, 2019 전국 오페라 공연 건수/일수/횟수/관객수/유료관객비중/평균티켓가격을 보여줌

[표 2] 2018, 2019년 전국 오페라 공연 건수, 일수, 횟수

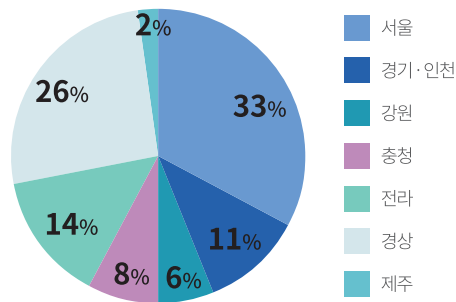
		전국	서울	경기·인천	강원	충청	전라	경상	제주
공연 건수	2018	433	155	41	13	16	84	113	10
	2019	400	116	54	37	46	36	102	9
	평균	416.5	135.5	47.5	25	31	60	107.5	9.5
공연 일수	2018	688	273	74	13	21	94	193	19
	2019	648	208	82	75	69	51	150	13
	평균	668	240.5	78	44	45	72.5	171.5	16
공연 횟수	2018	754	296	87	13	22	100	214	21
	2019	714	219	91	94	82	55	159	15
	평균	734	257.5	89	53.5	52	77.5	186.5	18

- 2018, 2019전국의 오페라 평균 공연 건수는 약 416건, 평균 공연 일수는 668건, 평균 공연 횟수는 734건으로 나타남  
 - 한편 경상권 수치는 부산, 대구, 울산, 경남, 경북 지역을 포괄한 것임. 경상권 내 부산의 오페라 공연 건수 및 횟수 등의 비율이 약 20% 내외인 것을 고려할 때<sup>14)</sup>, 2018, 2019년 부산의 평균 오페라 공연 건수는 약 21건, 공연 일수는 약 34일, 공연 횟수는 약 37회 정도로 추정 가능함

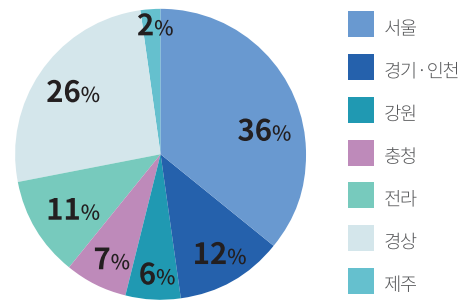
14) 한국문화예술위원회(2020), 2019 문예연감, pp.283-285. 한국문화예술위원회(2019), 2018 문예연감, pp. 310-313. 아래의 2019 문예연감, 2020 문예연감 내 <17개 시도 오페라 공연 건수 및 횟수> 통계자료를 통해 경상권내 부산의 오페라 공연 건수 비율을 추정 가능함

구분	2018		2019	
	공연건수(건)	공연횟수(회)	공연건수(건)	공연횟수(회)
부산광역시	21	55	17	27
대구광역시	48	78	23	39
울산광역시	5	6	11	12
경상북도	13	17	22	30
경상남도	20	32	29	38

구분	2018	2019
경상권 내 부산광역시 공연 건수 비율(%)	19.6	16.6
경상권 내 부산광역시 공연 횟수 비율(%)	29.2	18.4



[그림 4] 2018-2019 전국 평균 오페라 공연 건수 비율



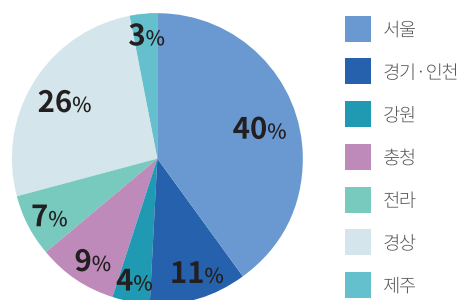
[그림 5] 2018-2019 전국 평균 오페라 공연 일수 비율

- 2018, 2019 전국의 오페라 평균 공연 건수 및 일수를 지역별로 비교해보면, 서울이 33%, 36%로 가장 높게 나타났고 수도권(서울, 경기·인천) 비율이 44%, 48%로 전체 오페라 공연의 절반 가까이를 차지함. 한편 부산이 포함된 경상권은 전체 오페라 공연 건수 및 일수에서 26% 비율을 보여 수도권과의 격차가 뚜렷함을 알 수 있음

[표 3] 2018, 2019년 전국 오페라 공연 관객 수 및 유료 관객비중

		전국	서울	경기·인천	강원	충청	전라	경상	제주
관객 수	2018	353,480	151,014	43,085	5,470	13,115	24,049	107,486	9,261
	2019	375,464	137,417	39,012	24,406	55,587	29,456	80,389	9,197
	평균	364,472	144,216	41,049	14,938	34,351	26,753	93,938	9,229
유료 관객 비중	2018	46.4	48.1	48.3	15.9	20.7	41.2	48.8	49.5
	2019	41.8	50.1	55.5	15.4	17.3	48	43.3	47.1
	평균	44.1	49.1	51.9	15.65	19	44.6	46.05	48.3

- 2018, 2019 전국 오페라 장르 관객 수의 평균은 약 364,000명이며, 전국 유료관객 비율은 약 44%임



[그림 6] 2018-2019 전국 평균 오페라 장르 관객 수 비율

- 2018, 2019 전국의 오페라 평균 관객 수를 지역별로 살펴보면, 수도권의 관객 수가 51%로, 절반 이상을 차지함  
- 한편 경상권의 2018, 2019년 오페라 장르 평균 관객 수는 약 93,000명으로, 이를 경상권 내 부산광역시 공연 횟수 비율(약 20%)로 나누어 살펴보면 부산의 오페라 장르 평균 관객 수가 약 2만 명 수준임을 확인 가능함

[표 4] 2018, 2019년 전국 오페라 공연 평균 티켓가격

		전국	서울	경기·인천	강원	충청	전라	경상	제주
평균 티켓 가격	2018	25,070	32,883	23,575	10,000	22,473	21,510	23,362	17,628
	2019	24,423	28,856	28,721	16,941	17,297	20,266	25,294	16,574
	평균	24,747	30,870	26,148	13,471	19,885	20,888	24,328	17,101

- 2018, 2019 전국 오페라 공연 평균 티켓가격은 24,747원임. 수도권(서울, 경기, 인천)은 전국 평균 이상인 반면 나머지 지역은 모두 전국 평균 이하로 나타남
- 다만, 경상권은 전국 평균과 비슷한 수준(24,328원)으로 형성되어 있어, 오페라 축제 티켓가격을 전국 평균 수준으로 설정 가능할 것으로 보임

#### 4. 소결

**코로나19로 이후 부산시민의 문화예술활동 변화**

- 2020년 발병한 코로나19의 감염 확산을 방지하기 위해 잇따른 공연·축제·행사 취소, 문화 시설 폐쇄 등으로 국내외 공연예술계가 큰 타격을 받았음
- 코로나19발 공연예술계 위기를 극복하고 공연예술 생태계 회복을 위해 각국은 다양한 예술지원정책을 추진함. 코로나19 대응을 위한 주요 예술지원정책의 형태는 다음과 같이 3가지로 유형화할 수 있음

[표 5] 코로나19 대응을 위한 주요 예술지원정책의 형태

구분	주요 내용
예술인 긴급자금 지원	· 코로나19로 인한 예술인 생계 지원, 안정적 창작 지원
비대면 예술활동 지원	· 예술인의 기술융합 예술 창작활동 지원, 공연의 영상화 등 · 온라인 문화예술 플랫폼 구축을 통한 정보 및 감상 서비스 제공
방역물품, 방역비 지원	· 공공, 민영 문화시설 대상 방역물품 및 비용 지원

**코로나19 대응을 위한 부산지역 공연예술 활성화 사업**

- 부산 역시 코로나19로 큰 피해를 입은 공연예술계의 회복을 위해 문화적·창의적 단체의 활성화 지원, 작품의 영상화 및 아카이브 구축과 같은 예술의 디지털화 지원 등을 이어오고 있음

[표 6] 코로나19 대응 공연예술 관련 주요 사업

기관명	코로나19 대응 공연예술 관련 주요 사업
부산시	· 부산 문화포털 '다봄' 구축 및 운영 : 비대면 문화생활 지원 플랫폼. 공연, 전시, 문화행사 등 카테고리별 문화예술정보 확인 가능. 스마트폰 사용자 위주의 예약에서 발권까지 가능
부산 문화재단	· 소규모 예술공간 코로나19 방역지원 : 300석 미만 소극장, 기타 예술공간(갤러리, 대안공간 등) 방역 지원 · 코로나19 부산예술인 긴급생계지원 : 코로나19 피해 예술인 대상 긴급 생계 지원 · 공연예술 소극장 지원 사업 : 운영비(인건비, 시설관리비 등), 사업비(작품제작비, 홍보비 등) 지원 · 그 외 : 아트체인지업, 방구석 프로젝트, 예술교육 릴레이 파티, 멈출 수 없을 거리, B-바빠롤라 등
부산 문화회관	· 배시시(BSCC) 콘서트 On Live : 부산시립예술단 공연 '배시시TV' 통해 생중계 · 배시시(BSCC) 시네 오페라 초이스 : 온라인 중계 및 시네마 라이브형 공연 실험 상영 · 찾아가는 예술단 공연 운영 : 부산지역 내 찾아가는 예술단 공연 및 코로나19로 인한 문화소외계층 맞춤 온라인 문화나눔 · '꿈꾸는 예술학교' 운영 : 부산지역 초중등 학생 대상 예술성 함양을 위한 교육 프로그램. 코로나19에 대응하여 비대면 예술단 예술교육 영상 제작 및 배포

○ 뉴노멀 시대에 예술인의 지속적인 창작활동을 위한 기반을 마련하고, 코로나19로 인한 문화예술활동 제한으로 우울감을 느끼는 부산시민들을 위해 앞으로도 다각도의 예술지원 정책이 수립되고 사업이 추진되어야 할 것임

□ 국내 오페라 장르 현황

- 공연예술계 회복을 위한 정책적 지원에 힘입어 2022년 상반기 공연시장은 회복세를 지나 성장세로 진입하는 양상을 보임
- 부산 오페라 축제 구상을 위해 코로나19 발생 이전 시점(2018, 2019년)의 통계 자료를 살펴본 결과, 전국 오페라 연 평균 공연 건수는 약 416건, 공연 일수는 668건, 공연 횟수는 734회, 관객 수는 36만여명, 유료 관객 비중은 약 44%, 평균 티켓가격은 약 24,000원 수준임. 다만, 수도권(서울, 경기·인천)이 전국 공연 건수, 일수, 횟수, 관객 수의 절반을 차지하는 것을 볼 때, 수도권-지역 간 격차를 줄여갈 수 있도록 지역의 오페라 장르 기반 구축을 위한 노력이 필요함을 알 수 있음

[표 7] 코로나19 이전(2018년, 2019년) 전국 오페라 평균 공연 건수 및 일수

		전국	서울	경기·인천	강원	충청	전라	경상	제주
공연 건수	2018	433	155	41	13	16	84	113	10
	2019	400	116	54	37	46	36	102	9
	평균	416.5	135.5	47.5	25	31	60	107.5	9.5
공연 일수	2018	688	273	74	13	21	94	193	19
	2019	648	208	82	75	69	51	150	13
	평균	668	240.5	78	44	45	72.5	171.5	16
공연 횟수	2018	754	296	87	13	22	100	214	21
	2019	714	219	91	94	82	55	159	15
	평균	734	257.5	89	53.5	52	77.5	186.5	18
관객 수	2018	353,480	151,014	43,085	5,470	13,115	24,049	107,486	9,261
	2019	375,464	137,417	39,012	24,406	55,587	29,456	80,389	9,197
	평균	364,472	144,216	41,049	14,938	34,351	26,753	93,938	9,229
유료 관객 비중	2018	46.4	48.1	48.3	15.9	20.7	41.2	48.8	49.5
	2019	41.8	50.1	55.5	15.4	17.3	48	43.3	47.1
	평균	44.1	49.1	51.9	15.65	19	44.6	46.05	48.3
평균 티켓 가격	2018	25,070	32,883	23,575	10,000	22,473	21,510	23,362	17,628
	2019	24,423	28,856	28,721	16,941	17,297	20,266	25,294	16,574
	평균	24,747	30,870	26,148	13,471	19,885	20,888	24,328	17,101

# III. 국내외 오페라 축제 분석 및 시사점

1. 해외 오페라 축제 현황 분석
2. 국내 오페라 축제 현황 분석
3. 부산 공연예술 축제 현황 분석
4. 정책적 시사점





### Ⅲ. 국내외 오페라축제 분석 및 시사점

#### 1. 해외 오페라 축제 현황 분석

##### 1) 해외 오페라 축제 분석 필요성

###### □ 세계적 수준의 부산 오페라 축제 구상

- 부산 오페라 하우스 개관과 함께 한국을 대표하는 세계적인 수준의 부산 오페라 축제를 구상하기 위해서는 일차적으로 전 세계 해외 오페라 축제를 조사할 필요가 있음

###### □ 부산 공연예술경영 생태계의 지향점 제시

- 부산 오페라 하우스는 오페라 제작극장을 지향하고 있음. 해외 오페라 하우스에서는 한 해의 시즌이 끝나고 오페라 축제를 개최하는 것이 일반적인데, 해외 오페라 축제 사례 분석을 통해 해외 오페라 하우스 축제의 경향과 함께 예술경영과 문화정책을 이해 할 수 있음
- 서구사회 공연예술 축제의 핵심인 오페라 축제 분석을 통해 부산 오페라 축제 운영 방향성의 인사이트를 제시하며, 향후 부산 오페라 하우스, 축제 운영 관련 전문자료(reference book)로 활용 가능

##### 2) 해외 오페라 축제 개요

###### □ 사례 분석을 통한 해외 오페라 축제 경향 파악

- 본 구상 연구는 다음과 같은 대표적인 해외 오페라 축제 10개 사례를 심도 있게 분석하여 그 특징 및 경향을 제시하고자 함
  - 아레나 디 베로나 오페라 페스티벌, 엑상 프로방스 음악 축제, 푸치니 오페라 페스티벌, 로시니 오페라 페스티벌, 바이로이트 페스티벌, 잘츠부르크 페스티벌, 오랑주 오페라 페스티벌, 브레겐츠 페스티벌, 글라인드본 오페라, 한다 오페라
- 해외 오페라 축제가 진행되는 주요 장소를 중심으로 실내 극장, 야외공간 두 가지 측면으로 나누어 사례들을 살펴보고자 함

###### □ 공연장 중심의 해외 오페라 축제

- 유럽의 경우 오랜 시간 동안 역사성을 지닌 실내 극장을 중심으로 오페라 및 클래식 공연을 올리는 축제가 다수인 것을 알 수 있음
- 실내에서 오페라 축제를 개최할 시, 가장 큰 장점은 우천의 영향을 받지 않아 안정적이고 집약된 공간에서의 공연 예술 작품 관람과 청음이 가능하다는 것임
- 메인 공연 작품이 공개되거나, 공연 프로그램이 주로 진행되는 공간이 실내 극장이 중심인 축제는 다음과 같음

로시니 오페라 페스티벌 (Rossini Opera Festival)



출처 로시니 오페라 페스티벌 홈페이지

소개		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이탈리아의 오페라 작곡가 로시니(Rossini)를 기념하여 그의 고향 페사로(Pesaro)에서 매년 8월 약 2주간 열리는 오페라 축제</li> <li>- 페사로는 아드리아해를 접하고 있으며, 인구 약 10만 명의 소도시로 주력 경제 항목은 가구제조, 관광업, 어업임</li> </ul>
일반 현황	개최시기	매년 8월 중순 약 2주
	장소	로시니극장(Teatro Rossini), 스페리멘탈레극장(Teatro Sperimentale) 등
일반 현황	프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이탈리아의 대표적인 오페라 작곡가 베르디와 푸치니의 작품이 대부분임</li> <li>- 자주 공연되는 작품으로는 베르디의 「아이다」, 「리골레토」, 「라 트라비아타」, 「나부코」, 푸치니의 「투란도트」, 「라보엠」 등이 있음</li> <li>- 주최 측은 매 시즌마다 5~6편의 오페라를 상연하며, 이 중 3~4편은 거의 고정적이고 나머지는 1~2편은 매년 다른 작품으로 교체</li> </ul>
예산		2018년 기준 예산은 580만 유로(약 93억 원)이며, 예산의 약 70%는 정부와 시 지원금(430만 유로, 한화 약 69억) 임. 제작 및 공동제작 활동, 선판매 등 특성 활동을 통해서 예산의 약 20%(110만 유로, 한화 약 18억)를 충당함
특징		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 로시니의 알려지지 않은 오페라 작품 연구</li> <li>- 교육 연수 프로그램인 아카데미아 로시니아나 ‘알베르토 제다’ 운영</li> <li>- 대본 텍스트 포함된 비평 에세이가 여러 나라 언어로 번역되어 국내 및 국제 도서관에 제공</li> </ul>

## 잘츠부르크 페스티벌 (Salzburger Festspiele)



출처 잘츠부르크 페스티벌 홈페이지

소개	오스트리아 잘츠부르크에서 열리는 음악 축제로, 연출가이자 배우인 막스 라인하르트(Max Reinhard), 작가 후고 폰 호프만스탈(Hugo von Hofmannstahl), 작곡가 리하르트 슈트라우스(Richard Strauss), 궁정 오페라 감독 프란츠 샬크(Franz Schalk), 무대 연출가 알프레드 롤러(Alfred Roller) 다섯 예술가가 1920년에 페스티벌을 개최하여 현재까지 이어져 세계 3대 음악 축제로 손꼽힘	
일반 현황	개최시기	매년 여름 7 ~ 8월 약 45일 간 *2022년 기준 7/18 ~ 8/31
	장소	대축제극장(Großes Festspielhaus), 모차르트 하우스(Haus für Mozart) 여름승마학교(Felsenreitschule), 대성당(Dom), 대성당 광장(Domplatz) 등
	프로그램	오페라(9작품), 연극(12작품), 콘서트(3작품), 갈라쇼(어린이 프로그램, 어린이 오페라단 공연, 워크샵, 캠프 등), 전시 및 영화 상영
예산	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 예산 €56,000,000 (약 756억 원)</li> <li>- 공공지원금 €16,800,000 (약 226억 8,000만 원)이 총 예산의 30%에 해당하며 재정자립도가 높은 편</li> <li>- 상세내용 *2019년 예산 기준 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 오스트리아 정부 40% / € 6,720,000 (약 90억 7,200만 원)</li> <li>· 잘츠부르크주 정부 20% / € 3,360,000 (약 45억 3,600만 원)</li> <li>· 잘츠부르크 시 20% / € 3,360,000</li> <li>· 관광진흥재단 20% / € 3,360,000</li> </ul> </li> </ul>	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 음악가 모차르트를 헌정하는 음악원을 세워 축제의 상징성을 부여함.</li> <li>- 홈페이지를 통해서 낮은 연령층의 관객을 확보하기 위한 일환으로 최대 90% 할인 적용된 가격으로 티켓 패키지를 판매하며 구독을 독려하고 있음. <ul style="list-style-type: none"> <li>· 구독 관련 18가지 선택지 제공, 개인의 선호에 따라 티켓 구성 가능</li> <li>· 지난해 티켓 구매자의 선호를 분석으로 홈페이지에 등록된 사람에 한해 고객 맞춤 서비스를 기반으로 구독과 관련한 안내가 발송됨</li> </ul> </li> <li>- 티켓 구매 어플을 통해서 축제 접근성을 높임</li> </ul>	



## 바이로이트 페스티벌 (Bayreuther Festspiele)



출처 바이로이트 페스티벌 홈페이지

소개	독일 연방 바이에른(Bayern)주 북부에 위치한 소도시, 바이로이트(Bayreuther)에서 리하르트 바그너의 오페라를 중심으로 행해지는 음악 축제로 약 150년의 전통을 이어오고 있음	
일반 현황	개최시기	매년 여름 7 ~ 8월 약 35일 간 *2022년 기준 7/24 ~ 8/27
	장소	축제 극장(Festspielhaus), Marktschorgast 호수 주변(축제의 밤 진행)
	프로그램	오페라(5~6작품), 아인 피크닉 오페라, 후속투어, 축제의 밤, 어린이 오페라 프로그램 진행
예산	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 예산 €2,500,000 (약 437억 원)</li> <li>- 공공지원금, 약우협회, 지역모금액 €19,000,000 (약 257억 원)이 총 예산의 58.5%에 해당, 티켓 판매 수익 등 자체 수익은 €13,500,000 (약 180억 원)으로 총 예산의 41.8%의 비중을 차지함</li> <li>- 상세내용 *2021년 예산 기준 <ul style="list-style-type: none"> <li>· 독일 연방정부 문화/미디어부 29% / € 5,400,000 (약 73억 원)</li> <li>· 바이에른주 정부 29% / 바이로이트 약우협회 29%</li> <li>· 바이로이트 시 13% / € 2,400,000 (약 32억 원)</li> <li>· 바이로이트 시 오버프란켄 지구 자원봉사자 € 413,000 (약 5억 5000만 원)</li> </ul> </li> </ul>	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제작 극장으로 프로덕션부터 의상, 분장에 이르기까지 인력을 직접 고용함.</li> <li>- 축제 데이터베이스가 구축되어 있어서 1950년 초부터 자료 검색이 가능함. (레파토리, 무대, 캐스팅, 기부자 등)</li> <li>- 축제 입장권은 오직 서면으로 신청할 수 있어서 입장권 구매와 관련한 이슈가 있지만, 최근에는 홈페이지를 통해서 우선 구매가 가능함.</li> </ul>	

## 글라인드본 오페라 페스티벌



출처 글라인드본 오페라 페스티벌 홈페이지

소개	영국의 부호이자 오페라 애호가인 존 크리스티 경(Sir John Christie)에 의해 자신의 영지가 있는 서섹스(Sussex) 글라인드본에서 1934년부터 시작된 오페라 축제	
일반 현황	개최시기	매년 여름 5 ~ 8월 약 98일 간 *2022년 기준 5/21 ~ 8/26
	장소	글라인드본 극장 및 일대 공원
	프로그램	오페라(6작품, 64회 공연), 피크닉&다이닝, 스트리밍 서비스(글라인드본 앙코르)
예산	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 예산 €2,800,000 (약 450억 원)</li> <li>- 전체 수입 예산의 70% : 티켓 판매 수익 £ 17,000,000 (약 267억 원), 멤버십 수익 £ 250,000 (약 40억 원)</li> <li>- 영국 아트 카운슬 지원 5% : 1,600,000 (약 25억 원)</li> <li>- 축제 지출예산                         <ul style="list-style-type: none"> <li>· 인건비, 경상운영비 등을 포함하는 관리행정비용 : £ 5,900,000 (약 94억 원)으로 전체 지출 예산의 21% 차지</li> <li>· 기타 감가상각 등 전체 지출예산의 13% 차지</li> <li>· 오페라 제작관련(Production-related) : £ 18,700,000 (약 297억 원)으로 전체 지출예산의 66%</li> </ul> </li> </ul>	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 관객 충성도를 높이기 위한 멤버십, 정기회원제도(subscription) 운영</li> <li>· 멤버십 옵션은 6가지로, 모두 본인 구매 혹은 선물용 구매 가능함</li> <li>· 준회원 멤버십, 펀딩 멤버십, 투어 멤버십, 연령대별 티켓 멤버십, 기업 및 단체 멤버십 등으로 구분하며, 관객 충성도를 높이기 위한 효과적인 방안으로 대표적 사례로 국내에 소개됨<sup>15)</sup></li> </ul>	

15) 곽은정, 「회원제 운영을 통한 공연관객개발 방안연구-국공립 공연장을 중심으로-」, 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문, 2008.

□ 야외공간 중심의 해외 오페라 축제

- 문화유산 자원인 고대 원형극장과, 지역 자연환경을 활용한 야외 수변무대 축제 두 가지 유형으로 살펴봄. 특히 야외 수변무대 오페라 축제는 다음의 특성을 지님
  - 공연예술의 실외 추진에 따른 시민 문화접근성 향상
  - 야외 공간에서 음향보정 장치의 도움으로 음악을 감상할 수 있어 오페라 관객층 확대 가능
  - 자연환경과 어우러진 공간에서 작품을 편안한 자세로 관람 가능
  - 실내 극장 무대 크기에 제약받지 않는 자유로운 형태의 무대 세트 제작으로 예술성 확보, 이 자체로서 유니크 베뉴로 기능

아레나 디 베로나 오페라 축제  
(Arena di Verona Opera Festival)



출처 아레나 디 베로나 페스티벌 홈페이지

소개	- 인구 25만 명 정도의 중소도시로, 도시 전체가 유네스코 세계 유산으로 등재된 이탈리아 베로나에서 열리는 여름 야외 오페라 축제 - 3만 명 이상의 관객을 수용할 수 있는 고대 로마 원형극장인 아레나 디 베로나를 무대로 사용함	
일반 현황	개최시기	매년 6월 중순~ 8월 말, 매일 밤 9시에 공연 시작
	장소	아레나 디 베로나 원형극장
프로그램	프로그램	- 이탈리아의 대표적인 오페라 작곡가 베르디와 푸치니의 작품 위주 - 자주 공연되는 작품으로는 베르디의 「아이다」, 「리골레토」, 「라 트라비아타」, 「나부코」, 푸치니의 「투란도트」, 「라보엠」 등이 있음 - 주최 측은 매 시즌마다 5~6편의 오페라를 상연하며, 이 중 3~4편은 거의 고정적이고 나머지 1~2편은 매년 다른 작품으로 교체
	예산	- 한해 예산은 평균 4000만 유로(약 540억 원)로, 예산의 33%는 정부와 시 지원금이고, 나머지가 후원금임. - 티켓 수익의 비중이 50% 정도로, 홍보를 중시해 연 100만 유로(약 13억 원)를 홍보 예산에 책정
특징	- 고대 로마 원형 경기장 활용한 무대 / - 레퍼토리 시스템 - 초호화 캐스팅 및 스타 등용문 역할 / - 관객과 함께하는 축제	



엑상 프로방스 음악 축제 (Festival d'Aix-En provence)



출처 엑상 프로방스 음악 축제 홈페이지

소개	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1948년부터 매년 여름 엑상프로방스 지역에서 매년 7월 개최되는 국제 음악 축제</li> <li>- 주로 오페라를 중심으로 오케스트라, 성악 및 기악 독주 등 다양한 클래식 콘서트 프로그램들도 진행됨</li> </ul>	
일반 현황	개최시기	매년 7월
	장소	대주교 극장(Theatre de l'Archevêché)을 개조, 페스티벌의 핵심 공간으로 활용하여 신작 오페라 상연. 그 외 야외 공간 활용
	프로그램	오페라 공연, 클래식 콘서트, 무료 오페라 영상상영, 엑상 프로방스 페스티벌 아카데미 콘서트 투어 등
예산	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (2019년 기준) 총 2,200만 유로(한화 약 295억 5,000만원)</li> <li>- 전체 예산 중 800만 유로(한화 약 107억 4,000만원)는 보조금으로 지원 받고, 60% 이상은 티켓 수익과 후원을 통해 자체 조달</li> </ul>	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 디지털 아카이브로 오페라 관련 자료 축적</li> <li>- 엑상프로방스 페스티벌 아카데미(Académie du Festival Aix-en-Provence)<sup>16)</sup> 운영</li> </ul>	

16) 1998년에 설립되었으며, 클래식 분야 젊은 예술가를 위한 교육, 실험적인 프로그램, 전문가 양성 등을 위한 교육센터

## 오랑주 페스티벌 (Chorégie d'Orange)<sup>17)</sup>



출처 오랑주 페스티벌 홈페이지

소개		-1869년부터 이어져 내려오는 축제. 기존엔 수년 동안 발레, 연극(비극), 코미디 중심의 축제였으며, 각 예술장르의 권위있는 아티스트들이 참여 - 1972년부터 오페라를 중심으로 개최되기 시작, 다수의 콘서트, 낭송회 개최
일반 현황	개최시기	매년 7월 ~ 8월초
	장소	고대 극장(Antique Theatre, 오랑주 원형극장)
	프로그램	오페라 공연(8회 내외), 클래식 음악 연주, 오페레타 아리아 공연
예산		- 연간 예산 약 6백만 유로(한화 약 83억 원) - 2018년, 재정난 해소를 위해 프로방스 알프 코트다쥐르(Paca) 레지옹, 보클뤼즈(Vaucluse) 데파르트망, 오랑주 시가 SPL(Société Publique Locale, 현지 공기업에 해당)를 설립 후 축제 예산 지원 - 축제 수입의 80%는 티켓 판매를 통한 수입
특징		- 1981년 유네스코 세계 문화유산으로 지정되었으며, 8,000명 이상을 수용할 수 있는 야외 원형 극장 - SPL의 지분은 레지옹이 51%, 오랑주 시가 33%, 데파르트망이 16%를 소유. 단, SPL은 프로그램에 관여하지 않음

17) 참고자료 : [이상빈 교수와 함께 떠나는 프랑스 축제 문화] 오랑주 페스티벌, GuideME, 2018.06.01, [http://mguideme.com/bbs\\_detail.php?bbs\\_num=17&tb=board\\_festival\\_new2](http://mguideme.com/bbs_detail.php?bbs_num=17&tb=board_festival_new2)



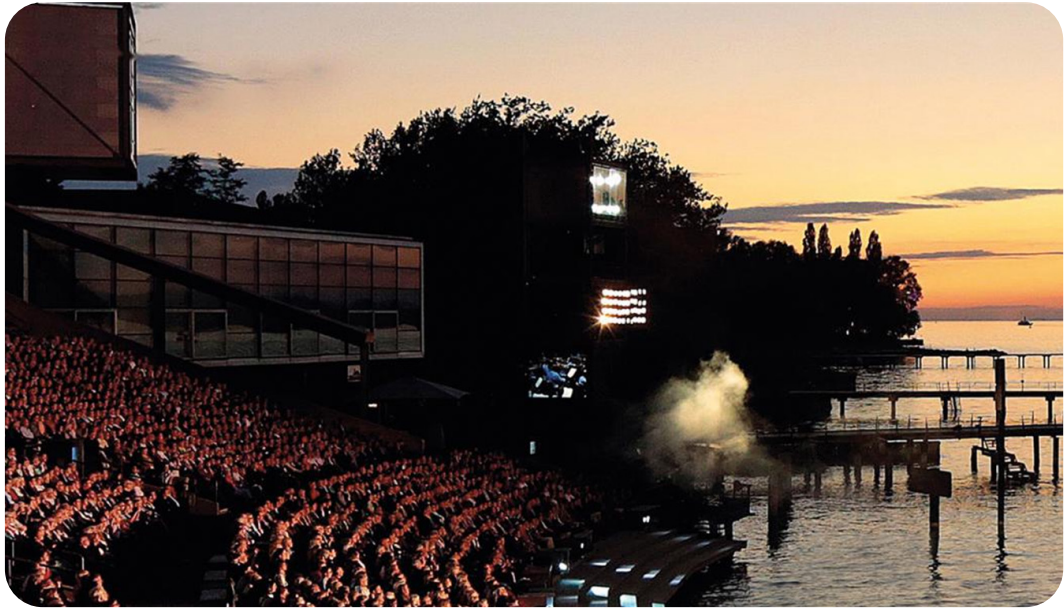
푸치니 페스티벌  
(Il Festival Puccini di Torre del Lago /  
Puccini Festival in Torre del Lago)



출처 푸치니 페스티벌 홈페이지

소개		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이탈리아 토스카나(Tosca)주, 루카(Lucca)시에 위치한 토레 델라고 푸치니(Torre del Lago)에서 푸치니(Giacomo Puccini)를 기리는 음악 축제</li> <li>- 레퍼토리 시스템으로 운영. 푸치니의 대표 작품 &lt;라 보엠&gt;, &lt;서부의 아가씨&gt;, &lt;나비 부인&gt;, &lt;토스카&gt;, &lt;투란도트&gt;, &lt;마농 레스코&gt;, &lt;외투&gt; 등이 주요 레퍼토리로 등장함</li> </ul>
일반 현황	개최시기	매년 여름 7~8월 약 40일 간 *2022년 기준 7/15~8/27
	장소	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 푸치니 극장 내 시설</li> <li>· 푸치니 야외 극장(Grand Open Air Theatre Giacomo Puccini), 푸치니 대극장(Gran Teatro all'Aperto Giacomo Puccini), 엔리코 카루소 오디토리움(Auditorium Enrico Caruso)</li> <li>- 마리아 루이자 광장(Piazza Maria Luisa-Viareggio)</li> </ul>
	프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오페라(7작품), 클래식 음악 공연(3작품)</li> <li>- 라이트 썸머(뮤지컬 1작품, 외 팝페라 및 팝콘서트 4회)</li> <li>· 축제 전후, 축제 기간 중 대중적인 공연이 진행되는 축제 섹션</li> <li>- 푸치니 어워드, 아카데미</li> </ul>
예산		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 예산 €5,726,400 (약 77억 원) 이 중 공공지원금 £ 3,800,600 (약 50억 5,038만 원)</li> <li>- 자체 수익은 €1,455,000 (약 19억 3,346만 원)으로 총 예산의 24%에 해당, 자체 수익 중 티켓 판매 수익은 €900,000 (약 12억 원)으로 자체 수익 내 63%의 비중을 차지함</li> <li>- 아카데미 수익은 €5,000 (약 664만 원) *2022년 예산 기준(2021/12/29 승인)</li> </ul>
특징		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 축제에 푸치니(Giacomo Puccini)를 둘러싼 스토리텔링이 돋보임</li> <li>· 1971년을 시작으로 매년 11월 29일 푸치니 사망일에 그의 죽음을 기리면서 '푸치니의 날'로 지정하여 푸치니 어워드(Puccini Award)가 진행됨</li> <li>· 1983년 이후, 축제와 연계해 유망한 젊은 성악가 육성 교육 프로그램 운영</li> <li>· 푸치니 뮤지엄 통해 푸치니 페스티벌에서 진행된 프로그램 악보 및 대본 판매</li> </ul>

## 브레겐츠 페스티벌 (Bregenzer Festspiele)



출처 브레겐츠 페스티벌 홈페이지

소개	1946년부터 오스트리아 서부에 위치한 소도시 브레겐츠(Bregenz), 보덴(콘스탄체) 호수 부근에서 열리는 공연예술 축제	
일반 현황	개최시기	매년 여름 7 ~ 8월 약 33일 간 *2022년 기준 7/20 ~ 8/21
	장소	수상무대, 축제극장(Festspielhaus), 콘마르트 극장(Theater am Kornmarkt) 등
	프로그램	오페라(7작품), 오케스트라(1작품), 오케스트라 아카데미
예산	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 총 예산 €27,000,000 (약 364억 5,000만 원)</li> <li>- 공공지원금 €6,940,000 (약 96억 원)이 총 예산의 25%에 해당, 협찬 및 후원은 €1,030,000 (약 17억 원)으로 총 예산의 5%의 비중을 차지함.</li> <li>- 상세내용                         <ul style="list-style-type: none"> <li>· 오스트리아 정부 40% / €2,776,000 (약 23억 4225만 원)</li> <li>· 포르알베르크주 정부 35% / €2,429,000 (약 32억 7915만 원)</li> <li>· 브레겐츠 시 25% / €1,735,000 (약 23억 4225만 원)</li> </ul> </li> </ul>	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수상 무대가 축제의 테마가 되어 2년마다 무대를 교체함. 국내 수상 무대 기획에서 브레겐츠 사례를 여러 차례 소개될 만큼 무대 기술력과 예술성이 뛰어남.</li> <li>- 브레겐츠 문화공간 활용을 중심으로 다양한 기획을 하는 MICE 관련회사인 컨퍼런스룸(Kongress Kultur Bregenz)의 운영 효율성이 돋보임                         <ul style="list-style-type: none"> <li>· 2019년 기준, 총 438,086명 방문 (이 중, 축제 관람객은 249,511명), 92%의 예약률을 기록하며, 349회 행사가 진행됨.</li> <li>· 컨벤션, 컨퍼런스, 회의 등 유니크베뉴로서의 기능을 담당하며 2019년 당시 브레겐츠 페스티벌을 제외하고도 약 10만 6천여 명의 관람객이 찾아왔으며, 98개의 문화행사를 개최함.</li> </ul> </li> </ul>	

시드니 한다 오페라 (Handa Opera on Sydney Harbour)



(좌)2016년 투란도트, (우)2022년 오페라의 유령  
출처 시드니 한다 오페라 홈페이지

소개	세계적으로 오페라 제작사, 오케스트라단의 재정난 및 인기 감소라는 문제가 직면함에 따라 호주의 시드니는 이에 대응하는 방법으로 새로운 형식으로 청중들이 오페라를 접근할 수 있도록 수변무대를 활용하여 ‘한다 오페라 축제(Handa Opera on Sydney Harbour)’를 기획	
일반 현황	개최시기	매년 3 ~ 4월 부활절 전후 약 3주간
	장소	호주 뉴사우스웨일스 주 내 시드니 오페라하우스 인근
	프로그램	1개 작품(오페라, 뮤지컬), 인터미션 포함 2시간 40분 *부대 프로그램 없음
예산	주최측 자료 미공개	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘한다 하루히사(Handa Haruhisa)’ 개인 후원을 통한 네이밍 스폰서 대표 사례</li> <li>- The Captioning Studio, Autism Spectrum Australia사와 협력하여 시각장애인을 위한 음성 설명 제공, 촉각으로 느낄 수 있는 백스테이지 투어 기획 및 운영</li> <li>- 투어(Natioanl Tour) 연계 학교 교육 워크숍 및 지역예술인 참여로 지역 예술생태계 활성화</li> </ul>	

3) 해외 오페라 축제 분석 결과

□ 오페라 축제 분석을 위한 다섯 가지 관점 제시

- 본 보고서는 축제 운영의 ‘컨셉트, 프로그래밍, 지역연계, 재정자립전략, 미래 지향전략’ 관점에서 축제를 분석하고자 하였음
- 해외 오페라 축제 10개 사례를 위 5개 기준을 중심으로 분석한 결과는 다음과 같음

□ 세계 오페라축제 경향에 따른 각 축제별 특징 분석 (◎-매우 관련 있음 ○-대체로 관련 있음 △-다소 관련 있음 X-관련 없음)

분류	구분	아레나 디 베로나 오페라 페스티벌	엑상 프로방스 음악 축제	푸치니 페스티벌	로시니 오페라 페스티벌	바이로이트 페스티벌
콘셉트	종합 공연예술축제	○	◎	○	X	X
	야외 오페라 축제	◎	○	X	X	X
	음악가 헌정 오페라 축제	◎	X	◎	◎	◎
	시민참여 오페라 축제	X	○	△	△	X
프로 그래밍	공동제작 및 기획	○	◎	○	○	X
	아카데미 활성화	○	◎	◎	◎	X
	마켓 및 축제 간 네트워크	△	◎	◎	△	X
지역 연계	지역자원과 결합	◎	○	○	○	○
	문화관광 활성화(연계)	◎	△	△	△	○
	유니크베뉴 활용 통한 마이스 산업과의 연계	○	△	X	X	X
재정 자립 전략	공동 마케팅	△	△	△	X	△
	수익창출 다양화	△	△	△	△	X
	민간주도와 후원	○	○	X	X	◎
미래 지향 전략	예술성과 대중성 조화	○	△	X	X	X
	친환경 전략	○	◎	X	○	△
	디지털 전략	△	◎	X	X	◎

분류	구분	잘츠부르크 페스티벌	오랑주 페스티벌	브레겐츠 페스티벌	글라인드본 오페라 페스티벌	한다 오페라
개념	종합 공연예술축제	◎	○	○	△	◎
	야외 오페라 축제	○	◎	◎	△	◎
	음악가 헌정 오페라 축제	○	X	X	X	X
	시민참여 오페라 축제	△	○	X	X	X
프로 그래밍	공동제작 및 기획	◎	○	△	◎	△
	아카데미 활성화	○	○	○	○	△
	마켓 및 축제 간 네트워크	◎	◎	△	○	△
지역 연계	지역자원과 결합	◎	◎	◎	○	◎
	문화관광 활성화(연계)	◎	△	◎	△	◎
	유니크베뉴 활용 통한 마이스 산업과의 연계	○	△	◎	○	△
재정 자립 전략	공동 마케팅	◎	○	○	X	△
	수익창출 다양화	◎	○	◎	◎	◎
	민간주도와 후원	◎	◎	○	◎	△
미래 지향 전략	예술성과 대중성 조화	△	○	○	△	◎
	친환경 전략	△	○	△	○	△
	디지털 전략	◎	△	○	◎	○



□ 축제 운영의 콘셉트

- 대부분의 오페라 축제들이 오페라를 넘어 발레, 연극, 클래식 공연을 포함하는 종합예술 축제를 지향하고 있음. 관객 개발 측면, 문화관광 연계, 수익 창출 등의 목적을 달성하기 위해 야외 오페라 축제 개최 역시 대표적인 경향이 라 할 수 있음. 유럽의 긴 음악 역사에 걸맞게 ‘푸치니, 로시니, 바이로이트 페스티벌(리하르트 바그너)’과 같이 음악 가 한정 오페라 축제도 독특한 경향이라 볼 수 있음

□ 네트워크를 활성화한 프로그래밍

- 오페라 축제 간 네트워크를 활용한 공동제작이 활성화 되어 있으며, 전문가 또는 시민 대상의 오페라 아카데미 및 마켓 운영, 지역의 유관 기관과의 협력으로 축제 간 네트워크를 구축하여 시민·예술인 교류 등을 통한 축제 구성을 다양화함
- 축제 프로그램 중 가장 눈에 띄는 점은 오페라 아카데미로 오페라 전문 신진 예술가를 양성하기 위해 ‘마스터 클래스’운영, 오페라 축제 및 해외 공연 지원, 레지던시 지원 등을 추진함. 반면 시민이 참여하는 오페라 아카데미는 성악·클래식 연주 클래스로 구성되어 있음. 아카데미를 수료한 경우 축제 무대에서 공연할 수 있는 기회를 제공해 오페라와 시민의 접점을 넓힘
- 축제 기간 중에는 전 세계 오페라 예술인(단체)가 교류하고, 오페라 축제와 관련된 최신 정보를 공유할 수 있는 워크숍을 진행하는 등 다양한 네트워크 프로그램들도 마련됨

□ 지역 문화자원(cultural resources)과 결합한 국가의 대표 축제

- 세계 오페라 축제는 지역 문화자원을 활용한 특징을 보임. 예컨대 축제 네이밍에 국가를 대표하는 음악가의 이름을 차용하거나, 수려한 자연환경을 배경으로 한 수변무대 혹은 고대 로마 원형극장을 유니크베뉴로 활용하여 축제를 개최함
- 지역의 유명 레스토랑과 결합한 형태로도 지역 자원을 활용하는 경향을 찾아볼 수 있음. 일반적으로 극장 오페라 공연 시 인터미션과는 달리, 오페라 페스티벌 때에는 지역의 음식을 맛볼 수 있도록 인터미션을 2시간 가량 제공하거나, 피크닉 바구니 형태로 음식을 제공하기도 함<sup>18)</sup>

□ 다각적 자원 마련 방안을 통한 높은 재정자립도

- ‘공동 마케팅’, ‘기업 협찬’, ‘시민 후원’, ‘회원제 운영’ 등을 통해 다양한 방법으로 축제 예산을 확보하고 있음. 이와 같은 사례로 프랑스 엑상프로방스 페스티벌의 경우 전체 예산 중 60% 이상은 티켓 수익과 후원을 통해 자체 조달하고 있으며, 잘츠부르크 페스티벌 역시 공공지원은 총 예산의 30%에 해당하는 등 높은 재정 자립도를 보여줌
- 한편, 세계 오페라 축제들은 충성스러운 고객(loyal customers)이 중심이 된 회원을 통한 티켓 판매 수익이 높은 편임. ‘페스티벌 티켓 우선 구매 보장’, ‘일부 공연 티켓 무료 제공’, ‘리허설 참관’, ‘리셉션 행사 초청’, ‘백스테이지 투어’, ‘프로그램북 이름 게재’ 등 회원 등급별에 따라 혜택을 제공하고 있음

□ 미래를 지향하는 다양한 전략 수립

- 오페라 관객을 개발하고, 오페라의 시민 접근성을 높이기 위해 예술성과 대중성이 조화를 이룬 축제 프로그램 기획이 특징임. 낮은 연령층의 관객을 확보하기 위해 파격적인 할인 혜택을 제공하는 사례도 확인 가능함
- 최근 유럽의 오페라 축제는 기후위기에 대응하기 위한 친환경적 축제를 개최하기 위한 노력을 이어오고 있음. 특히, 프랑스의 오페라 축제를 중심으로 이러한 경향이 두드러짐. 친환경 축제 매뉴얼 발간, 친환경 무대 제작 가이드북을 발간한 사례도 찾아볼 수 있음

18) 해당 사례 페스티벌로는 바이로이트 페스티벌, 글라인드본 오페라 페스티벌이 대표적임. 피크닉과 다이닝 프로그램을 마련하여 축제 기간에 2시간의 인터미션을 확보해 지역 연계된 미식 프로그램이 차지함.

- 또한 오페라, 무용, 성악, 클래식, 축제 등 전문가뿐만 아니라 시민들도 오페라 및 공연 예술과 관련된 자료를 찾아 보고 온라인으로 즐길 수 있도록 디지털 데이터베이스 구축, 영상 데이터 축적 등의 사례가 늘고 있음<sup>19)</sup>

## 2. 국내 오페라 축제 현황 분석

### 1) 국내 오페라 축제 분석 필요성

#### □ 세계 오페라 축제 경향에 따른 국내 오페라 축제 현황 분석

- 본 보고서의 앞선 절에서는 해외 오페라 축제 분석을 통해 세계 오페라 축제 경향을 아래 그림과 같이 분석하였는데, 이는 궁극적으로 국내의 오페라 축제 및 부산 공연 예술경영 생태계의 지향점을 제시하는 데도 유용할 것으로 판단됨
- 또한, 세계적 수준의 부산 오페라 축제를 구상하기 위해서는 현재 국내에서 개최되고 있는 오페라 축제의 현황을 조사하여, 해외 오페라 축제 경향에 부합하는 정도를 분석할 필요가 있음
- 이를 통해 축제 운영 상 예상되는 문제점을 파악함으로써 부산 오페라 축제가 세계적 수준으로 나아갈 수 있도록 보완·대비하기 위한 방안을 제시하는 것이 가능할 것임



[그림 7] 세계의 오페라 축제 경향

19) 잘츠부르크, 바이로이트 축제의 경우 홈페이지를 통해 프로그램 아카이빙 구축되어 있어 오페라 작품의 연구 사료적 가치가 있으므로, 부산 오페라 축제 역시 홈페이지를 통해 아카이빙 시스템을 문화예술사의 사료적 가치에 목적을 두고 구축할 필요성을 확인함

2) 국내 오페라 축제 개요

□ 사례분석을 통한 국내 오페라 축제 경향 파악

- 본 구상 연구에서는 10년 이상 지속되고 있는 국내 오페라 축제를 개최 시작 연도순으로 분석하여 현황 및 특징을 제시하고자 함
- 한국 소극장 오페라 축제(1999~), 대구 국제 오페라 축제(2003~), 대한민국 오페라 페스티벌(2010~)

한국 소극장 오페라 축제



출처 객석 네이버 포스트, 제 19회 한국 소극장 오페라 축제 '김부장의 죽음'

소개	1999년 시작된 국내 최초 오페라축제. 2020년 20주년을 맞이한 한국 소극장 오페라 축제는 2021년 까지 창작오페라, 한국 초연 외국 오페라, 번안 오페라 등 100여 편 이상의 작품들을 선보였으며, 120여 개 단체 참여	
일반 현황	개최시기	매년 4~5월 약 2~3주간
	장소	예술의전당 자유소극장
	프로그램	- 창작 오페라, 번안 오페라 포함 5편(2022년 프로그램: 텃밭길러, 로미오 대 줄리엣, 비밀결혼, 리타) - 부대행사 1) 로(路)페라 버스킹: 버스킹으로 구성된 오페라 거리공연 * 오페라를 소재로 하는 모든 장르 지원 가능 (무용, 기악, 보장, 판소리, 통기타, 가요, 락, 트롯 등) 2) 오페라 피칭타임: 창작오페라 제작투자매칭 3) 오페라 포럼 4) 관객과의 만남: 관객과 출연진 소통 5) 오페라 SPOT 콘서트: 도심의 거리 찾아가 오페라 알림
주최/주관	- 주최 : 한국소극장오페라축제조직위원회 - 주관 : (사)한국오페라인협회, (사)한국소극장오페라연합회, 예술의전당	
예산	2017년 이후 예산 확보 못해 2년간 열리지 못함. 2020년 예술의전당 유인택 사장 전액투자 지원 나서면서 재개(후원사 고려아연 유치해 1억원 지원+ 예술의전당 예산 2억원 추가 투입)	
특징	- 전 작품 짧은 러닝타임(약 90분 내외), 우리말로 공연 - 전 출연진 오디션 진행, 인큐베이팅 시스템 - 레퍼토리 방식을 취해 같은 무대에서 매일 공연이 바뀜	



## 대구 국제 오페라 축제



출처 뉴스와이어 기사사진. 대구 국제 오페라 축제 '토스카' 공연 장면

소개	뮤지컬 도시, 오페라의 도시 대구의 위상과 품격을 세계에 알리기 위하여 2002년부터 매년 개최되는 국제 오페라 축제로, 평균 객석 점유율 84%를 기록하며 오페라 단일분야로는 괄목할만한 성과를 올리고 있음	
일반 현황	개최시기	매년 9월 ~ 11월 사이 약 한 달간
	장소	대구오페라하우스를 비롯한 대구 내 다양한 문화 공간, 야외 공간
프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 메인오페라 (2022년 프로그램: 투란도트, 돈 조반니, 니벨룽의 반지, 라 트라비아타, 신데렐라, 심청) 소극장 오페라</li> <li>- 한국형 오페라 제작을 위한 장기 프로젝트인 '카메라타 오페라 쇼케이스'</li> <li>- 대구오페라하우스 오픈 스튜디오 소속 성악가들이 출연하는 '오페라 콘체르탄테 &lt;카발레리아 루스 티카나 &amp; 잔니 스키키&gt;' 등 다양한 콘서트</li> <li>- '오페라 오디세이' 등 특별행사</li> </ul>	
예산	20억 전액 시비(공기관 등에 대한 경상적 위탁 사업비)	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대구국제영아티스트 오페라 축제를 개최하여 신인 성악가 지속 발굴(오페라 유니버시아드(대학생 대상), 영아티스트 프로그램(신진성악가)으로 세분하여 운영)</li> <li>- 오페라 저변확대와 지역민 문화 향수권 증진 위해 렉처 오페라, 청소년을 위한 재미있는 오케스트라 프로그램 진행</li> <li>- 2019년 제 17회 대구 국제 오페라 축제는 재단 최초의 국제 콩쿠르이자 아시아 최초의 아티스트 마켓인 '제 1회 대구 국제 오페라 어워즈' 개최</li> </ul>	

## 대한민국 오페라 페스티벌



출처 대한민국 오페라 페스티벌 홈페이지

소개	매년 예술의전당에서 개최되는 축제로 국내 오페라단체에 안정적인 공연 환경을 제공하여 한국 오페라 발전을 지원하고자 2010년부터 시작	
일반 현황	개최시기	매년 5~6월 사이 약 4주간
	장소	예술의전당 오페라극장(2,283석 규모), 자유소극장(241석 규모)
	프로그램	- 4~5개 오페라단의 작품을 선정하여 진행 (2022년 프로그램: 까발레리아 루스티카나& 팔리아치, 오페레타 메리 위도우, 허황후, 라보엠, 시칠리아 섬의 저녁기도) - 오페라 갈라 콘서트(전야제), 부대행사 야외 아리아 콘서트(30분)
	주최/주관	- 주최 : 대한민국 오페라·발레축제추진단(민간 기업), 대한민국오페라페스티벌조직위원회 - 주관 : 참가 단체 - 후원 : 문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 예술의전당, 사)대한민국 오페라단 연합회
예산	- 대한민국오페라단연합회에서 문체부에 대한민국 오페라 페스티벌 제안해, 2010년 문체부 국고사업(국립오페라단 주최/주관)으로 10억 원의 예산을 지원받아 시작 - 2016년 한국문화예술위원회 지정공모 사업에서 2020년에는 일반공모 사업으로 전환됨에 따라 전체 사업 예산이 4억 5천으로 줄어듦 <sup>20)</sup>	
특징	- 2013년부터 공모를 통해 민간오페라단이 자체 제작한 오페라 작품을 선정하여 예술의전당에서 공연할 수 있도록 함으로써 민간오페라단의 양적, 질적 성장에 기여 - 예술의 전당 : 공연장 대관(기본대관비용 지원), 홍보지원(축제 통합홍보, 마케팅 진행, 통합인쇄물 제작)	

20) 한국문화예술위원회 대한민국공연예술제 지원사업(유형: 장르대표공연예술제) 공모를 통해 지원  
지원대상 : 전국 규모의 공연예술제 / 지원자격 : 10년이상 연례적으로 개최된 공연예술제 / 지원 규모 : 3억 이상~10억 미만(심의 통해 사업별 최종 지원규모 결정 / 지원기간 : 다년(3년))

3) 국내 오페라 축제 분석 결과

□ 세계 오페라축제 경향에 따른 국내 오페라축제 분석

- 국내 오페라 축제는 해외 오페라 축제에 비해 역사, 규모, 예산, 기간, 관객, 프로그램 등 국제적인 수준에 미치지 못하며, 그 격차는 매우 크편이라 할 수 있음
- 특히, 세계의 오페라 축제에서 나타나는 보편적이고 기본적인 축제 운영이 여전히 미진한 점을 알 수 있어, 향후 국제적인 수준에 도달하기 위해서는 지속적인 투자와 개발이 필요할 것으로 판단됨
- 국내 오페라 축제 3개 사례를 세계 오페라축제 경향을 중심으로 분석한 결과는 아래의 도표와 같음

분류	구분	대한민국 오페라 페스티벌	한국 소극장 오페라 축제	대구 국제 오페라 축제
컨셉트	종합 공연예술축제	X	X	X
	야외 오페라 축제	X	X	△
	음악가 헌정 오페라 축제	X	X	X
	시민참여 오페라 축제	X	X	X
프로 그래밍	공동제작 및 기획	X	X	○
	아카데미 활성화	X	X	○
	마켓 및 축제 간 네트워크	X	X	△
지역 연계	지역자원과 결합	X	X	○
	문화관광 활성화(연계)	X	X	△
	유니크베뉴 활용 통한 미스 산업과의 연계	X	X	X
재정 자립 전략	공동 마케팅	△	△	○
	수익창출 다양화	X	X	○
	민간주도와 후원	○	○	○
미래 지향 전략	예술성과 대중성 조화	○	◎	○
	친환경 전략	X	X	X
	디지털 전략	△	△	○

□ 불안정한 재정 상황으로 인한 단순한 프로그래밍

- 세계 오페라축제는 공동제작, 아카데미, 마켓 등 다양한 프로그래밍을 구성하는 흐름을 보이고 있는 반면, 대한민국오페라페스티벌, 한국소극장 오페라축제는 공연 위주의 프로그래밍에 그침
- 이는 불안정한 재정 상황이 가장 큰 이유로 할 수 있음. 대한민국오페라페스티벌과 한국소극장오페라축제는 민간 오페라 단체가 주관하는 오페라축제로서 공모사업, 후원 등으로 예산을 마련함. 따라서 공모사업의 변화에 따른 축제 예산 삭감, 후원 중단으로 인한 축제 개최 중단 등이 빈번히 발생함
- 불안정한 재정 상황은 오페라 축제 지속가능성을 떨어뜨림으로써 다년간의 네트워킹이 필요한 아카데미, 마켓, 축제 네트워크, 공동제작을 어렵게 만들
- 한편, 대구국제오페라축제의 경우 대구오페라하우스라는 공연장과 연간 20억(시비)의 예산을 기반으로 세계 오페라축제의 프로그래밍 경향과 유사한 모습을 보이기 시작함

□ 개최지의 지역적 특성을 활용하고자 하는 움직임 부족

- 지역 자원과의 연계가 세계 오페라축제 경향이 된 이유는 세계의 많은 오페라축제들이 지역의 공적 자금을 받고, 축제명에 지역명을 포함하고 있기 때문임. 대한민국오페라페스티벌과 한국소극장오페라축제는 ‘지역’과는 무관하고 ‘오페라’ 장르에 집중한 축제이므로, 지역 연계 경향이 뚜렷하지 않음. 이러한 실정을 고려하더라도 개최지인 서울의 지역적 특성을 활용하고자 하는 움직임이 적은 편임
- 한편 대구 국제 오페라축제의 경우, 지역 예술대학과의 연계, 지역 문화 시설 활용 등 지역 자원과의 결합이 일어나고 있음. 다만, 지역 공적 자금을 받는 축제임에도 세계 오페라축제의 지역 연계 경향인 문화관광, 마이스 산업과의 연계 등이 활성화되지 않고 있는데, 이는 지역 연계 방향이 오페라 축제 개최지의 지역적 특성에 따라 차이가 있기 때문임. 예컨대 대구국제오페라축제는 ‘대구’라는 지역자체에 ‘관광지’ 포지셔닝이 불명확하기에 문화관광과의 연계가 고려되지 않고 있는 것으로 볼 수 있음

□ 재정자립을 위한 마케팅 및 후원 유치 노력

- 재정자립도 향상이 축제의 지속가능성에 중요한 역할을 하므로 마케팅, 수익창출, 후원 유치 등을 통해 재정자립도 향상을 꾀하는 것은 대부분의 세계 오페라축제에서 볼 수 있는 현상임
- 이러한 경향에 부합하여 대한민국오페라페스티벌, 한국소극장오페라축제 역시 예술의전당의 후원을 받아 축제 개최 시 예술의전당 홈페이지 홍보 등의 혜택을 받고 있음. 이것이 소극적인 공동마케팅이라면 대구국제오페라축제는 콘서트하우스(Concert house), 오페라하우스(Opera house), 대구미술관(Art museum) 등 지역문화기관들과 함께 COCOA라는 서비스를 구축하여 적극적 공동마케팅을 전개함.<sup>21)</sup> 더하여 대구는 오페라 하우스 후원회, 객석 기부 등을 통해서도 재정자립도 향상을 도모함

□ 미래지향 전략의 일환으로서 친환경 전략 개발 필요

- 세계 오페라축제는 관객 개발을 위해 예술성과 대중성의 조화를 이룬 프로그램 및 부대 행사를 기획하는 경우가 많음. 그러한 경향은 국내 오페라 축제에도 동일하게 나타나고 있으며, 특히 한국의 소극장 오페라 축제의 경우 짧은 러닝타임, 우리말 공연 등의 방법을 통해 예술성과 대중성의 조화를 이루고자 함
- 한편 전 세계, 각 분야에서 기후위기에 대응하고자 실천 전략을 모색하는 가운데, 세계 오페라축제들도 무대소품 재활용, 친환경 무대제작 등 친환경 전략을 도입하고 있음. 이에 반해 국내 오페라축제들은 친환경 전략에 대한 고민이 부재한 상황임

21) 대구 오페라 하우스 홈페이지(<https://cocoadaegu.modoo.at/?link=3t2nsj7q&messageNo=6&mode=view>)에 따르면 COCOA회원에게는 티켓 할인, 포인트 적립, 다양한 제휴처 혜택, 공연 및 전시 알림 서비스 등을 제공함. 다만, 2021년 서비스가 종료되었으며 2022년 리뉴얼 될 예정임

### 3. 부산 공연예술 축제 현황 분석

#### 1) 부산 공연예술 축제 현황 분석

##### □ 세계 오페라축제 경향에 따른 부산 공연예술 축제 현황 분석 필요

- 현재 부산 지역의 공연예술 축제는 기본적으로 축제명에서부터는 국제적 지향점을 확인할 수 있으며, 지역의 다양한 공연예술축제는 종합예술축제를 지향하는 오페라 축제와의 연계성이 깊다고 할 수 있음
- 따라서, 이들 축제를 비교·분석하여 부산 지역의 공연예술 축제가 세계 오페라축제 경향과 얼마나 맞닿아있는지를 확인함으로써 향후 개최될 동아시아 종합예술의 성지를 지향하는 부산 오페라 축제의 다양한 시사점을 제시할 것으로 판단됨

#### 2) 부산 공연예술 축제 개요

##### □ 사례분석을 통한 부산 공연예술 축제 경향 파악

- 본 구상 연구에서는 10년 이상 지속되고 있는 부산 지역의 공연예술 축제를 장르별로 구분하여 현황 및 특징을 제시하였음
- 무용, 연극, 합창, 클래식 음악 장르에 해당하는 공연예술 축제 중 축제명에 ‘국제’가 포함된 축제는 아래와 같음  
- 부산국제무용제(2005~), 부산국제연극제(2004~), 부산국제합창제(2005~), 부산마루국제음악제(2010~)
- 상기 4개의 부산지역 공연예술축제 축제의 콘셉트, 프로그래밍, 지역연계, 재정자립전략, 미래지향전략을 분석하기 위해 자료를 조사하여, 다음의 표와 같이 정리하였음



부산 국제 무용제(BIDF)  
(Busan International Dance Festival)



출처 부산 국제 무용제 홈페이지

소개		광안리 해변 특설무대를 중심으로 시작된 축제로 광안리, 해운대 해변을 중심으로 인근 공연장과 유니크베뉴를 활용해 야외 공연을 선보임
일반 현황	개최시기	하절기, 5월 말~6월 초 4일간 *2022년 기준 5/28, 6/3 ~ 6/5
	장소	영화의전당, 중구 유라리광장, 해운대 해변 특설무대, 부산시민공원
	프로그램	찾아가는 공연, 개막식 및 개막공연, 공식초청공연, 시민참여형 프로그램, 국제안무가육성경연, 국제 포럼
예산 / 참가 규모		주최측 자료 미공개 / 11개국 29팀 56회 공연
특징		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2009년부터 국제 안무가 육성 프로그램에 중점을 두어 해외 예술가들과 교류함.</li> <li>· 2차 심사 입상자에 한해서 작품 제작 지원금과 결선 진출 기회 제공</li> <li>· 결선 우승팀에 국제 안무가상 상금 수여, 해외공연와 다음 해 축제 축하공연 무대 제공</li> <li>- 부산의 원도심 중구 일대와 해변을 유니크베뉴로 적극적으로 활용함</li> </ul>

부산 국제 연극제(BIPAF)  
(Busan International Performing Arts Festival)



출처 부산 국제 연극제 홈페이지

소개		'부산시립극단'의 발족으로 2004년부터 개최된 '부산국제연극제'는 현재 금정구 일대 소극장과 해운대 영화의전당을 중심으로 개최되는 페스티벌로 지역 내에 연극 활성화에 노력을 기울이고 있음
일반 현황	개최시기	하절기, 6월 중순 10일간 *2022년 기준 6/10 ~ 6/19
	장소	영화의전당, 해운대문화회관, APEC나루공원, 하늘바람소극장, 공간소극장, 열린 아트홀, 소극장 6번 출구, 레몬트리소극장 / 온라인 플랫폼(유튜브, 네이버TV 등)
	프로그램	개·폐막식 및 공연, 초청공연, 지역 연극 지원프로그램, 청년 연극 지원프로그램, 거리예술 경연 프로그램, 시민 참여형 프로그램
예산 / 참가 규모		7억 2,400만원 (보조금 5억 6,400만원 / 기부금 1억 6,000만원) / 8개국 70작품
특징		- 시민참여 프로그램으로 <10분 연극제> · 남녀노소 뿐만 아니라 비전공자까지 참여 가능하며, 사전 녹화된 촬영본을 온라인 플랫폼(유튜브, 네이버TV)로 송출하여 경연을 통해 수상 단체에 상금 및 상장을 수여함 - 아트마켓과 예술체험ZONE 운영



부산 국제 합창제(BCFC)  
(Busan Choral Festival Competition)



출처 NSP통신 기사 <http://www.nspna.com/news/?mode=view&newsid=144987>

소개	경연 중심의 축제로 축제기간 합창과 작곡, 지휘자 등 클래식 관련 부문의 예술가들이 경연을 펼침	
일반 현황	개최시기	가을, 10월 중반 4일간 *2022년 기준 10/21 ~ 10/24
	장소	영화의전당, 금정문화회관
	프로그램	경연프로그램, 개막식, 초청공연, 시상식
예산 / 참가 규모	약 3억 8,240만원 (부산시 보조금 2억 9,000만원 / 한국문화예술위원회 500만원 / 현금협찬(기부금) 8,150만원 / 기타수입(참가비 등) 약 590만원) / 5개국 21팀, 800명	
특징	합창경연의 대상 우승자에 문화부장관상이 수여됨	

부산 마루 국제 음악제(BMIMF)  
(Busan Maru International Music Festival)



출처 경남도민신문 <http://www.gndomin.com/news/articleView.html?idxno=291629>

소개	'부산음악협회'의 추진으로 결성된 '부산음악제추진위원회'로부터 개최된 '부산마루국제음악제'는 부산 전 지역에서 동시다발적으로 공연을 한 달간의 기간을 두고 진행하고 있음	
일반 현황	개최시기	하절기, 8월 말~9월 말 약 한 달간 *2022년 기준 8/24 ~ 9/26
	장소	부산문화회관, 을숙도문화회관, 영화의전당, 해운대문화회관, 부산은행 본점 오션홀, 동래문화회관, 영도문화예술회관, 금정문화회관, 부산예술중학교, 페리지홀, 센텀프리미어호텔 외 해외 4곳 / 온라인 플랫폼(유튜브)
	프로그램	경연프로그램 연계 공연, 초청콘서트, 서울·해외프린지콘서트, 영상음악제, 심포지움
예산 / 참가 규모	보조금 : 주최측 미공개 / 기업후원금(부산은행, 착한떡, 보은금속) : 2800만원 / 9개국 23팀, 31회 공연	
특징	서울과 해외 프린지 콘서트로 부산을 거점으로 하여금 서울과 해외에서 활동하고 있는 예술가들과 접촉할 수 있음	

3) 부산 공연예술 축제 분석 결과

□ 세계 오페라축제 경향에 따른 부산 공연예술 축제별 특징 분석

○ 부산 내에서도 2000년대 초반부터 장르별로 공연예술 축제가 지속적으로 개최되고 있음

○ 세계 오페라축제 경향에 따라 부산 공연예술 축제의 콘셉트, 프로그래밍, 지역연계, 재정자립전략, 미래지향전략을 분석해보면 다음과 같음

분류	구분	부산 국제 무용제 (BIDF)	부산 국제 연극제 (BIPAF)	부산 국제 합창제 (BCFC)	부산 마루 국제 음악제 (BMIMF)
콘셉트	종합 공연예술축제	X	△	X	X
	야외 축제	◎	◎	X	○
	예술가 헌정 축제	X	X	X	X
	시민참여 축제	○	○	△	△
프로 그래밍	공동제작 및 기획	△	△	△	△
	아카데미 활성화	○	X	X	○
	마켓 및 축제 간 네트워크	△	○	△	△
지역 연계	지역자원과 결합	○	○	△	△
	문화관광 활성화(연계)	△	△	△	△
	유니크베뉴 활용 통한 미스 산업과의 연계	△	△	X	X
재정 자립 전략	공동 마케팅	△	△	△	△
	수익창출 다양화	X	X	X	X
	민간주도와 후원	○	○	○	△
미래 지향 전략	예술성과 대중성 조화	◎	◎	△	△
	친환경 전략	X	X	X	X
	디지털 전략	X	X	X	X

○ 축제간 연계로 종합공연예술축제로의 가능성 확인

- 공연예술 각 장르에 해당하는 무용, 연극, 합창, 클래식 부문의 축제가 각각의 영역을 지키며 축제가 지속되고 있음
- 개최 시기상으로 살펴보면, 부산국제무용제를 시작으로 부산국제연극제, 부산마루국제음악제, 부산국제합창제 순으로 이어지고 있어 부산 지역에 연간 축제가 이어지고 있다는 인상을 각인시킬 수 있는 효과를 기대함

○ 유니크베뉴를 활용한 예술성과 대중성의 조화

- 부산 국제 무용제와 부산 국제 연극제 사례를 통해서 야외 프린지 공연으로 대중들에게 무용과 연극에 대한 문턱을 낮추고 있는 것을 확인 할 수 있음
- 부산 국제 무용제의 경우 첫 해 개최 당시, 8개국 18팀이 무용제에 참여 했으며, 올해의 경우 11개국에서 29개팀이 참여하는 만큼 무용제의 규모가 양적으로 확대되고, 2009년부터는 지역 예술가를 국제적인 안무가로 양성하기 위한 프로그램을 추진하여 현재까지 명맥을 이어가고 있음
- 부산 국제 연극제의 경우, 시 지원금 1억 원에서 시작된 작은 규모의 축제가 현재 5~6억 원의 지원금을 받아 운영될 만큼 성장을 이룩함. 코로나 이전, 연극제에 10개국에서 24개 작품이 출품되었던 반면, 2022년에는 8개국에서 70작품을 내놓은 만큼 최근 참가의 규모가 확장되었으며, 오프라인 관객 수 기준으로 총 관객 수 5만 여 명의 수준에서 올해는 만 4천 800여 명에 이를 만큼 관객 증가 추세를 보임

□ 주요 한계점

○ 경연 중심의 예술가 육성 프로그램

- 각 축제에서 예술가 육성을 목표로 경연 프로그램이 진행되고 있으며 해외 사례와 유사하게 이듬해 축제 무대를 제공하는 등의 특전을 제공하고 있으나 이런 기회가 지역 주민들에게 각인될 수 있을 만큼의 파급력을 가지지 못하고 축제 내부에 그친다는 한계를 지님
- FGI 회의를 통해 지역 예술가들의 예술 재교육에 대한 필요성과 지역의 무대 인력 부재에 대한 인식을 재고하여 예술가들과 무대 인력들이 지역 축제를 생산적으로 탈바꿈할 수 있는 기능을 축제에 마련할 필요성을 확인함

○ 마케팅에 대한 고민 부재

- 축제가 창출해내는 수익은 대부분 축제 참가자들 중 경연 출전비에 해당하며 축제를 상징할 만한 상품 개발이나, 관광 연계, 마이스 산업과의 연계가 부재함
- 부산의 성공적인 축제로 평가된 부산국제영화제(BIFF) 사례를 참고해보면, 아트마켓이 활성화되어 영화산업의 현직자들과 예술가들의 활발한 교류가 이뤄지고 있음. 이를 참고해볼 때, 부산국제연극제를 제외하고는 산업적 측면에서의 장르 육성 방안이 미흡하다는 결론이 도출됨

○ 축제의 장소성 부재

- 유니크베뉴를 활용하여 각 축제가 운영되고 있으나, 부산 지역의 유니크베뉴를 활용한 축제와 행사가 겹치기 때문에 축제를 상징할 만한 장소성이 축제에 부재함

○ 미래지향적 전략 부재

- 친환경 축제 개최를 위한 전략이 부재한데, 부산 마루 국제 음악제의 경우 포스터에 대중교통을 이용한 축제 방문에 대한 장려 문구가 기재되어있으나 전략적 수준이라고 보기에는 어려움이 있음
- 해외 음악축제의 경우, 오프라인 시설 뿐만 아니라 홈페이지를 중심으로 축제 아카이브를 꾸준히 구축해 오프라인 플랫폼으로 관객 유치에 대한 전략을 확장해오고 있으나, 부산 지역의 공연예술축제에서는 아카이브 축적이 작품명 명시와 현장 사진 수집 수준에 그치고 있어 사료로서 기능이 불가함

#### 4. 정책적 시사점

##### 1) 향후 과제의 방향성

###### ○ 축제의 정체성 강화 방안 모색<sup>22)</sup>

- 국내 지역 축제가 1990년대부터 2000년대 초반에 이르러 활기를 띠고 생성되었으나, 자기 정체성에 갇히거나 지속적으로 담론을 형성해내지 못하고 규모를 확장시키는 것에 실패하거나, 쇠퇴기에 이르는 경우가 많음. 부산 지역의 공연예술축제의 규모가 확장 추세에 있으나, 지역민으로부터 국제적 수준에 이르는 축제로 인식되기 위해서는 새로운 국면을 맞이할 필요성이 있어 보임
- 축제가 자기 정체성을 변모해가며 확장해서 지속적으로 담론을 형성해낼 수 있는 장으로 기능할 수 있어야 하며, 새로운 인재 육성의 장이 되어야 함
- 대구 오페라 축제의 경우, 이슈 생산 방안으로 오페라 축제 리뷰어를 모집하는 등 홍보·마케팅 연계로 노력을 기울이고 있음. 이를 참고하여 부산 오페라 축제에서도 담론을 생산해서 축제의 정체성을 강화할 수 있는 방안을 발굴해야 함

###### ○ 대구 국제 오페라 축제와의 차별화 전략 수립 필요

- 세계 오페라 축제 경향에 따른 다섯 가지 분류 ‘콘셉트, 프로그래밍, 지역연계, 재정자립전략, 미래지향전략’에 따른 세부 과제 수립이 필요하며, 국내 오페라 축제에서 세계 오페라축제 경향에 따라 예술경영적 차원에서 좋은 사례로 제시되고 있는 대구 국제 오페라 축제와 차별성을 두어 부산 오페라 축제를 국제적으로 인식시켜야 함
- 대구와 달리, 관광지 포지셔닝이 명확한 부산의 지역성을 고려하여 문화관광, 마이스 산업과의 연계를 활성화하여 축제와 지역의 관광산업 활성화를 도모할 수 있을 것으로 기대함
- 특히, 코로나19 이후 친환경에 대한 국제적인 관심이 높아짐에 따라 국내 오페라 축제에 친환경 과제를 선도적으로 풀어갈 필요성이 있음. 이에 따라, 대구 국제 오페라 축제의 ‘COCOA 서비스’에 문화관광 활성화의 사례로 프랑스의 ‘NAVIGO’<sup>23)</sup> 사례를 참고한다면, 부산 오페라 축제에 친환경적 관점을 도입한 홍보·마케팅 차원의 과제가 해결될 것으로 기대함

22) 엄현희, 「오프 대학로 연극의 가능성-서울변방연극제와 서울 프린지 페스티벌」, 『연극평론』 86권 0호, 한국연극평론가협회, 2019, 25p.

23) NAVIGO PASS는 기간과 파리 지구를 설정하여 사용하는 통행권으로 파리 관광객에게 이동의 자율권을 확보한다. 2022년 초에는 패스권에 문화 시설 이용 통합 카드를 출시하여, 독립 영화관 147 곳, 오르세, 퐁피두 등을 포함한 뮤지엄 63 곳, 52개 극장 및 기타 26개의 문화시설을 무료/할인 이용할 수 있다.

# IV. 축제 프로그램 관련 설문조사 및 FGI

1. 설문조사 결과분석
2. FGI 결과
3. 주요 제언 종합 결과



## IV. 축제 프로그램 관련 설문조사 및 FGI

### 1. 설문조사 결과분석

#### 1) 조사 개요

[표 8] 부산 오페라 축제 프로그램 관련 설문조사 개요

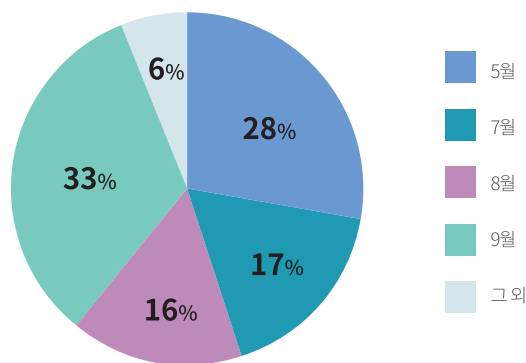
조사대상	부산지역 오페라 관련 종사자
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 설문조사
표본수	92명
조사기간	2022년 5월 23일~6월 24일 (31일 간)

[표 9] 부산 오페라 축제 프로그램 관련 설문조사 문항 구성

연번	설문조사 문항 구성
문1.	부산 오페라 축제 개최 시기
문2.	부산 오페라 축제 기간
문3.	축제 기간 내 상연 오페라 작품 수 및 공연 횟수
문4.	축제 내 오페라 이외의 장르(클래식, 발레, 뮤지컬, 연극 등) 포함 여부
문5.	부산 오페라 축제 야외 공연의 수변 무대 활용 필요 여부
문6.	부산 오페라 축제 아카데미 프로그램
문7.	부산 오페라 축제 기대 관객층
문8.	부산 오페라 축제 개최 5년 후 축제 예산 내 공적 자금 비율
문9.	부산 오페라 축제 예산 내 협찬, 후원 비율
문10.	부산 오페라 축제 수익 창출 다양화

#### 2) 조사 결과

##### □ 부산 오페라 축제 개최 시기



[그림 8] '부산 오페라 축제 개최 시기' 결과

- 부산 오페라 축제 개최 시기로 5월(28.3%), 7월(17.4%), 8월(16.3%), 9월(32.6%) 순으로 응답됨
- 축제시기로 해당 월이 적합하다고 생각하는 이유로는 다음과 같은 응답이 회수됨

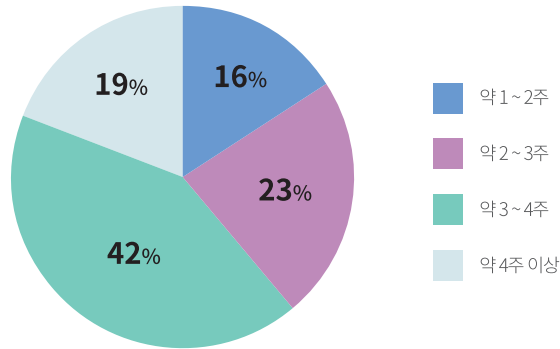


[표 10] 축제시기로 해당 월이 적합하다는 이유에 대한 상세응답 결과

월	이유
9월	날씨가 좋아 많은 관객과 함께 할 수 있을 것으로 예상됨
	가을부터 시작하면 유럽 극장처럼 시즌제로 개최하기 좋을 것임
5월	날씨가 좋아 많은 관객과 함께 할 수 있을 것으로 예상됨
	태풍을 피해서 축제하기 가장 적합한 시기이고 다른 곳(해외 오페라 축제)시즌을 피하기 위함
	10월 개최되는 부산국제영화제는 가을 대표축제로, 5월 개최되는 오페라축제는 봄대표 축제로 육성하여 계절별 볼거리 제공하고, 5월과 6월에 개최되는 국제연극제와 국제무용제와 연계한 퍼포밍아트페스티벌로 확장시킬 수 있기 때문
	7,8월에는 해수욕장 방문객들로 인해 숙소와 교통 등이 혼잡하고 9~11월에는 이미 다른 공연들이 많이 이루어지고 있음
7월	7월 중순부터 8월 중순까지 국내외 휴가와 바캉스철을 고려하여 해양관광과 연계하기 쉬움
8월	작품작업 및 글로벌 커넥션에 대한 효율적 진행시기이기 때문
	휴가철 관광객 유입 용이
그 외	10월. 클래식공연이 가장 활발한 달이기도 하고 관객동원도 잘 되는 달이라 생각함

- ‘부산의 기후 특성’과 ‘관광객 유입’, ‘타 축제와의 연계성’을 고려한 응답이 빈출 된 것을 고려하여 개최 시기를 선정할 필요성을 확인함

□ 부산 오페라 축제 기간

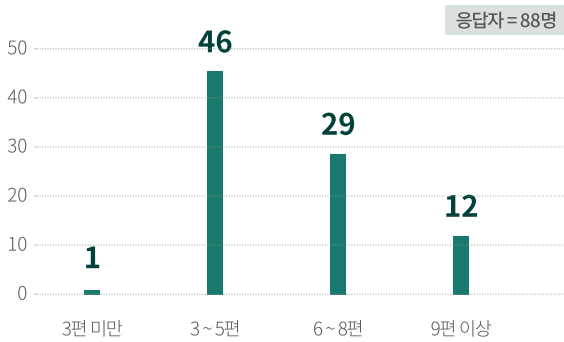


[그림 9] '부산 오페라 축제 기간' 결과

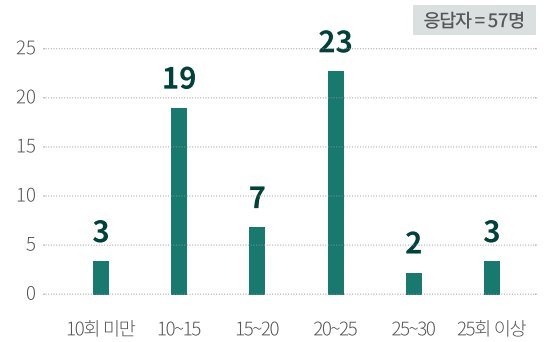
- '부산 오페라 축제 기간으로는' '약 3~4주'라는 응답률이 42.4%로 가장 높음

□ 축제 기간 내 상연 오페라 작품 수 및 공연 횟수

- 공연예술 관계자 89명에 한해서 자유 응답 결과 중 유효 응답 데이터 추출 결과
- 축제 기간 내 상연 오페라 작품 수는 4~5편이 적절한 수준으로 응답 빈도가 가장 높음



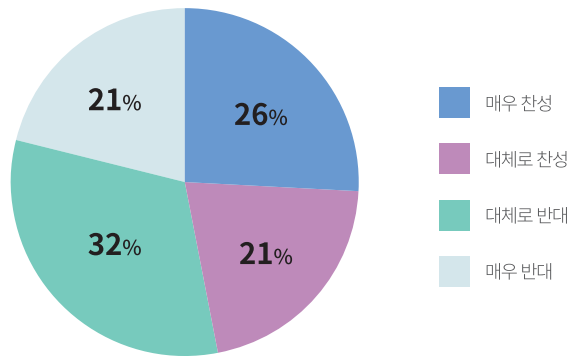
[그림 10] '축제 기간 내 상연 오페라 작품 수' 결과



[그림 11] '축제 기간 내 상연 오페라 공연 횟수' 결과

- '5편 15회', '5편 각 3회 정도', '5편 20회', '5편 편당 4회씩 총 20회'와 같이 유사한 응답이 빈번히 노출되었으며, 데이터 값도 이와 유사하게 작품별 4~5편, 총 20~25회 수준의 공연 횟수가 적절하다고 결론이 도출됨

□ 축제 내 오페라 이외의 장르(클래식, 발레, 뮤지컬, 연극 등) 포함 여부

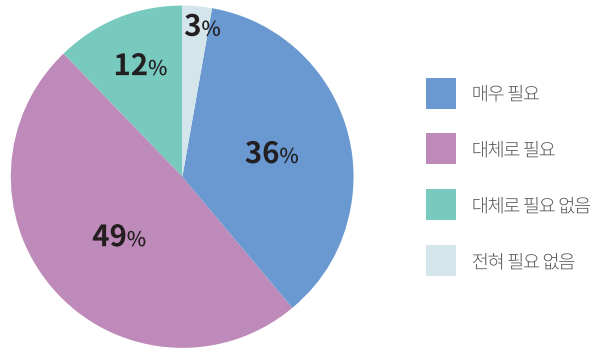


[그림 12] '축제 기간 내 오페라 이외의 장르 포함 여부' 결과

- 부산 오페라 축제에 오페라 이외의 장르가 포함되는 것에 대해서는 '대체로 반대'(32.6%)의 응답률이 가장 높게 측정되었으며 그 다음으로 '매우 찬성'(26.1%)의 항목이 높은 비율로 기록되었고, '매우 반대'(20.7%) '대체로 찬성'(20.7%)은 같은 비율의 응답률을 보임
- 부정 응답(대체로 반대+매우반대)이 53.3%로 긍정응답(매우 찬성+대체로 찬성)의 응답률 46.8% 비해 약간 높은 응답률을 보임
- 구체적 이유로는 다음과 같은 응답이 회수됨
  - 오페라에 대한 관객들의 집중도가 떨어지고 자칫하면 공연예술제로 비치기 쉬움
  - 오페라에 집중하여 오페라축제의 성공적인 안착을 위해서. 장르별 축제는 전문성을 가지게 됨
  - 분야별 축제 구성 후 통합운영
  - 오페라 축제에 집중이 필요 차후 성공적인 개최가 이루어지면 생각해볼 문제
  - 이미 모든 것이 오페라 안에 포함되어 있다고 생각하고 오페라에 포커스가 가야된다고 생각
  - 오페라 축제라는 명칭이 의미가 없다
  - 축제의 주제가 선명하지 못하면 축제의 존재 가치조차 흐릿해지기 때문에
- 오페라 축제에 오페라 이외의 장르 포함 반대 이유로 축제의 정체성 훼손에 대한 우려를 가장 많이 보임

□ 부산 오페라 축제 야외 공연의 수변 무대 활용 필요 여부

- 부산 오페라 축제에 야외 공연의 수변 무대 활용 필요 여부와 관련한 설문 문항5번 조사 결과, ‘매우 필요’(35.9%), ‘대체로 필요’(48.9%)를 기록하여, 84.8%의 긍정 응답을 기록함



[그림 13] ‘부산 오페라 축제 수변 무대 활용 필요 여부’ 결과

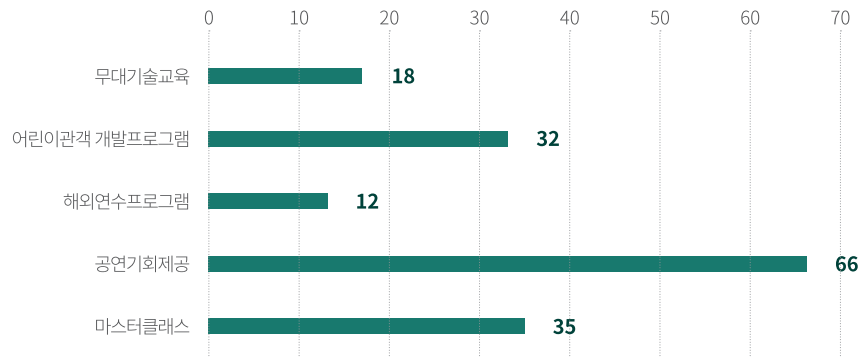
- 부정 응답에 해당하는 ‘대체로 필요없음’ 12%, 전혀 필요없음은 3.3%를 기록하였으며, 부정 응답에 대한 구체적 이유로는 다음과 같은 응답이 회수됨

- 파도의 영향(호수처럼 잔잔하지 않은 바다), 변수가 많아서, 천재지변으로 인한 공연중단 우려
- 음향의 문제
- 오페라 전문 공연장을 두고 공연 환경이 좋지 않은 야외를 택하는 것은 고비용과 불확실성을 증대시키는 비문화적인 이벤트에 지나지 않음
- 비용대비 효과가 적다(외국을 따라할 필요가 없다)
- 예산 투입 대비 효과가 크지 않음
- 오페라 작품에 집중하길 바랍니다
- 타도시의 아류가 되지 않길 바랍니다
- 이전에도 수변에서 공연이 있었는데 큰 장점이 있다고 느끼지 못함. 오페라의 특징은 마이크 없이 소리를 멀리 보내는 것이 목적인데 야외에서 마이크를 차고 노래해야한다면 조금 신중히 할 필요가 있을 것 같음

- 부정 응답에 대한 구체적인 주요 이유로는 ‘바다의 영향’과 ‘음향의 문제’, ‘예산 문제’를 지적함

□ 부산 오페라 축제 아카데미 프로그램에서 가장 필요한 것

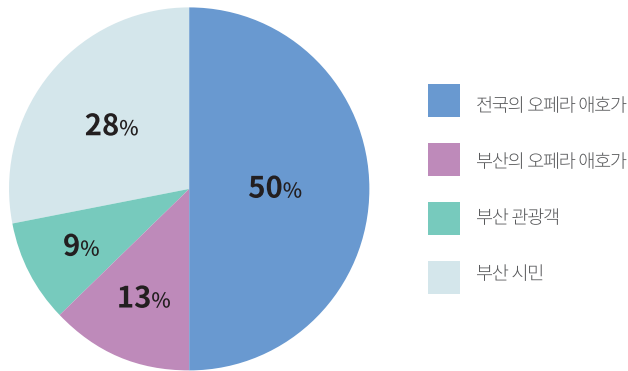
- 부산 오페라 축제 아카데미 프로그램에 가장 필요한 것은 ‘공연 기회 제공’, ‘마스터클래스’, ‘어린이 관객 개발 프로그램’ 순으로 나타나 오페라 공연의 양적·질적 확대에 대한 수요가 높게 드러남. 더불어 ‘어린이 관객 개발 프로그램’에 대한 수요로 미래 관객 유치를 고려하여 오페라의 생태계 조성을 공급과 수요 양측에서 고려해야 할 것으로 판단됨



[그림 14] ‘부산 오페라 축제 아카데미 프로그램 구성안’ 응답 결과

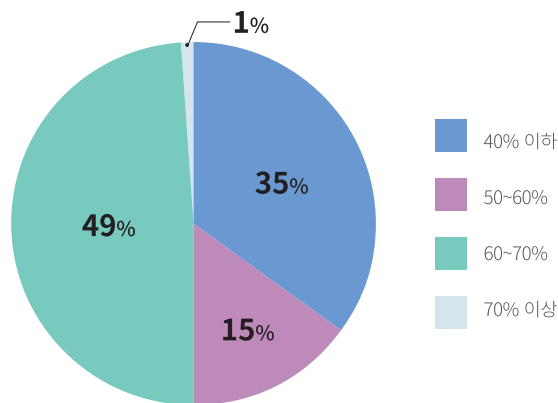
□ 부산 오페라 축제 주된 관객층

- 부산 오페라 축제의 주된 관객으로 예상되는 관객층으로는 응답자 과반수가 '전국의 오페라 애호가'라고 응답함. 이에 따라 부산 오페라 축제는 부산 내의 관객뿐만 아니라 전국 단위의 오페라 애호가 발굴을 시장 목표로 두어야 할 것임



[그림 15] '부산 오페라 축제 기대 관객층'에 대한 설문 조사 결과

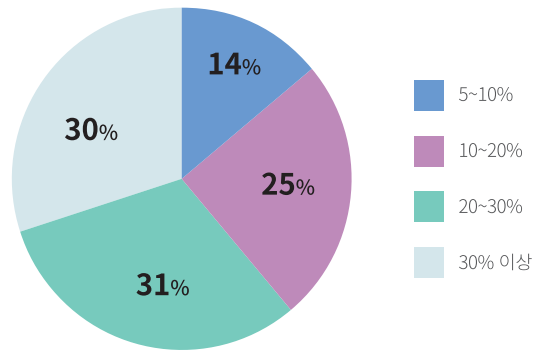
□ 부산 오페라 축제 개최 5년 후 축제 예산 내 공적 자금 비율



[그림 16] '공적 자금 비율'에 관한 의견

- 부산 오페라 축제 개최 5년 후, 축제 예산 내 공적 자금으로 적당하다고 생각하는 비율은 '70% 이상'이라는 응답이 가장 많고, 그 뒤로 50%, 60% 순으로 응답됨
- 응답자 대부분이 축제가 안정되기까지는 많은 공적 자금 투입이 필요하다고 생각하는 것으로 보임

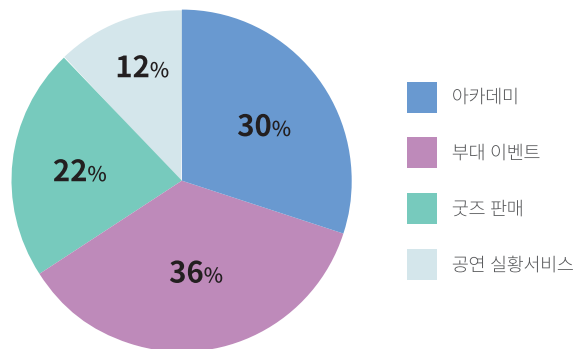
□ 부산 오페라 축제 예산 내 협찬, 후원 비율



[그림 17] '오페라 축제 예산 내 협찬, 후원 비율'에 관한 의견

- 부산 오페라 축제 예산 내 협찬, 후원의 비율로는 '30% 이상'을 응답한 사람이 가장 많으며, 후원, 협찬의 필요성에 대해 동의하는 것을 볼 수 있음

□ 부산 오페라 축제의 수익 창출 다양화



[그림 18] '부산 오페라 축제 수익 창출 다양화'에 대한 방안

- 부산 오페라 축제의 수익 창출 다양화에 가장 도움을 줄 것으로 기대되는 것은 '부대 이벤트'(35.9%), 아카데미 (30.4%), 굿즈 판매(21.7%) 순으로 나타남
- 향후 오페라 축제 구상 연구에서 다양한 부대 이벤트 기획이 필요할 것으로 보임

2. FGI 결과

1) FGI 개요

[표 11] 부산 오페라 축제 프로그램 관련 FGI 일시 및 장소, 참석자 명단

회차	일시 및 장소	참석자 명단	
1차	2022.5.10. 14:00 부산문화재단 3층 배움방1	부산민간오페라단	손 욱(아지무스오페라단 대표) 전연숙(부산오페라단장) 최강지(부산캄머오페라단장)
2차	2022.5.12. 10:30 부산문화재단 3층 배움방1	부산민간오페라단	그레이스 조(뉴아시아오페라단장) 이홍길(온누리오페라단장) 장진규(드림문화오페라단장) 채희진(올웨이코리아오페라단 대표)
3차	2022.5.19. 14:00 부산문화재단 3층 배움방1	부산민간오페라단	김영미(솔오페라단 총감독) 김지호(부산성악가협회장) 왕기현(성악가) 강경원(성악가)
4차	2022.5.23. 10:00 부산문화재단 3층 회의실	부산지역 20-30대 예술인	양보람(부산오페라단 기획팀장) 이서연(온누리오페라단 단원) 여지훈(성악가-테너) 이광진(성악가-테너)
5차	2022.5.24. 16:00 부산문화재단 3층 회의실	부산지역 공연기획 전문가 및 문화정책 관계자	서승우(영화의전당 본부장) 김흥수(부산메세나협회 대표) 강창일(금정문화회관 관장) 신인숙(부산시청 문화예술과 팀장) 곽동현(부산시청 문화예술과 주무관) 전시현(부산시청 문화예술과 주무관)
6차	2022.5.27. 17:00 재단 외부	시민대표 및 연구기관	최우석(최우석 치과의원 원장, 공연예술 애호가) 오재환(부산연구원 선임연구원)
7차	2022.6.8. 14:00 부산문화재단 3층 배움방1	부산지역 축제 분야 전문가	신은주(부산국제무용제 운영위원장) 박용현(부산문화관광축제조직위원회 사무처장) 부산국제합창제(김강규 예술위원장)
8차	2022.6.21. 14:00 부산문화재단 3층 회의실	부산지역 관광·마이스 분야 전문가	강해상(부산관광마이스진흥회 사무처장) 김이태(부산대학교 관광컨벤션학과 교수) 이정민(부산관광공사 관광콘텐츠팀장)

2) 주요 이슈별 FGI 결과

□ 기형적 제작 환경을 비롯한 악순환

- 열악한 재정 지원, 기형적 제작 환경 시스템이 과도한 비용 지출로 이어져 적정 수준의 예술가 개런티 확보가 어려운 동시에 관객 기대에 미치지 못하는 공연 수준이 낮은 티켓 판매 실적으로 이어지고 있는 실정임. 통계상 약 2만 명의 유료 관객 집계와 달리 현장 체감으로는 이에 못 미치고 있음
- 부산 입시 정면 미달로 미래 성악가 배출이 어려워 부산 전체 음악계의 침체 현상이 유지됨

□ 축제를 비롯하여 장르 생태계의 선순환 환경 마련

- 예술가 개런티 보장을 위해서 기형적 구조 개선이 시급하다는 공통의견이 있었으며, 예술인 표준계약서 작성이 축제에서부터 관행으로 자리 잡기를 요구
- 관객 개발 방안, 축제 프로그램 구성, 전문 인력 양성, 협찬·후원 및 회원제 운영에 관한 논의는 이와 관련된 논의의 연장선으로 보아도 무방함

□ 관객 개발 방안

○ 관객 교육

- 관객 눈높이에 맞춘 오페라의 인문학적 요소 발굴로 시민 교육 프로그램 기획
- 교육청 연계 미래 관객 개발
- 영유아, 유년기 아동 대상의 지속 가능한 문화예술사업에 대한 기획 및 장기적 지원이 필요함. 이에 덧붙여 유럽의 영유아 전용 극장과 같은 특화된 공간 필요성에 대한 목소리가 있었음

○ 공연 제작

- 장르 특성을 고려한 예술지원 사업 필요성에 대해 강조하며 전국 수준의 재정이 지원되기를 희망함
- 지역 지형적 특성(해변 및 수변)을 살린 야외무대, 지역 문화회관과 유니크베뉴(소극장, 갤러리, 카페, 야외광장 무대 등)를 활용하여 문화접근성 향상
- ‘아레나 디 베로나 페스티벌’의 두란도트 사례를 제시하여, 부산만의 시그니처 오페라 공연을 제작하여 지속적으로 축제에 참여하는 관객 확보에 대한 기대

○ 축제 프로그램 구성

- 관광 연계 프로그램, 야외 오페라, 아트마켓, 축제 간 연계, 미식 프로그램 필요성에 대한 인식이 높았음.

아래는 이와 관련된 구체적 방안임

- 야외공간을 활용한 찾아가는 오페라
- 대상별 부산 지역 특성을 고려한 관광지를 선출하여 관광 연계 상품 개발의 필요성에 대해서 강조, 이에 대한 구체적 예시로 ‘오페라 스토리텔링 기반 관광로드 개발’이 있었음
- 기술 융합 무대 설치, 메타버스 활용과 같은 미래 지향적인 공연 제작 투자 필요
- 인터미션 시간을 확보해 야외피크닉과 같은 미식 연계 프로그램
- 축제 시그니처 상품(굿즈) 판매
- 축제에 인문학적 요소를 더해 마케팅 요소를 추출하여 프로그램 구상 제안
- ‘에디버러 페스티벌’의 예시로, 기존의 부산 기초 예술 축제를 활용하여 축제간 연계 프로그램에 대해 의견 제시, ‘부산콘텐츠마켓’ 연계로 예술가들의 상호 협력장 조성 방안 제시

○ 전문 인력 양성

- 제작 인프라 구축과 관련된 의견이 주를 이룸
- 지역 내 기획, 연출, 제작과 관련한 전문 인력이 부족한 실정에 대해 강조함. 이를 극복하기 위해서 학계와 연계하여 무대 및 의상 전문 디자이너를 양성하는 방안과 해외 전문 무대 디자이너, 연출가와 지역 인력과의 교류 방안을 제시함
- 무대 제작 및 연습 공간의 부족으로 이에 대한 장소 마련을 요구함. 동시에 무대 수장고 마련과, 공연 소품 및 의상 관리·대여 시스템이 구축되어 환경오염 완화에 대한 기대를 보임
- 상주 직원제 도입으로 축제 인력의 전문성 강화하는 등, 축제 내부에서 인재 육성 프로그램 진행에 대한 의견을 내보임. 중복된 인력양성 프로그램의 문제점을 지적하여 강의 위주보다는 실무적 능력을 기를 수 있는 프로그램 도입 필요



- 예술가 양성과 관련해서는 경쟁 위주의 오디션보다 인큐베이팅 시스템 정착에 대한 필요하다는 의견이 있었음. 이와 상충되지만 어워즈 프로그램을 활용하여 세계적인 아티스트들과의 교류로 기회 확장 제공이 가능하다는 의견이 있었음. 또한 미래 세대 부산 성악가가 부족한 실정임으로 이에 대한 성악가 양육 프로그램 필요에 대한 주장 제기
- 종합적으로 위의 내용을 반영해서 더 나아가 영화계의 ‘아시아 영화학교’와 같은 공연예술학교 건립 제안의 목소리가 나옴

○ 협찬·후원 / 회원제 운영

- 기업 메세나를 이용해 시와 연계하여 기업에 파격적인 세제 혜택 제공, 카드사/통신사 포인트제 적극 이용하는 등 민간 차원에서 해결하기 어려운 부분을 관에서 주도해주시기를 기대함
- ‘프로젝트 스폰서십’, ‘네이밍 스폰서십’ 등이 이뤄지기 위해서는 축제를 산업적 측면에서 바라보고 관객과 기업에 대한 면밀한 분석이 필요함. 따라서 마케팅적 요소 발굴로 축제 프로그램과 연계하여 축제 측에서 선제적, 적극적으로 기업에 접근할 필요성이 있음
- 다만, 규모가 큰 메인 스폰서에 의존할 경우, 해당 기업 후원 중단 시 영향을 크게 받을 수 있으므로 일반시민 대상 소액 후원 증액이 필요하다고 강조. 유럽 극장 회원제의 경우, 회원 등급을 A부터 Z까지 구분하여 회원 등급 별 커뮤니티를 조성하는 등 공연장 중심으로 예술과 비즈니스가 교류되고 있는 현황에 대해 알림
- 오페라 하우스 시범 운영 기간제를 도입하여 특정 기간 동안 프로그램을 운영하여 관객층을 면밀하게 분석하여 프로그램 기획, 협찬·후원 및 회원제 운영이 필요하다는 의견이 5차 FGI 회의에서 도출됨

□ 오페라 제작비용 및 티켓 가격 책정

- 오페라 대형 작품 기준(오케스트라단 최소 50인 이상) 평균 3억 원의 제작 비용 소요, 소형 오페라 대형 작품 기준으로는 5천만 원 ~ 1억 5천만 원 가량의 예산 소요
- 티켓 가격 책정과 관련해서는 부산 실정에 맞게 조정할 필요가 있음
- 국내 클래식 공연의 경우, 3~4등급으로 좌석을 구분하나, 해외의 경우 다양한 티켓 권종으로 장르의 접근성을 확장한 예를 들어 이와 같은 좌석 등급 분류가 국내에 도입될 필요성이 있어 보임

□ 축제 시기 및 기간, 장소

- 국제 교류, 시외 관광객 유입 목적으로 7-8월 여름 기간을 적정 시기로 선정, 북항 외 부산의 지형적 특성을 이용한 야외무대(해변 및 수변), 지역 문화회관과 유니크베뉴(소극장, 갤러리, 카페, 야외광장무대 등)를 활용한 다양한 장소에서 개최, 지역 내 오페라 현황과 제작 여건, 무대 설치 및 리허설과 관련한 공연 운영 등을 고려하여 한 달 동안 4작품이 적절하다고 판단
- 다만, 야외 무대를 고려할 경우 부산의 기후적 특성에 대한 우려의 목소리가 불거짐. 기후(바람)로 인한 사고 예방을 위한 설치물에 드는 비용 지출을 절감하기 위해서 ‘오페라 하우스’ 내 야외공연장 건축 시 고려해야 할 사항으로 지적하였으며, 기후 특성으로 야외 관람이 어려울 수 있으니 ‘오페라 하우스’ 실내 공연장 이용에 대한 일부 의견이 있었음. 이와 연결하여 시기적으로 5월이 적합하다는 의견이 있었음. 그 외에, ‘부산 불꽃 축제’와 연계 방안을 고려해 10-11월이 적절하다는 주장과 교통편을 고려한 공간 섭외에 대해 언급

### 3. 주요 제언 결과 종합

□ 지역 예술가 및 지역 문화자원과의 결합

- 부산 오페라축제는 선순환적 문화예술 생태계 조성을 위하여 표준 계약서 작성 등을 통해 지역예술가의 공정한 활동이 보장되도록 운영되어야 함
- 북항, 원도심 유니크 베뉴 등 부산의 특징적 지형을 활용한 대규모 수변 야외 무대, 부대행사를 통해 부산의 고유성을 살린 축제가 될 수 있도록 해야 함

□ 공연예술 아카데미 설립

- 부산 지역 내 제작 관련 전문 인력이 부족한 상황을 극복하기 위해 무대기술 전문가 양성을 위한 프로그램이 필요함
- 지역 예술대학의 위기로 부산의 미래 세대 성악가가 부족한 실정이므로 성악가 양성 프로그램도 필요함. 경쟁 위주 가 아닌 인큐베이팅 시스템이 도입되어야 할 것임. 이는 공연예술 아카데미 설립을 통해 해결될 수 있을 것임

□ 회원제를 통한 시민 주도와 협찬·후원

- 기업 메세나를 이용한 협찬·후원이 활발하게 이루어질 수 있도록 시와 연계하여 기업에 다양한 혜택을 부여하는 것이 필요함
- 규모가 큰 메인 스폰서에 의존할 경우, 해당 기업 후원 중단 시 영향을 크게 받을 수 있으므로 일반시민 대상 소액 후원 활성화를 위한 노력도 중요함

**#공연예술 아카데미 설립**  
**#동아시아 주요 극장 공동제작, 기획**  
**#지역예술가 주도**  
**#지역 문화자원과 결합**  
**#부산 국제 퍼포밍 아트 마켓 개최**  
**#오페라를 넘어 다양한 공연이 함께하는 종합예술**  
**#예술성과 문화적 접근성 조화**  
**#무대 제작, 연습시설 확보**  
**#컨벤션 산업 연계#무대 프로덕션 역량 강화**  
**#호텔, 식당, 카페와 연계한 수익창출 다양화**  
**#공동 마케팅 #디지털 전략 #크리에티브 팀**  
**#북항, 원도심 유니크 베뉴 활용**  
**#세계 주요 오페라 하우스 네트워크**  
**#회원제 통한 시민 주도와 협찬, 후원**  
**#대규모 수변 오페라 축제**  
**#시민참여 소규모 오페라 활성화**

[그림 19] 부산 오페라 축제 성공을 위한 핵심 요소

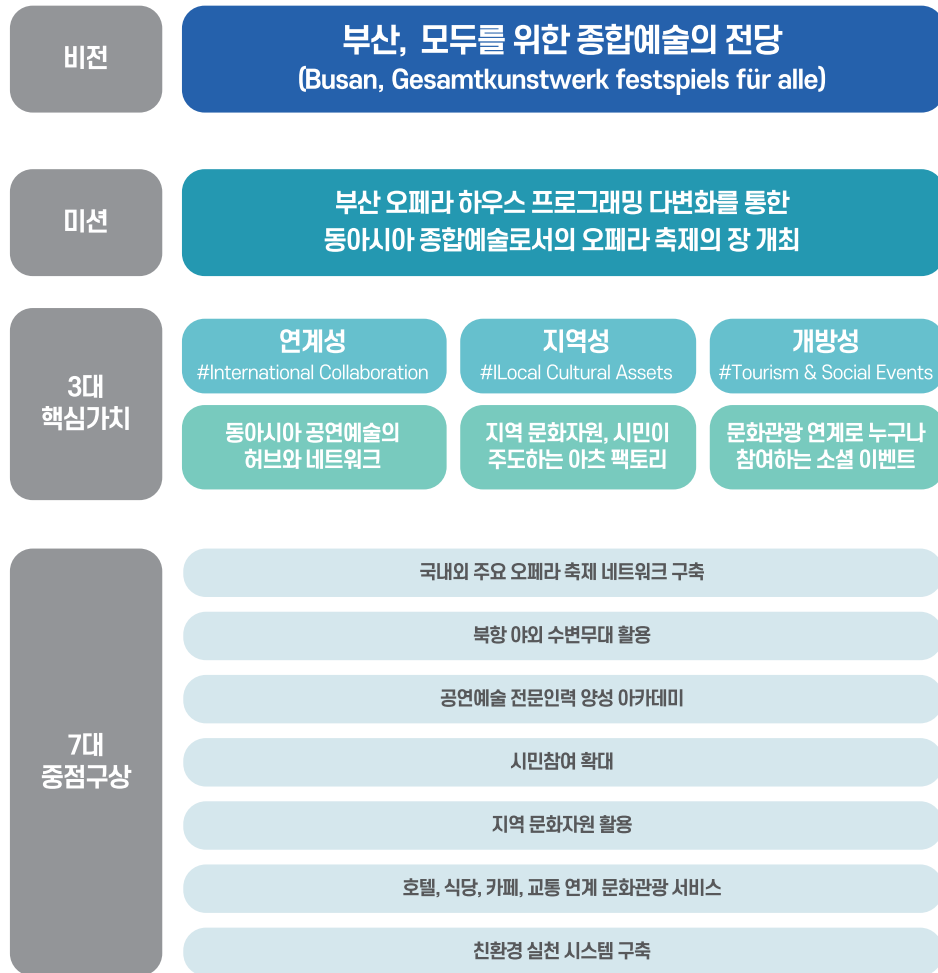
# V. 축제 프로그램 구성 방안

1. 축제 비전, 미션, 전략 체계
2. 프로그램(시즌) 구성 콘셉트 및 운영 전략
3. 핵심 가치에 따른 세부 추진 전략
4. 7대 중점 구상별 세부 프로그램 기획안



## V. 축제 프로그램 구성 방안

### 1. 축제 비전, 미션, 전략 체계



[그림 20] 부산 오페라 축제 비전, 미션, 전략 체계

#### 1) 축제 비전 및 미션

##### □ 축제 비전

- 종합예술인 ‘오페라’의 성지로서 국내외 문화예술 지도에 부산의 위치를 설정하기 위한 미래 비전을 세울 필요가 있음. 이러한 관점에서 부산 오페라 축제 ‘부산, 모두를 위한 종합예술의 전당(Busan, Gesamtkunstwerk<sup>24)</sup> festspiele für alle)’으로 설정함

24) 리처드 바그너는 오페라를 한 예술의 장르로 보기보다는 모든 장르의 예술을 아우르는 종합예술(Gesamtkunstwerk)의 개념을 도입함. 이에 따라 모든 계층이 즐길 수 있는 종합예술의 전당(Festspiele)을 오페라 하우스로 보았음. 부산 오페라 하우스 역시 운영 및 프로그래밍에 이러한 철학이 반영된 모두(Alle)를 위한 문화예술 공론장이 되어야 할 것임

- 세계의 주요 오페라 하우스 및 축제는 일부 부유층과 오페라 매니아만의 소수층을 대상으로 하는 것이 아니라, 시민, 관광객 누구나 쉽게 접근하며 즐길 수 있는 오페라, 젊은이들이 쿨(cool)하게 느낄 수 있는 공간과 축제를 만드는 것에 역점을 두고 있음. 1989년 바스티유 오페라 하우스 개관 이래 유럽을 중심으로 ‘모두를 위한 오페라’가 오페라 하우스 및 축제의 주요 핵심 가치로 자리잡기 시작한 것도 이러한 맥락에 있음

□ 축제 미션

- 부산 오페라 축제의 비전을 달성하기 위한 미션으로 ‘부산 오페라 축제의 프로그래밍 다변화를 통한 동아시아 오페라 축제의 장을 개최’하는 것임
- 제작 극장(producing theatre)을 지향하는 부산 오페라 하우스의 운영 방안과 연계하여, 오페라를 중심으로 타 장르의 공연예술을 아우르는 작품 확보 방안이 필요함
- 제작 방식의 3가지 축인 커미셔닝(commissioning), 프로듀싱(producing), 프리젠틱(presenting)이 조화롭게 구성되어야 하며, 특히 동아시아 주요 공연장들과 연계 전략이 필요함
- 이러한 미션을 중심으로 5년의 중기적 관점이 성과를 거두게 되었을 때 나타나는 상(象)인 부산 오페라 축제의 비전, 즉 ‘모두를 위한 종합예술의 전당인 부산’이 될 것임

2) 축제의 방향성 수립

□ T. P. O에 따른 부산 오페라 축제의 방향성



[그림 21] 부산 오페라 축제의 T. P. O 제시

○ 시간(Time)

- 부산 오페라 하우스의 시즌제 운영을 가정할 경우, 유럽의 다른 오페라 축제와 마찬가지로 시즌이 끝나는 7~8월이 부산 오페라 축제의 개최 시기로 적절하다고 판단됨
- 이에 따라 부산 오페라 축제를 7~8월에 개최하여 부산 오페라 하우스의 시즌을 갈무리하는 의미를 지닐 수 있으며, 특히 전년 시즌 제작 작품 중 우수한 작품을 축제 프로그램으로 선정하여 작품의 업그레이드를 통해 축제의 지속 가능한 레퍼토리아화에 기여할 수 있음
- 동아시아 대표 종합예술 축제를 지향하는 부산 오페라 축제의 7~8월 개최는 시즌이 끝난 전 세계 오페라 예술가들의 문화적 이동이 가장 활발한 시기로 공동제작, 축제 네트워킹, 쇼케이스 등에 유리함. 뿐만 아니라, 국내의 대표적인 오페라 축제인 대구 국제 오페라 축제와 개최시기(9~11월 중 한달간)를 차별화 할 필요가 있음. 이러한 축제 개최 시기의 차별화는 궁극적으로 7월부터 11월 까지 영남권을 중심으로 세계적인 오페라 축제를 개최함으로써 지역의 고유성을 바탕으로 하는 영남권 지역문화 자치를 위하는데도 기여할 것임

- 관객 개발 측면에서도 여름휴가를 즐기기 위해 부산을 방문하는 관광객을 대상으로 오페라 축제를 개최하는 것이 가장 합리적임. 오페라 축제 참여가 주요 목적인 예술 핵심 (Arts-core) 관객에게는 다양한 부산의 문화 관광 패키지를 제공할 수 있으며, 오페라 축제 참여가 부수적인(Arts-peripheral) 관광객들에게도 원도심의 문화예술 자원과 결합한 다양한 예술적 체험이 가능할 것으로 판단됨<sup>25)</sup>
- 다만, 설문조사 결과 기후적 영향(태풍)을 고려할 때 7~8월 보다는 9월을 선호하는 경향이 두드러짐. 그러나, 제작극장을 지향하는 부산 오페라 하우스는 서구의 오페라 하우스와 같이 9월부터 시즌을 시작하여 이듬해 6월까지 오페라, 발레, 다양한 공연예술로 시즌을 구성하는 것을 가정한다면, 부산 오페라 축제 시기는 7~8월이 타당할 것으로 본 연구는 제시함

○ 장소(Place)

- 부산 오페라 축제의 주요 장소(main venue)는 크게 부산 오페라 하우스, 야외 무대인 수변 무대의 2개의 축을 중심으로 운영되어야 할 것임. 부산 오페라 하우스에서는 국내외 우수한 오페라 작품을 통해 예술적 수월성(excellence)을 확보해야 할 것이며, 수변 무대의 야외 오페라 공연을 통해 대중성과 문화적 접근성(accessibility) 향상을 위한 프로그래밍 구성이 필요함
- 이를 통해 국내외 여타 오페라 축제와 차별성을 부각하며, 프로그래밍 다변화를 통한 동아시아 오페라 축제의 장을 개최하는 미션을 달성할 수 있을 것으로 판단됨. 또한, 북항 원도심 유니크 베뉴를 활용한 소규모 오페라 공연, 지역 문화예술회관과 공간 협력을 통한 다양한 오페라 관련 공연 개최를 통해 부산 오페라 축제는 모두를 위한 종합 예술의 전당의 비전을 달성할 수 있을 것임

○ 상황(Occasion)

- 부산 오페라 축제는 부산 오페라 하우스 공연(예술적 수월성)과 야외 공연(문화적 접근성)의 조화를 위한 다양한 관객 개발의 시금석이 될 것임. 이러한 정책적 방향성은 부산 오페라 축제와 오페라 하우스가 지향하는 ‘모두를 위한 오페라’의 가치를 구현하는 것임
- 동북아시아를 중심으로 세계적인 공연장이 운영 중이거나 새롭게 건립되는 시점에 후발주자인 부산은 종합 예술을 지향하는 동북아시아 대표적인 오페라 축제를 개최를 통해 종합예술의 도시 이미지를 강화하는 방향성이 필요함
- 이는 부산문화의 특징인 해양성, 개방성에 기반하여, 종합예술인 오페라를 통해 국제문화교류의 거점 지역으로 위치설정 할 필요가 있음

□ 소프트웨어·하드웨어·휴먼웨어에 따른 핵심 요소

○ 소프트웨어(Software)

- 오페라 축제의 대표적인 프로그램은 오페라이며, 전 세계적인 동향을 고려할 때 부산 오페라 축제 역시 중장기적으로 종합예술을 지향하는 공연예술 축제로 방향성을 설정해야 할 것으로 판단됨. 이러한 관점에서 축제 초기에는 예술적 수월성이 높은 오페라 작품과 오페라 관람 접근성을 높이기 위한 대규모 야외 오페라를 중심으로 소프트웨어를 구성할 필요가 있음
- 특히, 부산 오페라 축제를 기반으로 부산을 동북아시아 종합예술의 장으로 만들기 위한 축제의 소프트웨어 개발 전략은 매우 중요하며, 지역의 다양한 문화자원(cultural resources)을 활용한 프로그램이 축제의 핵심 요소가 되어야 할 것임

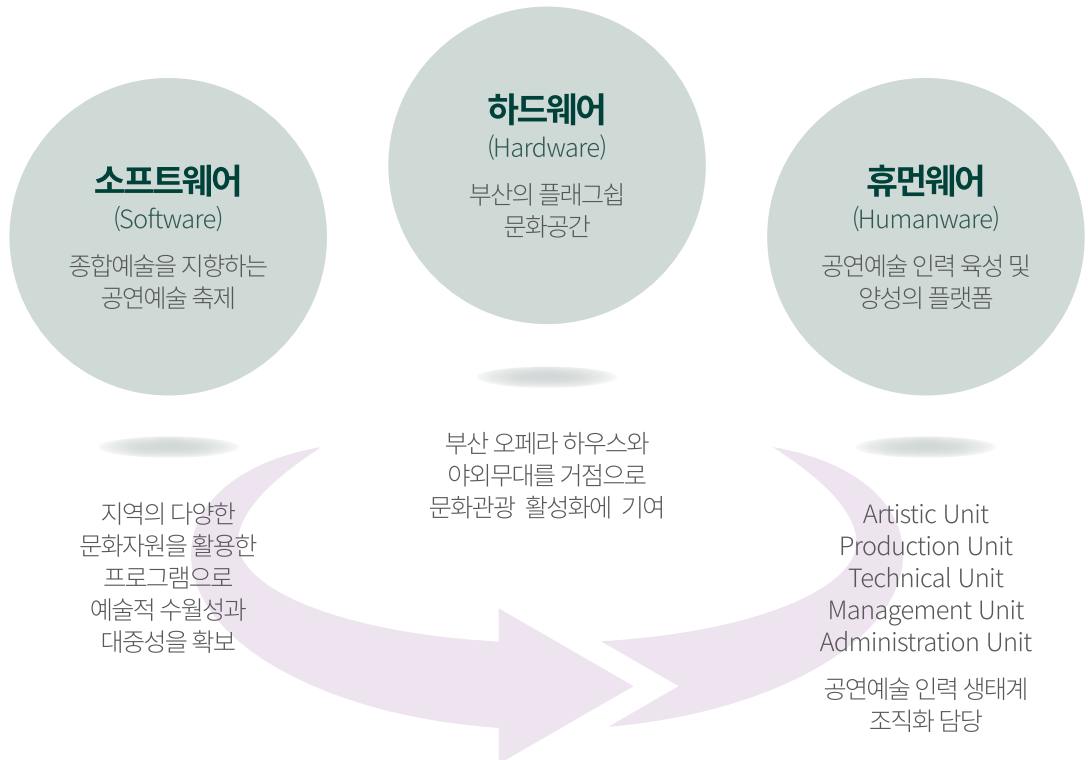
25) 하워드(2000)는 그의 저서 『Arts, Entertainment, and Tourism』에서 예술 축제를 방문하는 관광객들을 예술 핵심(Arts-Core) 관객과 예술 주변부(Arts-Peripheral) 관객으로 구분하였다.

○ 하드웨어(Hardware)

- 부산 문화의 플래그십 문화공간으로 역할을 담당할 부산 오페라 하우스는 부산 오페라 축제 하드웨어의 중심임. 부산 오페라 축제의 지역성이라는 핵심 가치를 구현하기 위해 수변 무대를 중심으로 하는 대형 야외 무대 역시 축제 하드웨어의 핵심이 될 것임
- 또한, 축제 개최지 인근 매력 있는 원도심 문화공간·장소를 통한 다양한 오페라 관련 이벤트를 개최하여 축제의 문화관광을 활성화하며, 오페라 대중성과 접근성 강화에도 기여할 수 있는 축제 공간을 구성함

○ 휴먼웨어(Humanware)

- 부산 오페라 축제는 지역의 공연예술 인력 육성·양성의 플랫폼이 되어야 함. 이는 부족한 공연예술 제작 전문 인력의 아카데미와 교육 프로그램 활성화에 주력해야 함을 의미함
- 특히, 세계적인 오페라 축제 운영 기관과 협력을 통해 지역의 민간 무대예술 전문인력에 대한 교육 및 연수를 지원하여 지역 휴먼웨어의 질적 수준을 강화할 필요가 있음. 전 세계 주요 오페라 축제와 협력 네트워크를 통해 지역 예술인의 해외 진출, 인적 교류의 플랫폼 역할을 부산 오페라 축제가 담당해야 함
- 중장기적으로 지역의 휴먼웨어 육성을 위해서는 Artistic Unit, Production Unit, Technical Unit, Management Unit, Administration Unit을 구성, 체계적인 아카데미 교육·연수를 통해 지역 내 공연예술 인력 생태계 조직화가 요구됨



[그림 22] 소프트웨어·하드웨어·휴먼웨어에 따른 부산 오페라 축제의 핵심 요소



2. 프로그램(시즌) 구성 콘셉트 및 운영 전략

□ 국·내외 오페라 축제 경향을 통해 본 부산 오페라 축제 구성 우선순위

[표 12] 국·내외 오페라 축제 경향을 통해 본 부산 오페라 축제 구성 우선순위

분류	구분	우선순위		비고
		초기	중·장기	
콘셉트	종합 공연예술축제	○	◎	#부산의 국제 공연예술축제 협업 #수변무대 #수익창출 #문화관광 #지역자원 #계기성 한정 음악가 #모두를 위한 오페라
	야외 오페라 축제	◎	◎	
	음악가 한정 오페라 축제	X	△	
	시민참여 오페라 축제	○	◎	
프로 그래밍	공동제작 및 기획	○	◎	#프리젠틱 & 프로듀싱. 커미셔닝 #무대예술 전문인력 #동아시아 오페라 하우스 네트워크 #부산 퍼포밍 아트 마켓 연계
	아카데미 활성화	◎	◎	
	마켓 및 축제 간 네트워크	△	○	
지역 연계	지역자원과 결합	○	◎	#지역 문화예술인 주도 #지역의 문화자원 연계 #오페라 축제 관광 패키지 #카멜리아 카드 #오페라 문화관광 이벤트 #오페라 포럼 및 세미나 #유니크 베뉴 활용 소규모 오페라
	문화관광 활성화(연계)	○	◎	
	유니크베뉴 활용 통한 미스 산업과의 연계	△	○	
재정 자립 전략	공동 마케팅	△	○	#부산 공공문화예술 기관 협력 #디지털 전략 연계 #협찬, 후원 활성화 #수변무대 #문화관광 연계 #Busan Opera Festival Friends #아트 마케팅 활성화
	수익창출 다양화	△	◎	
	민간주도와 후원	△	◎	
미래 지향 전략	예술성과 대중성 조화	◎	○	#부산 오페라 하우스와 수변 무대 #유니크 베뉴 활용 통한 소규모 오페라 #문화예술의 사회적 가치 실현 #문화정책 트렌드 반영 #비용 절감 및 운영 효율화
	친환경 전략	△	◎	
	디지털 전략	○	◎	

□ 부산 오페라 축제 프로그래밍(안)

○ 부산 오페라 축제의 프로그래밍은 오페라 하우스를 중심으로 축제가 개최되는 해외의 오페라 축제와, 야외 무대가 중심이 되는 축제의 형태를 조합하는 형식으로 프로그래밍을 구성함. 축제의 핵심 가치인 지역성과 개방성에 근거하며, 정책의 예술적 수월성(excellence), 누구나 쉽게 즐길 수 있는 모두를 위한 오페라를 지향하는 축제의 접근성(accessibility)과 조화를 이루는 축제 프로그래밍으로 구상함

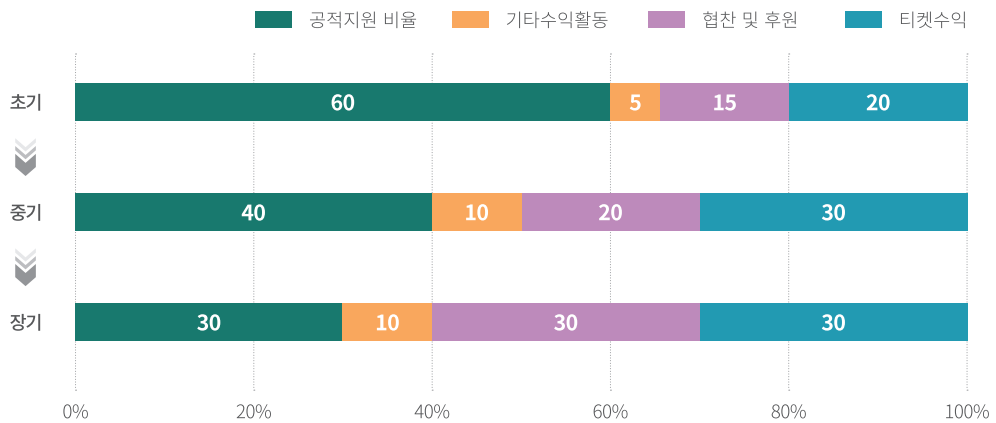
- 축제 개최는 부산 오페라 하우스의 시즌이 끝나는 시점에 부산 오페라 하우스와 수변 무대, 원도심 지역의 문화 자원을 활용하는 방식으로 구성함. 동아시아 공연예술의 허브와 네트워크를 지향하는 연계성이라는 핵심가치를 고려한다면 전 세계 오페라 하우스의 일반적인 시즌 기간(9월~익년6월)과 축제 기간(7~8월)과 시기를 일치시켜, 부산 오페라 축제 역시 부산 오페라 하우스의 시즌이 끝나는 시점을 축제의 형식으로 갈무리하는 방안을 제시함
- 결론적으로, 부산 오페라 축제의 프로그래밍 기본 방향은 부산 오페라 하우스의 시즌, 예술적 방향성, 작품 제작 및 운영, 프로그램 구성 등과 긴밀한 연계가 필요하며, 이를 위해서는 부산 오페라 하우스의 운영주체, 예술 감독 선정이라는 선결과제가 조속히 해결되어야 할 것으로 판단됨
- 국·내외 오페라 축제 경향을 통해 본 부산 오페라 축제 구성 우선순위를 참고하여 세부 과제를 정리하자면 아래 표와 같음

[표 13] 부산 오페라 축제 구성 우선순위 구분별 세부 과제 제시

분류	항목	세부 과제
개념	(극장) 오페라 하우스 프로그램	오페라, 오페레타, 뮤지컬 (70%)
		발레 및 현대 무용 (10%)
		클래식 콘서트 (20%)
	(야외) 수변 무대 오페라	부산 오페라 축제의 대표 프로그램, 수변 무대 오페라
		메인 기부, 후원자의 이름, 회사명을 딴 네이밍 축제
		지역 문화자원을 활용한 프로그램
프로 그래밍	동아시아 공연예술	동아시아, 아세안 공연예술 네트워크 플랫폼 구축
		주요 극장 연계 오페라 공동제작 네트워크
		부울경 메가시티 공연예술 국제 교류 전략 플랫폼
	부산 오페라 아카데미 Busan Opera Academia	아카데미, 마스터 클래스
		지역 예술대학 연계 프로그램
		시민 오페라 아카데미
	부산 월드 오페라 컨벤션 Busan World Opera Convention	트리엔날레 형식의 국내외 종합예술 오페라 플랫폼
		한국(부산)을 대표하는 음악가의 이름을 딴 국제 공연예술 포럼
		부산 공연예술 마켓(Busan Performing Arts) 및 다양한 부산 공연예술 축제 연계
지역 연계	부산 오페라 페스티벌 관광 패키지	오페라 소셜 다이닝 서비스
		시내 주요 호텔, 주요 관광지 연계 패키지
		부산 오페라 관광 카드 ≫ 동백전과 함께하는 부산시민 오페라 카드
재정 자립 전략	부산 오페라 친구 Busan Opera Friends	회원제도를 중심으로 한 오페라 후원
		시즌 티켓 구매 회원
		축제의 기부 후원 캠페인 개최
미래 지향 전략	찾아가는 유니크베뉴 오페라	원도심의 유니크 베뉴 활용
		지역 음악 대학생 및 청년 예술가 주도
		시민 참여·기획의 시민 오페라

□ 오페라 축제 재정 운영(안)

- 전 세계 대표적인 오페라 축제의 재정 운영 상황을 분석한 결과, 대체적으로 공적지원, 티켓수익, 협찬 및 후원·모금, 기타수익 활동을 통해 축제 예산을 조달함
- 규모 및 축제의 상황에 따라 차이는 있으나, 일반적으로 유럽의 경우 공적지원 30%, 티켓 수익 30%, 협찬, 후원 및 모금 30%, 기념품, 문화관광 등의 기타 수익 활동이 10% 정도를 차지함. 이른바 3:3:3:1의 비율로 구성되어 공적 지원 대비 자체 재정자립도는 70% 이상임
- 부산 오페라 축제 역시 지속가능한 축제 운영을 위해서는 공적지원, 티켓 수익, 협찬 및 후원·모금, 기타 수익 활동에 대한 적절한 재정 운영계획이 필요하며, 초기·중기·장기로 구분하여 자원 마련에 대한 면밀한 계획을 세울 필요가 있음
- 부산의 오페라 공연 현황 및 조건을 고려할 때, 해외 축제와 단순 비교하기에는 현실적으로 어려운 실정이므로, 전문가 FGI 및 설문조사를 토대로 본 연구는 부산 오페라 축제의 재정 운영 방안을 아래와 같이 제시함
- 우선, 축제 초기에는 부산시의 공적 지원이 전체 예산의 70% 이상이 절대적으로 필요함. 이는 전문가 FGI 및 설문조사에도 그 결과가 잘 나타남<sup>26)</sup>. 부산오페라하우스의 제작극장 지향과 부산시의 공연예술의 공공성을 내세운 정책에 부합하기 위해서라도 초기 축제의 안정적 지원은 필수 불가결함. 또한, 티켓 수익과 협찬 수익이 연동<sup>27)</sup>되는 국내 오페라 공연환경을 고려할 때 초기 축제 예산의 대부분은 공적지원과 티켓 판매 수익을 통해 오페라 공연시장의 규모와 생태계를 구축하는데 정책의 무게 중심을 두어야 함
- 중·장기적으로 축제가 안정화됨과 동시에 공적지원의 비율을 줄여가고, 티켓 수익과 협찬 및 후원·모금 비율을 높여가며, 특히, 문화관광과 연계한 다양한 수익 창출 활동을 통해 서구의 오페라 축제와 유사한 재정 운영 비율을 유지를 목표로 둬



[그림 23] 부산 오페라 축제 중·장기 재정 목표 비율

26) 본 연구의 설문조사 결과 축제의 안정적 운영을 위한 재정 지원 설문문항에서 ‘공적지원 지원 70% 이상이 필요함’에 49%의 응답률이 기록됨. 5차 공연기획 및 문화예술행정 전문가 FGI를 통해서도 국가 지원 예산 60%를 차지하는 일본의 신국립극장 사례가 자주 거론되며 이에 상응하는 공적지원이 필요하다는 의견이 지배적이었음. 한편, 본 연구는 사례 조사를 통해 전 세계 성공한 극장의 재정자립도는 대략 40% 수준임을 확인 하였으며, 국내 사례의 경우 ‘대구 오페라 축제’는 전체 약 20억 원의 예산이 소요됨을 확인함. 오페라 제작 편 당 평균 비용 대형 작품 기준 3억 원, 소형 작품 기준 5천만원 ~ 1억 5천만원 가량임을 확인하여 부산의 공연예술현황 분석을 산정한 결과 추정값으로 70%의 공적 지원이 필요하다는 결론이 도출됨

27) 국내 공연 축제의 현실은 기업으로부터 협찬을 받더라도 대부분 협찬 금액만큼 초대권 티켓으로 되돌려주는 것이 일반적이는데, 특히 오페라 공연의 경우 고가티켓으로 인해 이러한 경향이 더욱 두드러짐. 결국 민간 오페라 단체들은 티켓 판매와 기업 협찬을 연동시키고 있음

□ 부산 오페라 축제 프로그램 기획 방식

- 커미셔닝(commissioning), 프로듀싱(producing), 프리젠틱(presenting)의 균형 잡힌 제작
  - 제작 극장을 지향하는 부산 오페라 하우스의 방향성과 연계하여, 부산 오페라 축제 역시 프로그램 확보방식인 커미셔닝(commissioning), 프로듀싱(producing), 프리젠틱(presenting)이 적절히 균형과 조화를 이룬 기획 방식이 필요함
  - 해외 오페라 하우스와 오페라 축제는 작품 제작 시 대체적으로 커미셔닝, 프로듀싱, 프리젠틱의 3가지 방식을 통해 시즌 및 축제 프로그래밍을 구성하는 것이 일반적인데, 각각의 개념은 아래와 같음
    - 커미셔닝: 주최자가 당해 연도 축제 컨셉과 방향성에 맞는 작품을 저명한 오페라 예술가(단체)에 작품 제작을 위임 하는 방식
    - 프로듀싱: 주최자가 운영 중인 공연장에서 직접 제작하는 방식으로 전속 단체와 무대, 음향, 조명, 소품, 의상, 영상 등 기술 스태프를 보유한 대부분의 유럽 오페라 하우스의 대표적인 작품 확보 방식임
    - 프리젠틱: 주최자가 기존에 있는 외부 작품을 초청 공연하는 방식으로 흔히 국내에서는 기획공연으로 통용됨
  - 3가지 기획 방식을 기준으로 부산 오페라 축제의 프로그램 기획 방식 비교 분류를 하면 아래 표와 같음

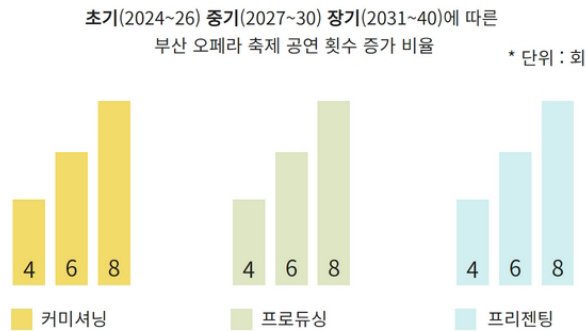
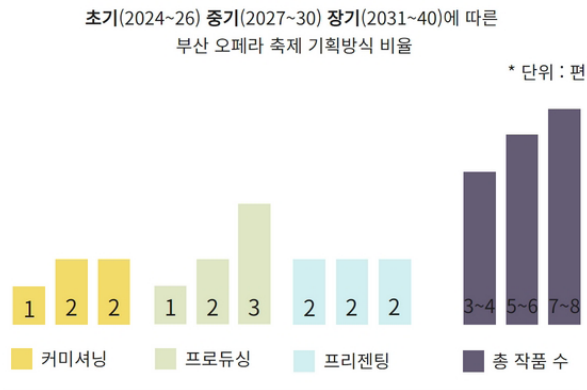
[표 14] 부산 오페라 축제의 프로그램 기획 방식 비교

분류	커미셔닝(Commissioning)	프로듀싱(Producing)	프리젠틱(Presenting)
제작방식	외부제작 위임	부산 오페라 축제 직접 제작	기획 초청 공연
제작단체	· 지역 및 국내외 오페라단	· 예술감독에 의한 연출자 선정 · 오디션 통한 공연자 모집 · 무대제작, 스태프, 소품, 의상, 영상 등 지역 외부 업체 또는 공연예술 아카데미와 협업 · 지역 및 국내외 오페라단 협업	· 국립 오페라&발레단 · 기존 국내 민간 오페라 단체 · 공연기획사 통한 해외 오페라하우스 상주 단체 공연
활용	· 축제 컨셉 대표작품 · 축제 네트워킹 통한 해외축제 진출	· 시즌제 작품 · 축제 쇼케이스 · 축제 프로그램 레퍼토리화 · 축제 네트워킹 통한 해외축제 진출	· 시즌 작품 · 해외공연 국내 초연 · 뮤지컬 외 각종 공연예술 · 프로그램 통한 축제 대중성 확보
예산	중간 (5억)	높음 (5~10억)	낮음 (1~5억)
수익 효율성	낮음	중간	높음
연계방안	창작지원사업과 연계 (부산문화재단)	국내외 주요 오페라 하우스 연계	동아시아 주요 공연장 연계
대표사례	· 잘츠부르크 페스티벌 · 글라인드본 오페라 페스티벌	· 엑상 프로방스 페스티벌 · 아레나 디 베로나 · 바이로이트 페스티벌 · 한다 오페라 · 브레겐츠 페스티벌	· 잘츠부르크 페스티벌 · 오랑주 페스티벌

□ 부산 오페라 축제 프로그램 확보방식 비율

- 부산 오페라 축제 기획 방식은 부산의 오페라 현황 및 관객을 고려하여 초기에는 민간 오페라 단체와 지역 예술인들이 주도하는 커미셔닝 1작품, 부산 오페라 하우스의 직접 제작(프로듀싱) 1작품, 국내외 우수 오페라단의 기획초청 공연(프리젠틱) 2작품 등 총 4편 정도의 오페라 레퍼토리를 구성함

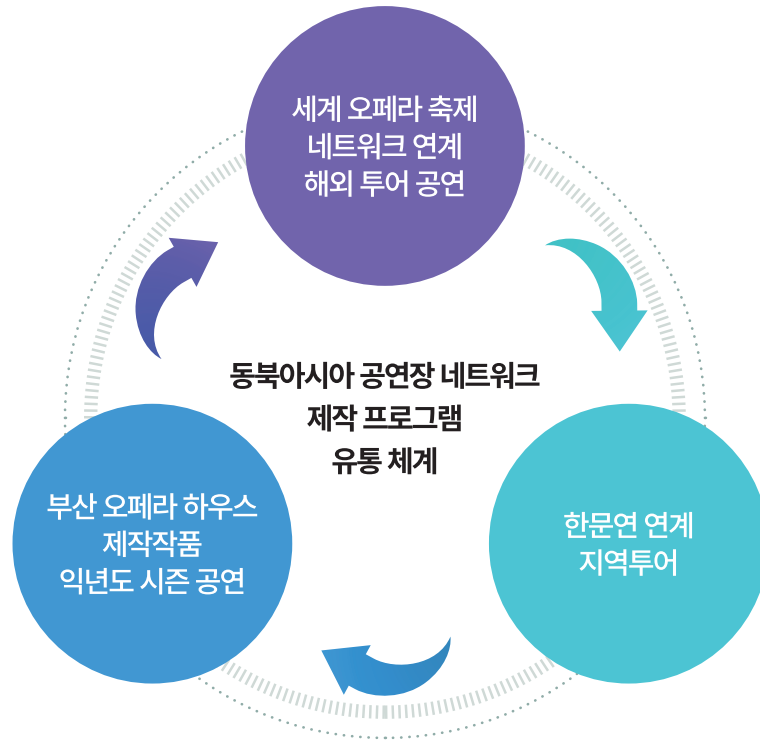
- 본 연구는 초기 축제의 성공적 안착을 위해 기제작된 우수한 국내의 오페라 작품을 초청공연하는 프리젠틱 방식으로 2 작품을 선정하여 오페라 관객 개발 및 공연 수익성 향상을 기대함. 또한 지역 예술인들이 주도하는 커미셔닝 작품 제작을 통해 지역 문화자원을 적극 활용하여 부산 오페라 하우스의 제작품 고정 레퍼토리화 전략을 제시함
- 중·장기적으로 작품 수를 증가시켜나가면서 제작극장을 지향하는 부산 오페라 하우스의 정체성과 동형화를 추구하며, 본 구상 연구는 아래의 그림과 같이 축제 프로그램 기획 비율 설정을 제안함
  - 궁극적으로 축제의 미션과 비전을 달성하기 위해서는 축제 기간 중 7~8개의 작품을 프로그래밍하며, 자체 제작 비율을 높여가야 할 것임



[그림 24] 부산 오페라 축제 기획방식 비율 및 공연 횟수 증가 비율

□ 부산 오페라 축제의 제작 작품 활용 방안

- 부산 오페라 축제 시 제작된 프로그램은 동북아시아 공연장 네트워크를 활용한 상호 교류를 통해 작품의 지속적인 유통 방안을 고려해야 할 것임
- 뿐만 아니라, 세계 오페라 축제 네트워크와 연계를 통한 해외 투어 공연을 전제로 하기 위해서는 예술적 수월성이 높은 우수한 작품을 제작해야 할 것임
- 해외의 오페라 하우스 및 축제 프로그램 공급방식과 같이 부산 오페라하우스 역시 축제에서 제작된 작품을 익년도 시즌 공연을 통해 작품의 수정, 보완, 업그레이드로 작품의 질적 수준 향상을 도모해야 함.
- 부산 오페라 축제는 국내 오페라 작품 제작, 유통, 쇼케이스의 플랫폼 기능을 담당해야 하며, 이러한 국내 유통과 교류의 관점에서 우선적으로 작품을 활용할 수 있는 방식으로 국·시비 매칭을 통해 한문연 연계 지역 투어 전략 체계를 구축할 필요가 있음



[그림 25] 동북아시아 공연장 네트워크 제작 프로그램 유통 체계 제시

### 3. 핵심가치에 따른 세부 추진전략

#### 1) 연계성(핵심가치 ①) : 동아시아 공연예술의 허브와 네트워크

##### □ 추진 목적

- 부산 오페라 축제는 동북아시아 공연예술 플랫폼으로서 기능하기 위한 프로그래밍이 필요함. 이러한 ‘연계성’을 운영 방향성의 핵심가치로 두어야 함
- 부산 오페라 축제의 제작 방식이 궁극적으로 지향해야 할 점은 축제의 비전과 미션에서 제시하였듯, 동북아시아 공연예술 플랫폼 역할을 중·장기적 담당하여 동아시아 공연예술의 허브와 네트워크의 중심이 되어야 함
- 현재, 부산 인근 일본, 중국, 홍콩·마카오, 대만 등 동북아시아 각 도시에는 오페라 하우스를 포함한 대규모 최첨단 공연장을 운영 중이므로 이들과 연계를 통한 축제의 체계적 프로그래밍을 부산 오페라 축제가 선도하여야 함

##### □ 추진 배경

- 부산 오페라 축제는 오페라 제작에 있어 해외 대표적인 오페라 축제와 네트워크 구축을 통한 공동기획 및 제작을 선도해야 함
- 특히, 도시외교 차원에서 부산 오페라 축제, 부산 오페라하우스 개관과 동시에 부산의 오페라, 발레 단체와 세계적 수준의 오페라 극장을 가진 자매 도시인 상트페테르부르크(마린스키 극장), 바르셀로나(리세우 대극장), 시카고(리릭 씨어터) 등 제작 기술에 관한 아카데미 및 워크숍을 통한 역량강화가 필요함

-지역 민간 오페라단이 주축이 된 국제 커미셔닝 작품 제작 역시 주요한 제작 정책 방향으로 설정할 필요가 있음. 이러한 국제 커미셔닝 작품 제작은 동북아시아 주요 공연장과 연계를 통해 가능할 것으로 판단되며, 지역 문화 분권 차원에서 국립 오페라단과 지역이 협업을 통해 작품을 공동 제작하는 것 또한 부산 오페라 축제의 주요 정책 방향이 되어야 할 것임

□ 추진 방향

- 부산 오페라 축제는 지역 문화예술인이 주체가 되어 지역 예술생태계와 산업을 활성화해야 하는 역할을 가짐. 지역의 오페라 공연 현황, 관객, 시장 규모 등 전반적인 상황을 고려할 때 지역 자원의 육성·양성 역시 축제의 주요 역할로 설정하여야 할 것임. 이러한 관점에서 초기 축제의 예술성과 접근성 향상이라는 정책 목표를 달성하기 위해서는 국내외 주요 오페라단의 작품에 지역 예술가(단체)들이 협업할 수 있는 구조가 필요함
- 우선, 축제 초기 프로그래밍에 있어 아티스트 쿼터제를 도입하여, 지역 예술가(단체)의 적극적 참여를 독려할 필요가 있음. 본 연구는 오페라 축제의 아티스트 쿼터제의 기본 방향성을 국내 예술가(단체) 비율 20%, 해외 예술가(단체) 비율 30%, 지역 예술가(단체) 비율 50%로 제안함
- 특히, 국내외 공동제작에 지역 예술인(단체) 참여 시 이들의 국내외 교류는 축제를 통해 지원할 수 있는데, 이는 축제 국내외 네트워크의 가장 중요한 핵심적 역할이 될 것임

부산 오페라 축제 - 일본 제작 극장 연계

**1 키타큐슈 예술극장**

키타큐슈 도시 재개발의 일환으로 지어진 극장으로 2003년에 개관함. 키타큐슈시와 민간 기업의 프로젝트의 일환으로 주변 지역 개발을 위한 핵심시설로 키타큐슈 예술극장이 역할하고 있음

대극장 - 1,269석  
중극장 - 700석  
소극장 - 96~216석

**4 사이타마 예술극장**

1993년 개관, 연극과 뮤지컬을 위한 12개의 리허설룸과 공연 예술 자료실, 영상 편집실을 갖추고 있음

주극장 - 776석  
소극장 - 최대 346석  
콘서트홀 - 604석  
영상실 - 150석

**2 시즈오카 퍼포밍 아트센터**

시즈오카 컨벤션&아트센터(GrandShip건물)의 중앙 끝에 위치한 시설로, 이소자키 아라타가 설계한 극장. 말발굽형태의 공간이 특징. 객석이 무대를 감싸고 있어 친밀한 분위기를 연출함

세미오픈 극장형식 - 401석

**5 신국립극장**

1997년 개관, 음향과 건축 디자인의 표준을 제시함. 도교에서 게이 오신신(신주쿠역에 정착하는 도에이 신주쿠선의 연장)의 하쓰다 지역 중앙 출구와 직접 연결되어 있어 대중에게 접근성이 용이함

오페라멜리스 - 1,814석  
중극장 - 오픈석 1,038석 / 프로세니움 1,010석  
소극장 - 엔드 스테이지 438석 / 스러스트 스테이지 400석 / 센터 스테이지 420석 / 아레나 스테이지 468석

**3 가나가와 예술극장**

전체면적 18,000m<sup>2</sup>의 예술극장으로, 요코하마 차이나 타운, 아미시타 공원으로 둘러싸인 인기있는 관광 단지에 위치함. 오페라 하우스 외에 스튜디오, 아틀리에, 레스토랑 등의 시설을 갖춘

오페라하우스 - 1,200석  
다목적홀 - 220석

**6 세타가야 퍼블릭 시어터**

접근성이 높은 산겐차야역 앞의 랜드마크인 캐럿타워(Carrot Tower)에 위치해 있음

주극장 - 약 600석  
소극장 - 225석



## 대만 국립 공연장 연계 오페라, 발레, 클래식 음악 공동 기획

### 1 타이베이 국립 극장

중국 전통 궁의 건축물의 특징을 가지고 있는 타이베이 국립 극장은 화려한 아치가 눈에 띈다. 1975년 사망한 장제스 주석의 기념관을 세워 타이베이의 랜드마크 기능을 하고 있음

슈박스 콘서트홀 - 2,022석(휠체어석 14석 포함)  
리사이드홀 - 354석(휠체어석 4석 포함)  
국립극장 - 1,498석(휠체어석 11석 포함)

### 2 타이베이 퍼포밍 아트 센터

타이베이 야시장에 위치한 극장으로, 중앙 큐브에 연결된 세 개의 극장을 통해서 공연 공간의 결합으로 미래지향적인 독특한 공간을 경험할 수 있음. 전체 면적 58,658m<sup>2</sup>으로 2022년에 개관한 최신 극장

글로버 연극장 - 800석  
대극장 - 1,500석  
실험극장 - 800석

### 3 타이중 국립 극장

건축가 토요 이토 설계로 지어진 국립 극장. 인류의 원시 주거 공간인 동굴과 움집을 컨셉으로 지어졌으며 자연스러운 곡선형의 외관이 특징적이며 바이오닉한 공간을 조성. 총 면적 57,685m<sup>2</sup>, 야외광장 4,982m<sup>2</sup>

대극장 - 2,007석  
중극장 - 1,564석  
소극장 - 520석

### 4 가오슝 국립 공연예술센터

반얀 나무의 형태를 추상화시킨 극장은 지상에서부터 곡면으로 38m 높이로 뻗어 올라가 주변 공원과 조화를 이룸. 전체 면적 141,000m<sup>2</sup>에 달하며 공원과 연결하는 야외극장 등 5곳의 최신 공연 공간을 갖추고 있음

오페라하우스 - 2,236석  
콘서트홀 - 1,981석  
극장 - 1,210석  
리사이드홀 - 434석



## 중국 광둥성, 홍콩 마카오 극장 중심, 동아시아 공연예술 공동 프리젠틱

### 1 마카오 문화센터

1999년 설립되어 주변 도시 경관들에 둘러싸인 현대적인 공간으로 자리 매김함. 총 면적 45,000m<sup>2</sup>으로 카페와 회의실, 리허설룸, 스튜디오 등의 시설을 갖추고 있음

대극장 - 1,076석  
소극장 - 389석

### 5 홍콩 문화센터

1989년 개관한 문화센터는 건축가 호세 레이가 설계함. 침사추이의 남서쪽 끝에 위치한 곳으로 침사페리 부두와 접해 있으며 동쪽으로는 홍콩 미술관과 홍콩 우주 박물관이 위치해 다양한 볼거리를 동시에 즐길 수 있음

콘서트홀 - 1,971석 대극장 - 1,734석 소극장 - 303~496석

### 2 주하이 오페라하우스

홍콩과 마카오만이 마주하는 해안에 위치한 주하이 오페라 하우스는 건물 총 면적 59,000m<sup>2</sup>으로 조개를 연상시키는 외관이 자연과 어우러져 도시의 랜드마크 역할을 함

오페라하우스 - 1,550석 다목적홀 - 550석 야외 극장 - 350석

### 6 홍콩 웨스트 카오룽 문화지

웨스트 카오룽 문화지구는 세계적인 문화 프로젝트로 40헥타르에 달하는 매립지에 예술, 교육, 호텔, 식당 및 엔터테인먼트 시설을 갖춘 문화지구의 주요 문화 시설에는 파빌리온, 아트 파크, 박물관, M+, Freespace, Xiqu센터 등이 있으며 2024년에 Lyric Theatre Complex가 완공될 예정임

#### Xiqu 센터

주소 - 88 Austin Rd W, Tsim Sha Tsui, 홍콩  
대극장 - 1,000석  
티 하우스 극장 - 200명까지 수용 가능  
세미나홀 - 112석  
그 외 시설 - 아트러움, 스튜디오, 레스토랑, 카페, 상점 등

#### Freespace

주소 - Cultural District, West Kowloon, No.18 Museum Dr, Tsim Sha Tsui, 홍콩  
Lyric Theatre - 1,450석  
중극장 - 600석  
스튜디오 극장 - 270석  
그 외 시설 - 리허설룸, 레지던트 사무실, 인포메이션, 티켓박스, 상점, 정원 등

#### Lyric Theatre Complex(2024년 완공 예정)

주소 - Austin Rd W, Tsim Sha Tsui, 홍콩  
The Box(홍콩 최대 블랙박스 극장) - 450석 / 스탠딩 900명 수용 가능  
그 외 시설 - 스튜디오, Lau Bak Live house 등

### 3 광저우 오페라하우스

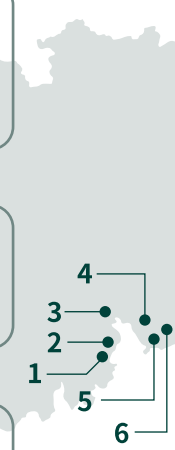
진주 강변에 있는 돌을 연상시키는 건축물로 화강암과 유리로 외관을 둘러싼 것이 특징. 자연물과의 조화뿐만 아니라 국제 금융타워와 인근 문화시설들과의 조화를 이뤄 도시의 가치를 높임. 대지면적은 73,910m<sup>2</sup>에 달함

오페라하우스 - 1,804석(OP석 117석 포함) 다목적홀 - 443석

### 4 선전 오페라하우스

건축가 아틀리에 장 투벨의 공모작 '바다의 빛 The Light of the Sea'은 파도에 건축물이 스며드는 형상을 띠. 인근 공원과 연결되어 1km가 넘는 해안산책로를 조성해 지역 커뮤니티로 기능할 수 있게 함

오페라하우스 - 2,300석                      오페레타홀 - 800석  
콘서트홀 - 1,800석                      다목적극장 - 400석



중국/러시아 연해주 극장 중심의 발레 - 뮤지컬 공동 프리젠틱 연계



2) 지역성(핵심가치 ②) : 지역 문화자원, 시민이 주도하는 아트 팩토리

□ 추진 목적

- 부산이 지닌 고유한 지역 문화자원을 활용하여 시민의 오페라 접근성을 향상시키며, 시민 오페라 감상 회원제 운영, 후원 및 협찬 활성화 등을 통해 궁극적으로는 부산지역 공연예술 활성화 도모를 목적으로 함

□ 추진 배경

- 해외 공연예술 및 오페라 축제 사례를 분석한 결과, 지역 문화자원을 활용하여 축제 콘텐츠를 개발한다는 점이 특징이었음. 특히, 야외 수변무대 활용 해외 사례 조사 결과, 지역 자연환경과 예술이 결합된 콘텐츠를 통한 수익 창출이 지역 경제 활성화로 이어지는 것을 확인할 수 있음. 또한 자연과 어우러진 야외무대 장치로 음악, 안무, 의상 등 특별한 공간에서의 예술성을 경험하도록 함으로써 오페라에 대한 관심도를 끌어올리는 것으로 나타남

□ 추진 방향

- 부산의 경우, 바다라는 자연환경을 활용한 야외 수변무대 중심의 대형 축제를 추진하는 과정에서 다양한 예술 장르의 지역 예술가들 참여와 활동이 확대되어 공연예술 생태계 또한 활성화될 수 있을 것으로 사료됨
- 또한 부산 오페라하우스 대표축제가 연속성을 가지고 개최되기 위해서는 조성된 후원회를 통해 누적된 지역 인적, 물적 자원과 정보들을 바탕으로 새로운 관객층을 개발하고, 그들의 관심도에 맞는 축제 콘텐츠를 개발하는 것이 필요할 것임

□ 추진 전략

○ 지역 예술가 주도, 문화자원 활용

- 부산 오페라하우스 대표축제와 연계하여 부산지역 예술가들의 공정한 활동을 보장하고, 부산 지역 문화자원을 활용해 지역성을 띄는 축제를 구축하기 위해 아래와 같은 프로젝트들을 구상함
  - 지역문화자원인 야외 수변 무대 중심의 프로그램 제작
  - 지역 예술가 활동 프로그램 개발

○ 북항 야외 수변무대 활용 야간 문화관광 프로그램 개발

- WCCF 보고서 'Creating a Healthy Night-Time Economy : Key Culture Indicators for World Cities'에 따르면, 혁신적 야간 경제 정책 및 세계도시 야간 프로젝트 9개 사례 분석 결과, 야간 문화관광 프로그램의 영향으로 수익이 창출되고 있음
- 특히 중국 난징의 경우 야간 축제, 조명 쇼 등 야간 관광의 영향으로 전체 관광 수익이 2019년 대비 2020년 관광 수익 13.2% 증가함. 부산지역 대규모 수변무대 그 자체를 소형 예술작품으로 활용한 야간 문화관광 프로그램 개발 시, 시민 및 관광객 대상의 볼거리를 제공하며 지역 수익 창출로 이어질 것으로 유추 가능함

○ 시민 참여 확대를 위한 프로그램 구상 지역 예술가 주도, 문화자원 활용

- 매해 시민 오페라 팬을 축적하고, 일상생활 주변 소규모 문화공간과 연계한 시민 문화향유 프로그램을 개발하는 것을 목표로 함. 또한 소액 후원을 조성함으로써 오페라에 대한 시민들의 지속적인 관심을 유도하기 위해 아래와 같은 프로젝트를 제안함
  - 시민 오페라 감상 회원제 운영
  - 소규모 후원금 조성
  - 시민 오페라 아카데미 운영

[표 15] 후원회 조성 추진 과제별 방향성 및 목적

구분	후원회 조성 추진 과제별 방향성 및 목적
부산오페라하우스와 함께하는 오페라 축제 리뷰어 모집	· 매해 30명의 오페라 팬을 축적해나가는 것에 초점을 둠 · 부산 오페라 축제 내부에서 오페라 담론을 형성 · 축제 정체성 형성에 목적을 둠
티켓 패키지 판매	오페라 축제를 찾는 고정관객층을 형성하여 주요 프로그램 수요 분석을 위한 발판을 마련하기 위한 방안으로 제안 <sup>28)</sup>
커피 모금 활동	찾아가는 오페라와 연계하여 작은 오페라가 끊이지 않고 부산시에서 매달 1회씩 진행되는 것을 목표로 함
오페라 소액 후원	· 예술의전당 예술기부 사례를 참고함 <sup>29)</sup> · 코로나19 이후 예술가들의 무대 활동이 지속적으로 이루어지기 위해 소액 후원을 받음 · 소액 후원 문화가 지역에 자리잡아 지역의 오페라 가수들을 위한 무대 제공에 쓰일 수 있도록 캠페인 추진

[표 16] 후원회 조성 추진 과제 목표(안)

	착수시기	목표범주	2024-2028	2029-2033	2034-2038
‘부산오페라 하우스와 함께하는 오페라 축제 리뷰어 모집’	2024	사람(누적인원)	30명	60명	100명
티켓 패키지 판매	2024	부수	180부	360부	540부
커피 모금 활동	2024	공연(누적횟수)	25회	50회	100회
오페라 소액 후원	2024	금액(연간)	1억원	2억원	5억원

28) 동 보고서의 2장 국내 오페라 장르 현황 분석 결과를 토대로 부산의 오페라 축제 후원 가능한 최대 인원을 추정한 결과 약 540명으로, 이를 목표로 시기별로 달성해 갈 수 있도록 목표를 설정함. 목표 산정값은 다음과 같다. 장르 평균 관객 수(누적치) / 평균 공연횟수 37회 = 약 540명  
 29) 예술의전당 홈페이지 참고, 2020년부터 2022년까지 모금에 참여한 인원 수와 모금액은 다음과 같음. 2020년, 414명, 1억 7천만원 / 2021년 104명, 23,132,100원 / 2022년 (10월 4일 기준) 7명, 310,000원. 소액 후원의 목적이 코로나19로 인한 예술가 후원이라는 점에서 코로나19 방역이 완화됨에 따라 모금액 조성에 참여도가 급진적으로 떨어졌으나 장기적으로 소액 후원을 장려할 방안에 대한 모색이 필요함

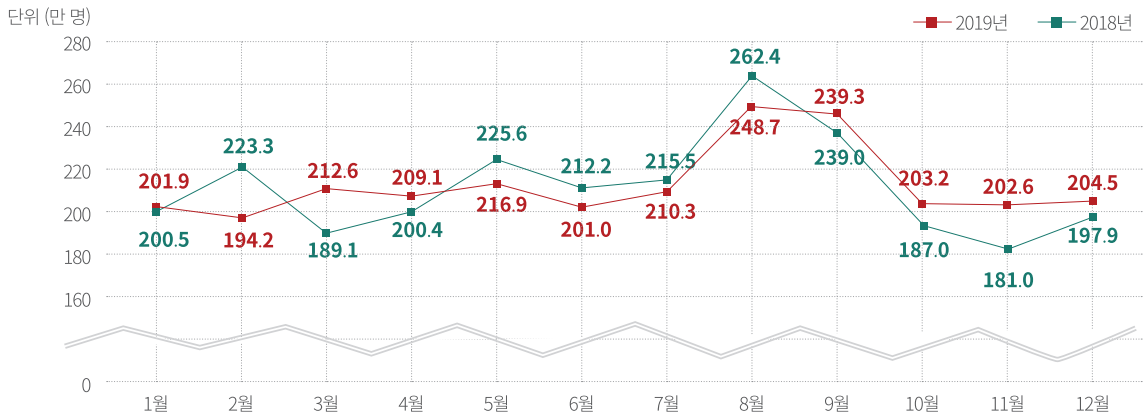
3) 개방성(핵심가치 ③) : 문화관광 연계로 누구나 참여하는 소셜 이벤트

□ 추진 목적

- 부산 오페라축제는 부산 시민을 비롯하여 전국의 공연예술 애호가, 국내외 관광객 등 누구나 참여 가능한 소셜 이벤트로서 개방성을 추구함
- 이에 부산 오페라축제와 부산 관광자원의 결합을 통해 부산 관광객의 오페라축제 방문을 유도하고, 오페라축제 관객의 부산 체류 시간을 증대시킴으로써 시너지 효과를 창출하여야 함
- 궁극적으로는 부산 관광을 목적으로 오페라 축제를 방문한 부산 관광객(arts-periphery)을 오페라 축제 목적 관객(arts-core)으로 전환시켜, 향후 유럽의 대표 오페라 축제처럼 10년 이내 전체 관객의 70%를 충성 관객으로 확보 하는 것이 목표가 되어야 할 것임

□ 추진 배경

- 2018, 2019년 기준 부산 오페라 관객 추정치는 약 2만 명임. 기존 오페라 인구가 적은 상황에서 오페라축제를 안정적으로 운영하기 위해서는 월 200만 명이 넘는 부산 관광객의 축제 방문 유도가 반드시 필요함



[그림 26] 2018, 2019년도 월별 부산 관광객 유입수 통계, 출처 : 2019 부산관광산업 동향분석

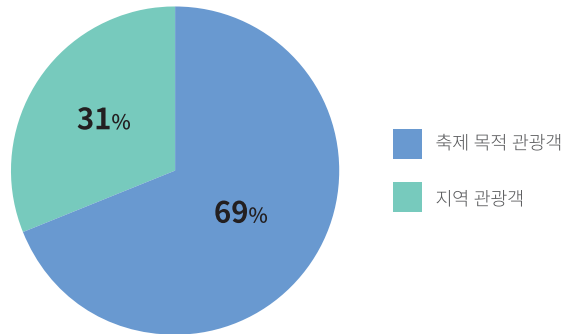
- 아래와 같이 해외 오페라 축제 사례 분석을 통해 오페라 축제가 지역관광에 미치는 긍정적 영향을 파악할 수 있음

[표 17] 오페라 축제가 지역관광에 미치는 영향 분석표

축제명	내용
아레나 디 베로나 오페라 페스티벌	· 베로나는 인구 20만의 작은 도시이나 풍성한 문화·역사유산을 바탕으로 이탈리아의 대표적 관광지로 여겨짐. 특히 '아레나 디 베로나'(이하 아레나)에서 오페라를 즐기기 위해 6월 말부터 50여 일간 40만 명이 베로나를 방문. 아레나는 1회 공연에 최대 1만 6천명의 관객 동원이 가능함
잘츠부르크 페스티벌	· 2016년 1월~5월에 걸쳐서 축제 방문객 3,067명을 대상으로 설문조사 시행한 결과 80%의 방문객이 꾸준히 축제에 참여하고 있음. 이들은 최소 6번 축제에 방문하였고, 95%의 축제 방문객이 잘츠부르크에 방문하는 이유가 축제 때문이라고 응답함 · 방문객은 평균적으로 6일 정도 잘츠부르크에 머무름, 전체 평균 관광객이 연간 1.7일 머무는 결과에 빗대어보면, 축제가 관광객을 끌어들이는 데에 기여하고 있음을 확인 가능함
브레겐츠 페스티벌	· 오스트리아 서부에 위치한 브레겐츠(Bregenz)는 인구 25,000명 정도의 아주 작은 도시임. 그러나 브레겐츠 페스티벌 시기에는 도시 인구의 10배가 넘는 외부 관광객 유입됨 · 브레겐츠 페스티벌 기간 동안 약 20만 명의 오페라 애호가들이 이곳을 방문하고 있으며, 매 공연마다 관객이 6천여 명에 이룸
한다 오페라	· 관광 산업이 발달한 시드니의 한다(Handa)오페라는 반드시 보아야하는 이벤트로 자리매김하여 8년간 누적 40만명의 관람객을 동원 · Destination NSW의 설문조사에 따르면, 응답자 2,900명 (56%는 시드니 거주자, 33%는 그 외 지역) 중 시드니 비거주 응답자들의 69%는 한다(Handa)오페라를 보기 위해 시드니 또는 NSW 지역에 방문한다고 응답

□ 추진 방향

- 해외 오페라축제 사례 중 한다 오페라가 개최되는 시드니는 관광도시, 해양도시라는 측면에서 부산과 유사함. 따라서 향후 10년 이내 오페라축제 관객의 약 30%를 차지할 가능성이 있는 부산 관광객(arts-periphery)의 축제 방문 유도를 위한 전략을 구상해야 함
- 한편 부산 오페라축제 관객의 약 70%를 차지할 것으로 예상되는 축제 목적 관객(arts-core)의 경우, 부산 관광 자원을 활용하여 체류 시간을 증대시킴으로써 지역 경제 활성화로 이어질 수 있도록 해야 함



[그림 27] 한다오페라 관람객 중 시드니 비거주 응답자의 구성

□ 추진 전략

○ 문화관광 포지셔닝 프로젝트

- 위의 추진 방향에 따라 우선 부산 관광객의 오페라 축제 방문을 유도하기 위해서는 오페라축제가 부산을 대표하는 관광 목적지로 포지셔닝 되어있어야 함. 이를 위한 전략으로 부산 오페라 축제 문화관광 포지셔닝 프로젝트를 제안하며, 해당 프로젝트의 내용은 아래와 같음
  - 투어패스 연계 공연 할인
  - 시티투어버스 연계 사업
  - 공연 및 관광 관계자 팸투어

○ 호텔·식당·카페·교통 연계 서비스

- 한편 오페라축제 관람객의 부산 체류 시간을 늘리기 위해서는 축제 관람 전후로 부산의 먹거리, 볼거리에 쉽게 접근할 수 있는 루트를 제공해야 함. 이에 부산 오페라축제 장소 인근 호텔, 식당, 카페, 교통 연계 서비스 제공 방안을 부산 오페라 카드 서비스로 제안함

○ 북항·원도심 유니크베뉴 활용

- 부산 오페라하우스 인근의 북항·원도심 문화공간·장소를 활용한 오페라 관련 이벤트를 개최하여 축제의 문화 관광을 활성화할 필요가 있음. 오페라 대중성과 접근성 강화를 통해 개방성이라는 부산 오페라축제의 핵심가치를 달성하기 위한 방안으로는 아래와 같은 사업 구상을 제안함
  - 찾아가는 오페라 - 특정 장소에 찾아가는 소규모 오페라 공연
  - 오페라 축제 참가자 소셜 이벤트
  - 부산 오페라 축제 스템프 투어

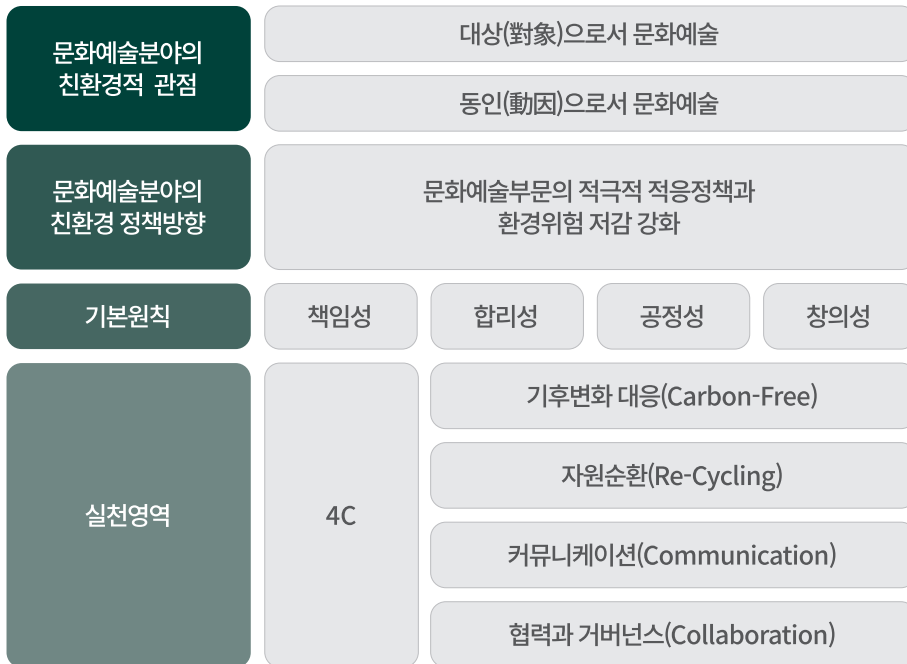
4) 친환경(기타 핵심가치) : 친환경 시스템 구축으로 ESG 경영 체계 마련

□ 추진 목적

- 코로나19(COVID-19) 이후 전 세계적으로 '친환경'에 대한 관심이 급증함에 따라 부산 오페라 축제가 선도하여 부산시 내 시민 및 기관의 친환경 실천을 독려할 수 있는 시스템 및 가이드라인을 제시하고자 함

□ 추진 배경<sup>30)</sup>

- 파리 기후 협정(Paris Climate Change Accord)에 환경이슈에 대한 국제사회의 집중이 2016년부터 각국의 탄소 중립 실현에 대한 실천을 정책적으로 마련하려는 노력이 파급·확산되고 있음
- 프랑스에서는 파리 기후 협정(2016)이전인 2014년부터 공연예술계에서 친환경 실천 방안에 대해 무대 세트 제작 시 친환경적 요소를 고려한 운동이 확대됨. 특히, 엑상 프로방스 음악 축제가 선도적으로 2010년부터 ‘환경에 미치는 악영향 감소를 위한 지속 가능한 축제 개발’을 목표로 사회적·환경적 책임을 실천함
- 2014년에는 프랑스 환경 에너지 관리국(ADEME, French Environment & Energy Management Agency)이 엑상 프로방스의 친환경 프로젝트에 후원하여 약 40여 개의 프랑스 및 유럽 내 문화기관에 도움을 주는 성과를 거두었으며, 그 외에도 ‘친환경 무대 세트 디자인을 위한 가이드’라는 책을 발간, 2019년에 이르러서는 무대 세트 친환경 제작 100%를 달성함
- 우리 정부 또한 2018년 대비 26.3% 감축에서 40% 감축으로의 전환을 검토한 것을 확인함. 공연예술에서 소비하고 배출하는 에너지와 폐기물 역시 환경이슈로 부터 자유로울 수 없다는 것을 인식하였으며, 엑상 프로방스가 선도적으로 친환경 실천 방안을 모색한 것처럼 부산 오페라 축제에서도 세계적인 수준에 발맞춰 친환경 시스템 구축 방안을 제시할 필요성이 있음
- ‘문화예술의 친환경적 관점 도입을 위한 연구(노영순, 장훈), 2021’에서 문화예술의 친환경적 관점 및 실천영역을 아래의 모델로 제시함



[그림 28] 문화예술의 친환경적 관점 및 실천영역  
출처: ‘문화예술의 친환경적 관점 도입을 위한 연구(노영순, 장훈), 2021’의 [그림 3] 인용

30) 한국문화관광연구원(2021), 노영순, 장훈, 『문화예술의 친환경적 관점 도입을 위한 연구』를 참고하여 작성함

□ 추진 방향

- 해외 오페라 축제의 친환경 실천 사례를 ‘4C 모델’에 대응하여 다음과 같이 분석함

[표 18] 해외 오페라 축제 친환경 실천 사례 분석

실천영역	실천방법	실천과제		
		오랑주 페스티벌	엑상 프로방스 페스티벌	글라인드본 페스티벌
기후변화대응 (Carbon-Free)	탄소배출 줄이기	<ul style="list-style-type: none"> <li>하이브리드 차량 사용</li> <li>공용 자전거 제공</li> </ul>	현장 이동 솔루션에 대한 프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> <li>‘근무 주기’ 제도 도입</li> <li>대중교통 이용 장려</li> <li>지역사회에 잉여 식품 공유</li> </ul>
	에너지 소비 줄이기	LED 무대 조명 사용	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>에어컨 시스템 변경</li> <li>LED 무대 조명 사용</li> <li>타이머 및 광센서 설치</li> <li>물 절약을 위한 변기 물 내리기 조절</li> <li>현장 전기차 충전시설 설치</li> </ul>
자원순환 (Re-Cycling)	폐기물 관리	분리수거 참여	친환경 무대 제작	<ul style="list-style-type: none"> <li>폐경관 재활용</li> <li>쓰레기 재활용</li> <li>삼페인 코르크 재활용, 재판매</li> <li>해변 쓰레기로 무대 장식 재활용</li> </ul>
	플라스틱 및 종이 사용 줄이기	<ul style="list-style-type: none"> <li>플라스틱 물병 사용 절감</li> <li>인쇄물 출력 절감</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023년까지 글라인드본에서 제공되는 모든 물은 자체 천연샘에서 끌어올 수 있도록 병에 든 물을 단계적으로 중단</li> </ul>
커뮤니케이션 (Communication) 협력과 거버넌스 (Collaboration)	기타	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>현지 공급업체로 소싱을 약속하는 ‘녹색 구매’ 조항 도입</li> <li>환경 지속 가능성 인증</li> <li>글라인드본 풍력 발전기 설치</li> </ul>

- 문화예술의 친환경적 관점 및 실천영역에 해당하는 실천방법에는 ①탄소배출 줄이기, ②에너지 소비 줄이기, ③폐기물 관리, ④플라스틱 및 종이 사용 줄이기 등이 있으며 각각의 실천 방법에서 시행되고 있는 구체적인 과제는 아래와 같으며, 축제에서 실현 가능한 친환경 실천 과제는 ‘기후변화 대응’, ‘자원순환’ 영역 내에 있음

- ① 탄소배출 줄이기: 친환경 이동 수단 배치, 대중교통 이용 장려, 근무 주기제도 도입
- ② 에너지 소비 줄이기: LED 무대 조명 사용, 시설 내 에너지 절약 시스템 구축
- ③ 폐기물관리: 폐기물 수거 계약, 친환경 무대 및 무대 장식 제작
- ④ 플라스틱 및 종이 사용 줄이기: 인쇄물 출력 절감, 플라스틱 물병 사용 절감

- 이를 참고하여, 친환경 가이드라인에서 축제에 참여하는 주체별로 실천 가능한 구체적 과제를 제시하고, 부산시와 부산 오페라 축제에서 진행할 수 있는 친환경 관련 사업과제를 디지털 전략과 연계하여 제안함



[표 19] 부산 오페라 축제 주체별 친환경 실천 가이드라인(안)



주체별	실천 영역	실천방법 및 실천과제	연도별 목표	
			~2025	~2030
오페라 축제 조직	자원 순환	<b>폐기물 관리</b> - 재사용, 재활용 가능한 무대 제작 자재 구입 및 친환경 무대 디자인 개발	* 무대 자재 재활용률 50% 달성 → 무대소품, 제작품 등 지역 내 극장, 학교, 예술단체 대상 대여 → 폐무대대상 재활용 굿즈 제작	
		<b>플라스틱 및 종이 사용 줄이기</b> - 1회용품 사용량 감소 및 친환경 포장지 사용	* 1회용 비닐 및 플라스틱 포장재 사용 중단 * 생분해 포장지 활용	
		<b>플라스틱 및 종이 사용 줄이기</b> - 종이 사용량 감소	* ERP 시스템 → 사무용지 사용률 30% 감소 * E-티켓 발권 전면 시행 * E-프로그램북 비중 30% 달성	* 사무용지 사용률 40% 감소 * E-프로그램북 비중 60% 달성
	커뮤니케이션	<b>기타</b> - 직원 인식 개선 및 실천	* 모든 추진 계획에 UN SDGs 결합 * 지속가능, 환경 관련 직원 교육 연 2회 * 차량 2부제	* 지속가능, 환경 관련 직원 교육 연 4회 * 차량 5부제 * 친환경 이슈 관련 지역사회 공헌 직원 대상 인센티브(공로상, 포상휴가 등) 부여
	협력과 거버넌스	<b>폐기물 관리 / 기타</b> - 환경 프로그램 마련	* 무대폐자재 활용 문화예술교육 프로그램 개발 → 찾아가는 예술 워크숍 16개 학교	* 무대폐자재 활용 문화예술교육 프로그램 개발 → 찾아가는 예술 워크숍 32개 학교
기후 변화 대응	<b>에너지 소비 줄이기</b> - 사무업무 관련 탄소 배출량, 에너지 사용량 감소	* 직원/방문객을 위한 친환경 셔틀버스 운영 (3대, 1일 4회)  * 전직원 그린터치 프로그램 사용 (※한국기후환경네트워크 제공 컴퓨터 절전 프로그램)	* 직원/방문객을 위한 친환경 셔틀버스 확대 (3대 → 5대) 운영 횟수 증편 (1일 4회 → 8회)	
관객 대상	자원 순환	<b>플라스틱 및 종이 사용 줄이기</b> - 일회용품 사용 감소 유도	* 텀블러 등 개인용기 활용 유도 → 오페라하우스로부터 리워드 혜택 : 에코포인트 적립 및 현금화 사용 ※ 2년 기준, 1회용 컵 1일 1개 사용과 텀블러 사용 시 이산화탄소 발생량 비교 - 텀블러 사용 시 플라스틱 컵보다 33배, 일회용 종이컵보다 18배 이산화탄소 발생량 감소 (출처 : 기후변화행동연구소)	
	기후변화 대응	<b>탄소배출 줄이기</b> - 친환경적 이동 방법 제시	* 축제장까지 이동 시 ①셔틀버스 ②대중교통 ③자전거 이용 → 오페라하우스로부터 리워드 혜택 : 에코포인트 적립 및 현금화 사용	
	자원순환 커뮤니케이션 협력과 거버넌스	<b>폐기물 관리 / 자원순환 / 기타</b> - 환경캠페인 참여 및 가치 확산 기회 제공	* 축제장 및 시설 내 분리수거 가능한 쓰레기통 운영 * 환경오염, 기후위기 관련 문화예술 클래스 개발 및 운영 * 플로깅 및 연간 쓰레기 수집량(kg) 공개 * 업사이클링 생활예술 소모임 지원 사업 추진	
파트너 기관·기업연계	폐기물 양 감소 및 재활용률 증대	친환경 제품 사용	* 오페라하우스 관련 F&B사업체와 계약사항 내 1회용 플라스틱 용기 및 포장재 사용 70% 감소, 생분해성 포장재 사용을 확대 * 홍보물 책자 제작 시 재생지 이용 및 식물성 잉크 사용	* 오페라하우스 관련 F&B사업체와 계약사항 내 1회용 플라스틱 용기 및 포장재 사용 중단 의무화 / 생분해성 포장재 사용률 80% 달성
	기후위기 및 환경오염 대응 협력 체계 구축	협력 프로그램 개발	* 친환경 무대제작 툴킷 개발, 배포 예) 무대조명 활용 시 LED 조명 사용 등 * 민-관 협력을 통한 친환경 무대제작 워크숍 반기별 1회(연 2회)	* 민-관 협력을 통한 친환경 무대제작 워크숍 분기별 1회(연 4회)
	공동 프로젝트 기획 및 실천	환경 캠페인 추진	* 월 2회 대중교통 이용 캠페인 및 대중교통 이용률 공개 * 오페라하우스 직원 및 입주 기업 간 카셰어링 추진 * 지구의 날 연계 플로깅, 나무심기 등 공동 지역사회공헌 프로젝트 연 2회 실시	

4. 7대 중점 구상별 세부 프로그램 기획안

□ 국내외 주요 오페라 축제 네트워크 구축

사업명	동아시아 허브 네트워크 사업 제안	사업구분	네트워크
사업기간	2024-계속		
추진목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제 레퍼토리아화에 기여할 수 있는 작품 발굴</li> <li>• 지역 오페라 예술인들과의 국제적 교류의 장 형성</li> </ul>		
협력주체	부산시, 부산 오페라 축제 프로그램팀, 해외 오페라 극장		
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 동북아 주요 퍼포밍 아트센터, 제작극장, 오페라 하우스 연계 네트워크             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제작 오페라 교류 공연 (연간 1회)</li> <li>- 유럽 주요 오페라 하우스 오페라 공동 초청 기획 공연(연간 1회)</li> <li>- 동아시아 전통 오페라(창극, 경극, 노 등) 교류 공연(3년 주기 1회)</li> </ul> </li> <li>* 일본 제작 극장 연계 방안 모색             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일본의 경우, 부산의 지리적, 역사적, 문화적 특수성을 반영한 공연예술 작품 공동제작 가능하며 일본의 주요 6개 제작 극장을 중심으로 연계 가능</li> <li>- 한·일 공동 세계기록유산 조선통신사의 일본 연구도시 중 키타큐슈, 시즈오카, 요코하마를 중심으로 조선통신사 네트워크를 활용, 축제 초기 지역 자원을 활용한 작품 공동제작 가능</li> </ul> </li> <li>* 대만 국립 공연장 연계 공동 기획 제안             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산의 자매도시인 가오슝의 국립 공연예술센터는 현존하는 동북 아시아 최대 규모의 공연장임. 오페라 하우스와 콘서트 홀을 중심으로 세계적인 오페라, 발레, 클래식 음악의 초청 공연을 주도하고 있어, 이와 연계하여 유럽의 저명한 오페라, 발레 단체의 공동 초청 공연을 통해 비용 절감, 공동 마케팅 등 전략적 연계 가능함</li> </ul> </li> <li>* 중국 광둥성, 홍콩 마카오 극장 중심 동아시아 공연예술 공동 프리젠틱 방안             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍콩-마카오, 인근의 중국 광둥성 지역은 프리젠틱을 중심으로 하는 오페라 하우스 운영 중심. 오페라 외에도 중국 전통 오페라(경극 등)가 상시 공연되고 있음</li> <li>- 동아시아 전통 종합예술의 플랫폼을 표방하는 부산 오페라 축제 역시 아래의 중국 광둥성, 홍콩-마카오의 오페라 하우스, 공연장과 연계를 통해 중·장기적으로 부산을 방문하는 해외 관광객을 대상으로 한·중·일 전통 종합예술(창극, 마당극, 판소리, 경극, 카부키노 등)을 집약, 특징적으로 공연하는 프로그래밍을 준비할 필요가 있음</li> </ul> </li> <li>* 중국/러시아 연해주 극장 중심의 발레-뮤지컬 공동 프리젠틱 연계             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산과 지리적으로 2시간 거리에 있으며 항공편이 편리한 중국 북경, 상하이, 하얼빈, 블라디보스톡에서는 세계적인 해외 오페라, 뮤지컬, 발레가 주요 공연 레퍼토리아임. 특히, 하얼빈의 경우 부산과 동아시아 문화도시 사업을 통해 교류를 지속적으로 하고 있음</li> <li>- 부산 오페라 축제는 마린스키 발레, 해외의 대표 뮤지컬을 중심으로 공동 프리젠틱 연계를 기획하여 비용 절감, 축제 수익성 향상, 축제 관객 접근성 향상 등을 기대할 수 있음</li> </ul> </li> <li>▪ ENCC - European Network of Cultural Centres : 유럽 연합에 걸쳐있는 지역, 도시, 국가 공연장 네트워크를 통합하고 있으며, 27개국 3,500개 이상의 문화 센터를 대표하는 네트워크 운영하므로 야간에 이루어지는 오페라공연 입장과 연계된 것은 아님</li> <li>▪ IETM - International network for contemporary performing arts : 세계에서 가장 오래되고 가장 큰 국제 문화 네트워크 중 하나로, 전 세계 현대 공연 예술 분야에서 일하는 500개 이상의 공연 예술 단체와 개인 전문가들의 목소리를 대표하는 네트워크</li> </ul>		

□ 북항 야외 수변무대 활용

사업명	오페라 나이트 보트 운영		사업 구분	수변무대
사업기간	2024-계속			
추진목적	공연 종료 이후, 야간 활동 관광객 대상 관광 프로그램 운영			
협력주체	부산항만공사, 부산관광공사, 축제조직위원회		주요 타겟	국내외 관광객 (주요 예상 연령층 : 30 ~ 50대 남녀)
주요내용	수륙양용버스, 수상택시 외부에 당해연도 오페라 작품을 콘셉트로 한 지역예술가 조명 예술품 설치로 시민 및 관광객 대상 축제 붐업 조성			
추진단계	<p><b>* 야간 관람객 대상 야간 프로그램 개발</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 탑승비용 : 1인 1.5만원</li> <li>- 추진기간 : 부산오페라축제 기간 중 매일 밤 23:00 - 02:00(1회 탑승 시간 30분 내외)</li> <li>- 보트내부 : 4인 오케스트라로 구성된 지역 예술인 공연</li> <li>- 보트외부 : 조명을 활용한 오페라 축제 컨셉의 보트 외관 예술품 설치(부울경 지역 조명예술가, 시각예술가 참여, 예시는 하단 사진 참조)</li> </ul>  <p><b>* (부산항만공사, 부산관광공사) 보트 운영 루트 개발</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예시 : 국제연안여객터미널-오페라하우스-영도-국제연안여객터미널</li> </ul> 			
추진절차	초기('24년~'26년)	중기('27년~'29년)	장기('30년~)	
	·수변무대 인근 루트 개발 및 45인승 수륙양용버스 2대 대상 시범 운영 ·수상택시, 요트	·야간 운영 루트 확대 (오페라하우스-영도-광안대교-수영강) ·수상택시, 요트 증편	·수륙양용버스 운영 대수 증편 및 운영 루트 확대 (기존노선-오시리아 관광단지) ·부산 대표 문화관광 상품으로 특화	
기대효과	지역 예술인과의 협업한 야간 문화관광 콘텐츠 발굴로 관객 불거리 제공			
비고 (참고자료)	<p>* 브레겐츠 페스티벌, 코펜하겐 왕립 오페라 하우스, 시드니 오페라 하우스 등 수상택시, 보트, 요트를 활용한 관객 이동 및 작품에 직접 활용한 사례</p> <p>* 유사 사례 : 뉴포트비치 크리스마스 보트 퍼레이드의 오색LED 선박(상단 사진 출처 : 뉴포트비치 크리스마스 보트 퍼레이드 공식 페이스북)</p>			

사업명	오페라 나이트 워크(Opera Night Walk)		사업구분	수변무대
사업기간	2024-계속			
추진목적	수변무대를 유니크베뉴로 활용한 야간 문화관광 프로그램 개발, 오페라 관객층 확보			
협력주체	부산관광공사, 부산문화재단		주요타겟	20 - 30대 여성
주요내용	축제 기간 중 수변무대에 경관조명 설치, 그 자체로서 예술작품이 되며, 무대를 활용한 다양한 전시, 문화 프로그램 개발			
추진단계	<p>* 워킹 루트 개발 : 오페라하우스-수변무대-야영장-문화공원-수변산책로-수변무대</p>  <p>- 집결지 : 수변무대, 24:00 출발 / 소요시간 : 약 1시간          - 드레스 코드 : 당해연도 메인 작품 관련(예시: 베르디의 “가면 무도회”, 가면 착용)          - 참가비용 : 4만원(공연관람, 참가기념품 포함)          * 참가기념품 : 당해연도 메인 작품 콘셉트 티셔츠, 랜턴, 배번호, 물, 메달, 암밴드 등          - 참가혜택 : 참가자 추첨을 통한 차년도 메인 작품 공연 티켓 증정(4인 각 2매씩)          - 추진기간 : 부산오페라축제 기간 중 주 2회</p> <p>* 워킹 종료 후 차년도 메인 오페라 작품 갈라 공연          - 수변무대 도착 후 : 00:25 공연 시작          - 공연명 : 오페라 스포일러          * 공연내용 : 차년도 작품 주요 아리아를 포함 하는 갈라 공연(러닝타임 30분)</p>			
추진절차	초기('24년~'26년)	중기 이후('27년~)		
	수변무대 인근 루트 개발 및 운영 (1개 시간대, 1개 루트)	원도심 연계 워킹 루트 추가 개발, 비치코밍 연계 오페라 나이트 워크 프로그램 추진 (3개 시간대, 3개 루트)		
기대효과	호모 나이트쿠스(homo nightcus)의 주 연령층인 20-30대 흥미유발 프로그램 개발로 오페라 관심층 확대			
비고 (참고자료)	<p>* WCCF-Creating a Healthy Night-Time Economy : Key Culture Indicators for World Cities</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 혁신적 야간 경제 정책 및 세계도시 야간 프로젝트 9개 사례 소개</li> <li>- 중국 난징 사례 : 야간 축제, 조명 쇼 등 야간 관광의 영향으로 전체 관광 수익이 2019년 대비 2020년 관광 수익 13.2% 증가</li> </ul> <p>* 한국관광공사 '야간 관광 실태조사 및 활성화 방안 연구'(2020)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 야간관광사업의 생산 유발효과 약 7조 원, 약 4만 명의 고용창출</li> <li>- 야간관광에 따른 관광객 직접지출효과가 3조9천억 원(오후 6시부터 다음날 오전 6시까지)</li> </ul>			

<b>사업명</b>	부산오페라축제 <한 여름 밤의 오페라 음악 캠핑>		<b>사업구분</b>	수변무대
<b>일정</b>	축제 기간 마지막 주 수요일 오후 5시 ~ 익일 오전 11시		<b>장소</b>	북항 야영장
<b>사업대상</b>	오페라 축제 참가자 35명 내외 1)예술인 2)무대예술전문인 3)유관기관 종사자		<b>협력주체</b>	북항
<b>사업목적</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 북항 야영장을 활용한 국내외 오페라 관련 종사자들의 네트워킹 활성화</li> <li>• 오페라 관련 종사자들의 부산 오페라 축제 참여 경험 공유</li> </ul>			
<b>주요내용</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소셜 다이닝 : 식사&amp; 참가자 프리젠테이션</li> <li>• 네트워킹 파티 : 오픈토크 및 공연, 공연기획(안) 프리젠테이션</li> <li>• 업무 협의 : 네트워킹 중 알게 된 관심 사업에 대한 구체적 논의</li> </ul>			
<b>추진단계</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>장소 섭외 및 장비 대여 예약</b></li> <li>- 부산항 힐링 야영장 시설 (데크 24개x 20,000원, 오토데크 11개x24,000원)</li> <li>- 장비 대여 (80,000원x35개) (※부산 캠핑용품 대여점 기준)</li> <li>- 참가자 개인 캠핑 장비 지참 가능</li> <li>* <b>부산오페라축제 아카데미 참여 신진예술인 섭외</b></li> <li>* <b>행사 참여자 초청 및 참여 명단 확정</b></li> <li>- 부산오페라축제 참여 예술인 및 무대예술전문인, 유관기관 종사자 1: 1: 1 비율로 섭외</li> <li>* <b>행사 진행</b></li> </ul>			
		<b>일시</b>	<b>내용</b>	
	1일차	17:00- 18:30	소셜 다이닝 : 데크 중앙에서 5명씩 총 7팀으로 진행 (90분) * 부산 로컬 식음료 브랜드 이용	
		18:30- 20:00	오픈토크 : 예술인 2인, 무대예술전문인 2인, 유관기관 종사자 2인, (90분) * 타 오페라축제 및 부산오페라축제 참여 경험 공유 및 발전 위한 제안 등 * 부산오페라축제 관계자 참여하여 내용 정리 및 차년도 사업 반영	
		20:00- 21:00	공연 : 쇼케이스 공연 3팀x 20분 (60분)	
	21:00	자유 네트워킹 타임 * 22:00까지 익일 업무 협의를 위한 주제 설정 및 업무 협의 팀 정하기 (화이트보드 기입)		
2일차	9:30- 11:00	전날 정한 팀끼리 모여 업무 협의 후 마무리		
<b>기대효과</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산오페라축제 참여 경험 공유를 통해 축제 발전을 위한 제안 청취 및 차년도 축제에의 관심 제고</li> <li>• 부산지역 식음료 기업과의 연계를 통한 로컬 브랜드 홍보 및 후원 활성화에 기여</li> </ul>			
<b>비고 (연계사업 참고사례)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>글래스톤베리 페스티벌(Glastonbury Festival)</b></li> <li>- 세계 최대 규모의 야외 록 페스티벌로, 마이클 이비스의 농장 워시 팜에서 개최되며 축제 기간 7만 6천 여개의 텐트가 설치되어 야영이 가능함</li> <li>* <b>대전 공유캠핑 페스티벌(2015. 8.17.)</b></li> <li>- 대전광역시와 사회적자본지원센터가 함께 진행하며 대전 시민들의 자발적인 자원(공간, 물건, 정보, 경험 등) 공유를 통해 지역 사회의 문제를 해결하고 사회 관계망을 형성하고자 기획</li> <li>- 요리경연대회 형식의 소셜다이닝, 원도심 관사촌 탐방, 인디 밴드 공연으로 구성됨</li> <li>- 관련 기사 : <a href="http://www.sharehub.kr/sharestory/news_view.do?storySeq=455">http://www.sharehub.kr/sharestory/news_view.do?storySeq=455</a> (대전 공유캠핑)</li> <li>* <b>참고 : 부산항 야영장 시설 배치도</b></li> </ul>			

□ 공연예술 전문인력 양성 아카데미

사업명	오페라 아카데미		사업 구분	아카데미
사업기간	2024-계속			
추진목적	부산지역 신진 오페라 전문 예술인력 성장 지원			
협력주체	부산 오페라하우스, 일본 신국립극장, opera australia, festival d'aix 등		사업 대상	20 - 30대 청년 예술인 (성악, 공연연출 등)
주요내용	성악, 연출, 음악, 극작가(드라마투르크) 등 공연예술분야 2030대 부산지역 청년 예술인 발굴 및 활동 지원			
추진단계	<p><b>* 2030 청년예술인 대상 전문가 양성 과정 운영</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성악가 대상 : 대본분석, 발성, 연기, 발레 교육</li> <li>- 연출가 대상 : 작품분석, 디렉팅, 프로덕션 등 교육</li> <li>- 음악인 대상 : 오페라 악보 분석, 실연 협연 기회 제공</li> <li>- 각 분야 국내외 거장과의 만남 등을 통한 노하우 습득 기회 제공</li> </ul> <p><b>* 신진예술가의 실험 프로젝트 지원</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 성악가, 연출가, 음악인, 무대감독, 극작가 등 신진예술가의 창작공연 제작 지원</li> <li>→ 부산지역 문예회관 투어 공연, 부산 오페라 축제 갈라쇼, 유니크 베뉴 소규모 창작 오페라 참여 등 기회 부여</li> </ul> <p><b>* 국내외 오페라 아카데미 네트워크 구축</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아카데미 출신 젊은 예술가 현지 초청, 갈라콘서트 등 교류 공연 추진</li> <li>- 수변무대 활용 해외 오페라, 뮤지컬 축제와 연계한 해외 진출 지원</li> </ul>			
추진절차	초기('24년~'26년)		중·장기('27년~)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>·인력양성 - 오페라 전문예술인 양성</li> <li>* 성악, 연출, 음악감독, 연주자 4개 부문 각 5명 총 20명</li> <li>·아카데미 - 아시아권 아카데미 네트워크 구축(일본, 중국, 대만 3개국)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>·인력양성 - 규모 확대 총 50명</li> <li>·아카데미 - 전세계 주요 오페라 하우스 아카데미 네트워크 확장</li> <li>·부산 국제 오페라 어워즈 - 전담인력 양성 및 오페라 스타 발굴 (연출, 무대, 실연자 부문 각 1명, 총5명)</li> <li>→ 전국투어, 해외극장투어</li> <li>→ JTBC 팬텀싱어, KNN 지역방송 등 방송 프로그램 연계 출연 기회 제공</li> </ul>	
기대효과	성악가, 연출가 등 오페라 전문 신진 예술가 발굴, 육성			
비고 (참고사례)	<p><b>* 프랑스 엑상 프로방스 아카데미</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공연예술 분야 활동가 역량 강화 프로그램 : 매년 성악가, 연주자, 무대감독, 극작가, 무대 디자이너 등 공연예술가들이 전세계 유명 오페라, 뮤지컬 극장 또는 실내악 및 창작 분야 전문가와 대화할 수 있는 기회 마련</li> <li>- 기획부터 실연에 이르는 공연예술 제작 과정 참여 프로젝트 장려, 관련 도구 제공</li> </ul>			

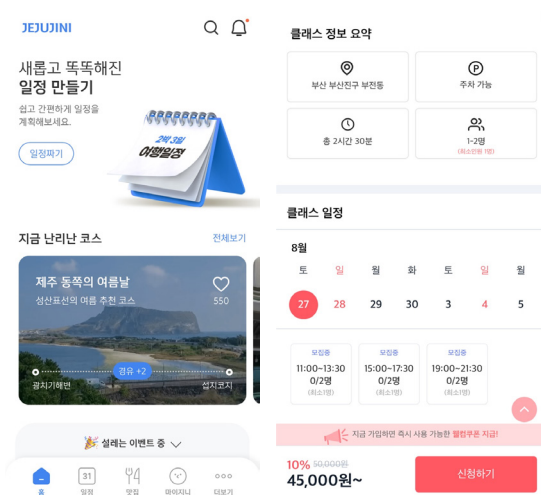
사업명	무대예술 전문인력 양성	사업 구분	아카데미
사업기간	2024-계속		
추진목적	수변무대 장비, 설비 기술, 야외 대규모 공연장 음향, 조명, 무대 제작 전문 인력 양성		
협력주체	부산오페라하우스, Opera Australia, Kongress kultur Bregenz, Freddy Burger Management, 뫼르비슈 호수축제유한책임회사, 부산문화재단, 부산문화회관, 한국 문화예술위원회등	사업 대상	무대미술, 무대기계, 무대 음향, 무대영상, 무대조명 등 기술 전문인력
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 수변무대 관련 전문인력 육성 및 국제교류</li> <li>- 대규모 수변무대 관련 무대기계, 음향, 미술, 영상, 조명 전문지식 습득 위한 교육 프로그램 개발</li> <li>- 해당분야 전문인력 양성을 위한 지역 무대기술자 해외 수변무대 활용 축제 현장 파견연수</li> <li>- 수변무대 공연예술 축제 추진 노하우 습득을 위한 무대 기술자 전문가 워크숍 개최</li> </ul>		
추진단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>주요 수변무대 공연예술 축제 네트워크 구축 및 MOU 체결</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 무대기술 정보, 인적 교류 및 네트워크 구축, 공동 프로그램 개발(예시: 기술자 아카데미)을 주 내용으로 협약 체결</li> </ul> </li> <li>* <b>교육 연수 프로그램 개발</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 각국 체류 시 해당 축제 관련 무대제작, 현장운영 참여 기회 제공</li> <li>- 무대예술 관련 아카데미 프로그램 및 기술 정보 교육</li> <li>- 무대기술자 워크숍 프로그램 공동 개발(영역: 무대기술/조명/음향/미술/영상 5개 분야)</li> </ul> </li> <li>* <b>온라인 교육 프로그램 개발</b> - 국내외 관련 전문가 온라인 교육 강좌 개설, 국내외 전문가 온라인 커뮤니티 형성</li> <li>* <b>MOU 체결 기관 간 인적 파견 및 교류</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 해외 기관 인력 파견(3개월)</li> <li>- 레지던시 사업 연계, 동아시아 공연장 네트워크 기관 전문가의 국내 공동제작 참여</li> </ul> </li> </ul>		
추진절차	'24년 ~ '30년	이후('30년~)	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 무대예술 아카데미 - 무대예술 교육프로그램 개발(5개 분야) <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 기존 양성인력 노하우 전수, 멘토링 시스템 마련</li> <li>→ 무대예술인 네트워크 구축</li> <li>→ 아카데미 수료생 대상 최대 2년 인턴십 채용</li> </ul> </li> <li>· 수변무대기술 네트워크 - 호주 한도페라, 브레겐츠 페스티벌 2개국 2개 축제)</li> <li>· 역량강화 - 무대인력 파견(5개분야 각 2명씩 총10명) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육연수 프로그램</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 수변무대 공연예술 축제 네트워크 구축 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기술부문 협력을 넘어 작품 공동제작으로</li> </ul> </li> <li>- 수변무대기술네트워크 확장 : 기존 외 스위스 툰, 중국인상시리즈, 뫼르비슈페스티벌 4개국 5개 축제</li> <li>· 동아시아 공연장 네트워크 연계 작품 공동 제작 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동아시아 공연장 무대 기술자들이 주축이 된 대형작품 제작</li> <li>- 각국의 레지던시 사업 연계 및 투어 공연</li> </ul> </li> </ul>	
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국제 네트워크 구축을 통한 수변무대 전문 무대기술 노하우 습득 및 정보교류</li> <li>· 해당 분야 관련 지역 인재 양성</li> </ul>		
비고 (참고사례)	<ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>세계축제협회(IFEA)</b> - 협약을 통한 국내외 축제 및 축제전문가와 교류 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획분야네트워킹 데이, 세계 축제전문가 초청강연 진행 등으로 축제 성공 노하우 습득 및 교류</li> </ul> </li> </ul>		



□ 시민 참여 확대

사업명	시민 오페라 아카데미	사업구분	시민참여 확대
사업기간	2024-계속		
추진목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오페라, 클래식 등 공연예술 관련 시민 애호가 양성 환경 조성</li> <li>• 비평교실 운영을 통한 부산시 내 오페라 유관심자 커뮤니티 조성 및 오페라 담론 형성</li> </ul>		
협력주체	부산 오페라하우스, 부산오페라연합회, 부산문화재단	사업대상	20 - 60대 부산시민
주요내용	오페라교육 및 참여 시민과 함께 예술의 사회적 가치 확산		
추진단계	<p><b>* 부산시민 대상 인문학 공연예술 클래스 운영</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인문학과 접목한 오페라, 클래식 클래스 운영 (예시) 오페라로 떠나는 세계여행(18세기 영국/이탈리아/프랑스/오스트리아의 오페라)</li> <li>- 기초 중심의 가곡, 아리아, 클래식 연주 등 실기 교육 프로그램 실행</li> </ul> <p><b>* 오페라 매니아 커뮤니티 조성 및 비평교실 운영</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아카데미 수강과 연계하여 오페라 비평교실 17주 운영</li> <li>- 오페라 작품 감상 리뷰, 비평의 시민 아카데미 운영</li> <li>- 선발과정을 통해서 오페라와 예술 비평에 관심 있는 오페라 매니아층 및 홍보·마케팅 분야에 관심있는 문화 기획자 대상 홍보</li> <li>- 17주 출석 및 리뷰 평가를 마친 수료생들에 한해 오페라 티켓 구매 할인 인센티브 제공 및 부산 오페라 축제 리뷰어 자격 수여</li> </ul> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p><b>※ 비평교실 중심 오페라 후원회 연계 방안 마련</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 리뷰어 자격을 수여받은 ‘Operagoer’는 오페라 3작품을 리뷰, 축제 총평에 대한 한 편을 웹에 게재하는 미션 수행</li> <li>- ‘Operagoer’는 기수제로 운영되며, 기수제 대표를 축제의 주요한 의사결정 구조에 참여 시키며, 궁극적으로는 축제 후원회의 주요 멤버로 기능할 수 있게 함</li> </ul> </div> <p><b>* ‘한 여름밤의 뮤직 캠핑’ 프로그램과 연계</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산 오페라 축제가 끝난 후에 축제의 갈무리로 진행될 ‘한 여름밤의 뮤직 캠핑’을 통해서 ‘Operagoer’의 축제 총평을 시민, 예술가와 함께 공유</li> </ul>		
추진절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [이론], [인문학], [실기], [비평] 4가지 분야 중심의 공연예술 클래스 기획</li> <li>• 부산 오페라하우스 개관 이후 20명 정원의 각 클래스 개설 및 시민 대상 교육 추진</li> <li>• 부산 오페라하우스 대표축제 기간을 중심으로 약 2개월 전 찾아가는 오페라 공연 추진, 오페라 해설사 양성 교육 등을 통해 병행</li> </ul>		
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관객 개발 및 시민 오페라 애호가 네트워크 구축</li> <li>• 참여자들의 노인복지센터, 특수학교 등 문화소외계층 대상 찾아가는 공연 추진</li> <li>• 부산 오페라 축제 개최 시 시민 아카데미 수료자들의 오페라 해설사 참여 기회 제공 등을 통한 아카데미 수강 시민들의 단순 참여를 넘어선 예술의 사회적 가치 확산</li> <li>• 부산 지역 오페라 담론 및 이슈 생산, 부산지역 ‘Operagoer’ 생성</li> </ul>		
비고 (참고사례)	BIFF 비평 교실, 대구오페라페스티벌 ‘오페라필, 오페라팬’, 로시니 아카데미 ‘알베르토 제다’, 바이로이트 축제		

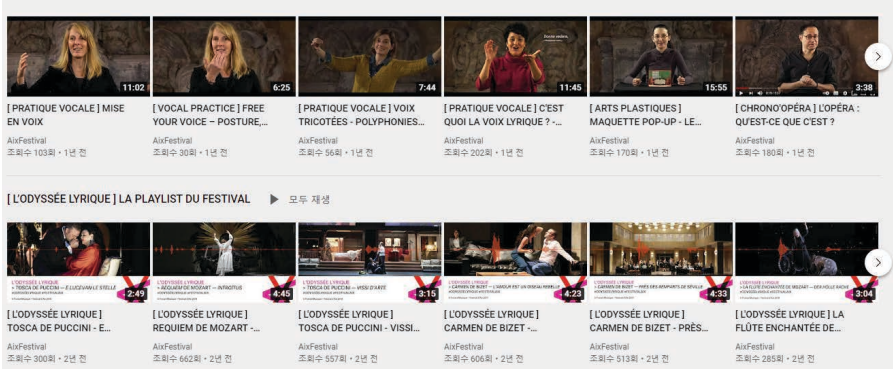
사업명	“B-Friends” 조성 사업	사업 구분	시민참여 확대 및 후원회 조성						
사업기간	2024-계속								
추진목적	문화예술 후원에 대한 시민 참여 확산으로 지역 문화생태계 활성화								
협력주체	부산메세나협회, 부산지역 카페	주요 타겟	20 - 60대 부산시민						
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업 및 개인 후원회 조성을 위한 홍보마케팅 계획 수립</li> <li>• 소규모 후원액 모금을 위한 지역 카페 연계 캠페인 추진</li> </ul>								
추진단계	<p><b>* 후원기업 및 개인 멤버십 ‘B-Friends’ 가입자 확대를 위한 패키지 다각화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업 대상 프리미엄 패키지 구성 : 1인당 1/2병의 와인을 포함한 파인 다이닝 제공, 백스테이지 투어 및 예술가와의 만남</li> <li>- 개인 대상 연령별 회원권 구성                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 20 - 30대 : 회원비 무료, 오페라 축제 공연 티켓 선예매 혜택 제공, 오페라하우스 공연 초청권 연간 4매 제공</li> <li>* 40대 이상 : 연간 회원비 10만원, 오페라 축제 공연 티켓 4매 50% 할인, 오페라하우스 및 오페라 축제 공연 선예매 혜택</li> </ul> </li> </ul> <p><b>* 후원기업 및 멤버십 가입자 대상 추가 혜택</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오페라하우스 극장 내 좌석에 후원기업명, 후원자명 각인</li> <li>- 후원기업 대상 세제 혜택, 리허설 참석 및 리셉션, 회원의 날 등 행사 초청</li> </ul> <p><b>* 부산지역 카페 연계 소규모 후원금액 조성 캠페인 실시</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산지역 카페와 연계하여 공연시작 1시간 전후로 오페라 축제 관련 프로그램 개최지 인근 팝업스토어 ‘B-Friends X (카페명)’ 운영, 수익금의 일부를 오페라 하우스 후원액으로 모금</li> <li>- 참여 카페(안)</li> </ul> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">일시</th> <th>내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>모모스커피</td> <td>부산시 내 커피 전문점으로 자리매김하여 티켓 판매 확보 가능. 최근 지점 확장으로 지역 내 이슈 생산함.</td> </tr> <tr> <td>슈발츠발트</td> <td>비정기적 공연과 파티를 주최하는 등, 클래식에 관심있는 20-30대의 카페 이용객과 협업점 모색 가능</td> </tr> </tbody> </table>			일시	내용	모모스커피	부산시 내 커피 전문점으로 자리매김하여 티켓 판매 확보 가능. 최근 지점 확장으로 지역 내 이슈 생산함.	슈발츠발트	비정기적 공연과 파티를 주최하는 등, 클래식에 관심있는 20-30대의 카페 이용객과 협업점 모색 가능
일시	내용								
모모스커피	부산시 내 커피 전문점으로 자리매김하여 티켓 판매 확보 가능. 최근 지점 확장으로 지역 내 이슈 생산함.								
슈발츠발트	비정기적 공연과 파티를 주최하는 등, 클래식에 관심있는 20-30대의 카페 이용객과 협업점 모색 가능								
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 시민 대상 소액 후원에 대한 긍정적 시각 마련</li> <li>• 축제 재정자립도 확립에 기여</li> </ul>								
비고 (참고사례)	<ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>잘츠부르크 축제</b> : 젊은 관객층을 확보하기 위한 구독(Subscription)을 홍보, 최대 90%까지 할인 적용된 티켓 가격 제공. 개인의 취향에 따라 티켓을 구성할 수 있는 옵션을 제공하고 있음</li> <li>* <b>브레겐츠 축제</b> : 후원의 대가로 축제는 객석에 후원자의 이름을 새겨주는 후원회 모금 캠페인을 실시</li> <li>* <b>이탈리아 Cinque x mille 캠페인</b> : 소득세의 일부(0.5%)를 비영리 단체에 기부하는 활동으로, 2006년 실험적으로 시행된 바 있음</li> </ul>								

사업명	오 부산 - OHo.Busan(Opera House of Busan)	사업 구분	시민참여 확대
사업기간	2024-계속		
추진목적	디지털 기술을 활용한 서비스 기획, 제공하여 잠재적 오페라하우스 충성 고객 확보		
협력주체	부산시, 오페라하우스, 부산지역 내 식당, 카페, 문화 예술분야 민간/공공 기관, 호텔	주요 타겟	20 ~ 40대 여성
주요내용	<p>* 부산 오페라하우스 관련 정보를 중심으로, 부산지역 문화예술·관광에 관한 종합적인 정보를 제공하는 어플리케이션 개발</p> <p>- 주요 제공 서비스</p> <p>* 부산 오페라하우스 공연, 대표축제 프로그램 등 일정 안내 및 예매 시스템 운영</p> <p>* 인근 식당·카페·숙소, 문화관광 코스 안내</p>		
추진단계	<p><b>* 디지털 서비스 제공 분야 선정</b></p> <p>- 부산 오페라하우스 관련 정보 : 공연 및 프로그램 정보, 예매 시스템, 할인 정보, 쇼핑몰(굿즈)</p> <p>- 그 외 : 날씨, 길찾기, 부산 오페라하우스 외 공연/전시/체험 프로그램 정보, 부산지역 식당/카페/숙소/관광지</p> <p><b>* 고객 여정 분석에 따른 정보 제공</b></p> <p>- 주요 카테고리 구상(안)</p> <p>* 추천 문화관광 여행 코스 제안 : Editor's Choice(테마별 기획코스 추천), Now HOT(어플유저들이 많이 모인 곳)으로 코너를 나누어 가볼만한 부산지역 문화관광지 소개</p> <p>* 부산지역 인기 식당, 카페 원격 웨이팅 시스템 : 어플을 통한 대기번호표 발행 서비스 제공</p> <p>* 부산 여정 한 눈에 보기 'my Busan' : 일정별 개인 여행코스 이미지화 서비스 제공</p> <p><b>* 부산 오페라하우스 어플리케이션 가입 유저 대상 혜택 서비스 기획</b></p> <p>- 포인트 적립 및 할인 제도 : 어플 가입 시, 전자티켓 발권 시 결제금액의 10%, 공연/축제 리뷰 작성 시 등 어플리케이션을 활용한 예매 및 참여활동 시 포인트 부여 → 어플리케이션 내 등록된 식당, 카페, 숙소에서 포인트 차감 결제 가능</p> <p>- 어플리케이션을 통한 부산 오페라하우스 회원제 가입 시 혜택</p> <p>* 비회원제에서 회원제로 가입 시 적립 포인트로 가입비 차감 가능</p> <p>* 전자티켓 발권자 대상 20% 적립</p>		
기대효과	<p>• 온라인 공간을 활용한 부산 오페라하우스 관련 정보 종합 제공 및 부산 오페라하우스 홍보</p> <p>• 동백전과 연계하여 부산 지역 상권 활성화</p>		
비고 (참고사례)	<p>* 여행, 예매 관련 종합 정보 제공 어플리케이션 참고 사례 : 제주지니(여행), 솜씨당(원데이클래스)</p>  <p>The screenshot shows the JEJUJINI app interface. It features a search bar at the top, a '클래스 정보 요약' (Class Info Summary) section with buttons for '부산 부산전구 부진동' and '주차 가능', and a '클래스 일정' (Class Schedule) section for August. The schedule shows dates from the 27th to the 5th, with specific times and prices for different classes. A '10% 50,000원~ 45,000원~' discount banner is visible at the bottom.</p>		

□ 지역 문화자원 활용

사업명	부산 오페라 축제 스탬프투어	사업 구분	지역 문화자원 활용
사업기간	2024-계속		
협력주체	부산관광공사, 부산시, 중구, 동구, 영도구, 부산예술인, 부산스탬프렐리(BSR)	사업 대상	부산 관광객, 오페라축제 관객
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 오페라 축제 스탬프 투어 개발</li> <li>• 기존 부산 스탬프 투어 어플 내 오페라축제 코스 추가</li> <li>• 부산 오페라 축제 스탬프 투어 완주자 대상 특전 제공</li> </ul>		
추진단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 오페라축제 스탬프 투어 코스 개발 및                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산 오페라하우스를 포함한 부산 내 오페라축제 개최 장소 인근 관광지 연계 코스 기획</li> <li>- 부산 오페라축제 소규모 오페라 공연 장소 후보: 용두산 공원, 40계단 문화관광테마거리, 한성 1918, BIFF광장</li> </ul> </li> <li>* 오페라축제 투어 맵 제작(매년 코스 변경)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산관광공사, 부산관광 인플루언서 등과의 연계-협력 통해 스탬프 투어 코스 인근 식당, 카페, 쇼핑센터, 주차장 등이 포함된 투어 가이드 맵 제작</li> </ul> </li> <li>* 스탬프 투어 완주자 리워드 개발                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 패스포트 소지자 특전 :                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>· 스탬프 투어 코스 인근 식당, 카페 등 할인, 주차장 무료 이용</li> <li>· 공연 프로그램북, 부산오페라하우스 굿즈 등 제공(스탬프 개수에 따른 차등 지급)</li> </ul> </li> <li>- 스탬프 투어 완주자 리워드 : 차년도 투어 가이드맵 내 '명예의 전당'에 이름 게재 등</li> </ul> </li> </ul>		
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오페라축제 목적 관광객의 부산 관광 유도를 통한 지역 경제 활성화</li> <li>• 부산 오페라축제 충성 고객 확보 가능</li> </ul>		
비고 (참고사례)	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 세토우치 국제 예술제 '작품감상 패스포트' : 예술제의 작품, 참가 시설 감상 가능한 티켓                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 봄, 여름, 가을 모든 회기에 사용 가능한 &lt;3 시즌 패스포트&gt;와 각 회기에만 사용할 수 있는 &lt;회기 한정 패스포트&gt;</li> <li>- 특전 : 예술제의 유료 이벤트 할인, 주차장 무료 이용, 각종 관광시설, 문화시설 할인 혜택</li> <li>- 가격 : 일반 4,800엔, 청소년(16~18세) 3,000엔, 15세 이하 작품 감상 무료</li> </ul> </li> <li>* 해양수산부 '등대여권' : 자연경관과 독특한 역사를 간직한 전국 각지의 등대 (15개소*) 를 찾아 '등대 스탬프 투어'를 할 수 있도록 제작                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등대박물관과 해당 등대 15곳에서 무료 배포</li> <li>- 4곳 이상의 등대에서 도장을 받아 등대박물관을 찾으면 기념 메달 증정</li> </ul> </li> </ul>		

사업명	부산오페라축제 <유니크베뉴 다이닝 오페라>		
일정	오페라 축제 기간 매주 금, 토요일 5시	장소	원도심 유니크베뉴
사업대상	특별한 주말 여행을 계획 중인 연인, 친구	협력 주체	부산관광공사, 부산문화재단, 울산문화재단, 경남문화예술진흥원, 유니크베뉴
사업목적	부산오페라축제 부대 프로그램의 일환으로 대중의 접근이 쉬운 복합문화공간에 소규모 오페라 공연을 제공하여, 오페라축제 인지도 향상 및 오페라 향유 기회 증대		
주요내용	다이닝이 가능한 유니크베뉴에서 식사 및 음료를 즐기며 소규모 오페라 관람 가능한 공연 기획		
추진단계	<p><b>* 장소 섭외 및 다이닝 오페라 메뉴 구성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산관광공사 지정 원도심 유니크베뉴 3곳(중구 노티스, 영도구 피아크, 목장원) ※ 추후 공간 발굴 통해 추가 가능</li> <li>- 각 장소에서 제공하는 메뉴들 중 사전 수요조사 통한 다이닝 오페라 메뉴 구성(인터미션에 여러 테이블 동시 제공 가능한 형태. 도시락, 뷔페 등)</li> </ul> <p><b>* 부울경 지역 오페라 공연팀 공개 모집 및 확정</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4주 x 2회 x 3개소 = 총 24회 공연, 12팀 선정(한 팀당 2회 공연)</li> <li>- 선정 단체 장소 및 일정 확정</li> </ul> <p><b>* 홍보 및 티켓 판매</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좌석은 자유석, 선착순으로 착석, 티켓 가격 2만원 ※2022 워터페리 오페라 축제 자료 참고</li> <li>- 예상 티켓 수익 1) 노티스 - 2만원 * 50석 * 4주 * 2회 = 800만 원</li> <li>2) 피아크 - 2만원 * 100석 * 4주 * 2회 = 1,600만 원</li> <li>3) 목장원 - 2만원 * 80석 * 4주 * 2회 = 1,280만 원</li> <li>- 피크닉 오페라 메뉴 예약은 선택사항으로, 선택 시 금액 추가</li> <li>- 부산오페라축제 홍보물, 각 유니크베뉴 SNS 통한 홍보</li> </ul> <p><b>* 공연 진행</b> - 5시 1부 공연 시작→60분의 인터미션(저녁식사)→ 2부 공연</p>		
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산오페라축제의 지역예술인 참여율 제고</li> <li>• 공연예술인의 무대 기회 확대로 시각예술 대비 공연예술이 침체된 부산지역의 공연예술 활성화에 기여</li> <li>• 유니크베뉴의 공간 가동률 제고 및 축제 참여자의 소비 증대로 지역 경제 활성화</li> </ul>		
비고 (참고자료)	<p><b>* 워터페리 오페라 축제(Waterperry Opera Festival)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 장소특정적 소규모 오페라 축제, 지역과 시민이 함께하는 축제</li> <li>- 오페라 바구니 판매, 워터페리 오페라 식당 운영 등 페스티벌 다이닝이 이루어지는 것이 특징적임</li> </ul> <p><b>* 글라인드본 오페라 축제(Glyndebourne Festival)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정원에서 레스토랑을 즐길 수 있는 90분의 인터미션이 있음</li> <li>- 피크닉 도시락을 직접 가져오거나 레스토랑, 티룸 등 예약을 통해 식사 가능</li> </ul>		

사업명	오페라 아카이브 시스템 구축(오아시스)		사업 구분	지역 문화자원 활용
사업기간	2024-계속			
추진목적	오페라 축제 관련 의상, 소품, 음악, 배우, 기획, 기술 등 축제 참여 전문인력 인터뷰 영상을 통한 노하우를 디지털로 영구 기록, 축적			
협력주체	부산시, 오페라하우스, KNN		주요 타겟	공연예술 전문인력, 예비 예술인, 공연애호가(20~40대 남녀)
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 부산 오페라 축제 관련 자료 축적을 위한 디지털 아카이빙</li> <li>- 주요 카테고리 : 청년예술가 - 오페라 전문예술가와와의 대담, 영상 실험 녹화 / 녹음, 제작 비하인드 스토리 (의상, 소품, 세트), 아키비스트 인터뷰</li> </ul>			
추진단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 아카이브 관련 전문인력 채용                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문 아키비스트, 영상 PD 등 관련 인력 채용</li> <li>- 오페라하우스 인근에 들어설 지역 방송국과 연계, 영상 제작 및 방송 프로그램 편성</li> </ul> </li> <li>* 독자적 온라인 아카이브 홈페이지 개발                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 카테고리 구상(안)                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>* 오페라를 향해 : 당해년도 오페라 프로그램 주제 선정 단계 아카이빙(기획회의록 등), 참여자(감독, 무대미술, 의상, 지휘자 등) 인터뷰 영상</li> <li>* 디지털 워크숍 : 오페라 및 예술 강의 → 미장센, 발성, 호흡, 가사, 오페라 무대소품 등</li> <li>* 실험 녹음 : 해당년도 오페라 공연 실험 녹음</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>* 저작권 관련법 자문</li> </ul>			
추진절차	초기('24~'26년)	중기('27~'29년)	장기('30년~)	
	· 아키비스트, 영상 PD 중심의 오아시스 플랫폼 구축, 안정화	· 부산KNN 방송 프로그램 편성 (개막작, 폐막작 공연실험 중계)	· 부산KNN과 연계, 5년 주기 축제준비 과정 축적 다큐멘터리 제작	
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 아카이브 관련 지역 일자리 창출 도모</li> <li>· 지역 방송국과의 연계로 수준 높은 영상 제작, 방송 편성으로 축제 홍보 효과 기대</li> </ul>			
비고 (참고사례)	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 프랑스 엑상 프로방스 페스티벌                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 엑상 프로방스 페스티벌 공식 홈페이지 내 '아카이브' 카테고리 게시판 별도 운영(특징만 기입)</li> <li>- 유튜브를 활발히 활용한 아카이브</li> </ul> </li> </ul> <div style="text-align: center;">  </div>			

□ 호텔, 식당, 카페, 교통 연계 문화관광 서비스 제공

사업명	부산오페라축제 축제 패키지 여행상품 개발	사업기간	2024
사업대상	축제 목적 관광객 및 부산 관광객	협력주체	여행사, 부산관광공사, 부산 소재 호텔
사업목적	부산 오페라축제 패키지 여행상품 개발을 통해, 축제 목적 관광객의 부산 관광 유도 및 축제 만족도 제고		
주요내용	관련 업체 및 기관과의 협력을 통한 부산 오페라 축제 패키지 상품 개발 및 보급		
추진단계	<p><b>* 부산 오페라 축제 관광 상품 관련 아이디어 구상</b></p> <p>- 각 장소에서 제공하는 메뉴들 중 사전 수요조사 통한 다이닝 오페라 메뉴 구성(인터미션에 여러 테이블 동시 제공 가능한 형태. 도시락, 뷔페 등), 시장조사, 수요예측, 타당성 분석</p> <p><b>* 관련 업체 및 기관과 협상</b></p> <p>- 4주 x 2회 x 3개소 = 총 24 회 공연, 12팀 선정(한 팀당 2회 공연), 선정 단체 장소 및 일정 확정</p> <p><b>* 상품 영업 활성화</b></p> <p>- 5시 1부 공연 시작 → 60분의 인터미션(저녁식사) → 2부 공연</p>		
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 오페라 축제의 지역예술인 참여율 제고</li> <li>• 공연예술인의 무대 기회 확대로 시각예술 대비 공연예술이 침체된 부산지역의 공연예술 활성화에 기여</li> <li>• 유니크베뉴의 공간 가동률 제고 및 축제 참여자의 소비 증대로 지역 경제 활성화</li> </ul>		
비고 (참고사례)	<p><b>* 브레겐츠 페스티벌(Bregenzer Festspiele)</b></p> <p>- 여행사 Bregenzerwald Tourismus와 공동으로 브레겐츠 숲과 축제를 연계한 패키지 상품을 제공</p> <p>- 브레겐츠 숲과 브레겐츠는 차로 30~60분 거리, attractive package를 구매할 경우, 호텔에서 1박~3박을 제공</p>		

사업명	부산 오페라 축제 연계 팸투어	사업기간	2024-2026																		
사업대상	공연 · 관광·미디어 관계자	협력주체	부산관광공사, 부산시, 부산 오페라하우스, 부산 비즈니스호텔																		
주요내용	<p>* 관광업계·언론 및 미디어 종사자 대상 오페라 축제 연계 관광지 투어</p> <p>* 부산 오페라 축제 관련 의견 교환을 위한 간담회</p> <p>- 관광업계 종사자: 부산 오페라 축제 관광상품화 위한 의견 수렴 / 언론 및 미디어 관계자: 부산 오페라 축제 홍보 방안</p> <p>* 부산 오페라 축제 관련 홍보자료 생산 및 배포</p>																				
추진단계	<p><b>* 오페라 축제 연계 부산 팸투어 코스 개발</b></p> <p>- 부산 오페라 축제 백스테이지 투어, 공연 관람 포함 1박 2일 부산 관광 코스 기획</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">일시</th> <th>내용</th> <th>비고</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">1일차</td> <td>오후</td> <td>부산 오페라하우스 백스테이지 투어 및 원도심 투어</td> <td></td> </tr> <tr> <td>저녁</td> <td>부산 오페라 축제 공연 관람</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">2일차</td> <td>오전</td> <td>업무 협의 간담회</td> <td>사전 의견수렴을 통한 공동의제 선정</td> </tr> <tr> <td>오후</td> <td>해양 관광 투어</td> <td>용호만 다이아몬드베이 연계</td> </tr> </tbody> </table> <p>- 해당 관광지 유관기관의 협찬 통한 예산 확보 (예. 부산관광공사 - 입장료 / 호텔 - 숙박비, 조식 등) ※ 2018년 11월 인천관광공사 주최 '언론인 초청 팸투어': 숙박과 저녁 만찬, 아침 조식을 파라다이스시티가 무료로 제공</p> <p><b>* 팸투어 명단 구성 및 섭외</b></p> <p>- 관광업계 종사자 7명(여행사, 소결커머스 임직원 등), 언론 및 미디어 관계자 7명(기자, 여행 인플루언서 등), 각 그룹별 1회 팸투어(총 3회 진행)</p> <p><b>* 팸투어 결과 활용하여 언론 및 미디어 홍보자료 생산</b></p> <p>- 총 3회의 간담회 내용 종합하여 보도자료 작성 후 배포, 인플루언서 대상으로 영상 제작 및 SNS 홍보 의뢰</p>			일시		내용	비고	1일차	오후	부산 오페라하우스 백스테이지 투어 및 원도심 투어		저녁	부산 오페라 축제 공연 관람		2일차	오전	업무 협의 간담회	사전 의견수렴을 통한 공동의제 선정	오후	해양 관광 투어	용호만 다이아몬드베이 연계
일시		내용	비고																		
1일차	오후	부산 오페라하우스 백스테이지 투어 및 원도심 투어																			
	저녁	부산 오페라 축제 공연 관람																			
2일차	오전	업무 협의 간담회	사전 의견수렴을 통한 공동의제 선정																		
	오후	해양 관광 투어	용호만 다이아몬드베이 연계																		
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광업계 및 미디어 관계자의 홍보를 통한 부산 오페라 축제 관광 활성화</li> <li>• 유관기관 상호간 부산 오페라 축제 관련 정보 교류의 장 마련</li> </ul>																				



사업명	부산 오페라 축제-시티투어버스 연계 사업
사업기간	2024-계속
협력주체	부산시, 부산관광공사, 부산 오페라하우스, 광고래핑전문기업, 부산예술인(단체)
사업대상	일반 시민, 부산 관광객, 축제 관객
주요내용	<p>* 부산 시티투어버스 코스 활용하여 부산 오페라축제 부대 행사 개최</p> <p><b>부산 시티투어버스 레드라인 코스</b> : ①부산역(출발지)→부산대교→부산항대교→②UN기념공원→③부산박물관→④용호만유람선터미널→⑤광안리해수욕장→⑥마린시티(수영만요트경기장)→⑦동백섬→⑧해운대해수욕장→⑨센텀시티(영화의전당)→⑩시립미술관·벡스코→광안대교→⑪평화공원→부산항대교→⑫광복로→⑬부산역(도착지)</p> <p><b>부산 시티투어버스 그린라인 코스</b> : ①부산역(출발지)→②영도대교(유라리광장)→③흰여울문화마을→④하늘전망대→⑤영도해녀촌(노을전망대)→⑥태종대→⑦국립해양박물관→부산항대교→⑧오륙도스카이워크→⑨용호만유람선터미널→⑩평화공원→부산항대교→남항대교→⑪송도해수욕장(구름산책로)→⑫자갈치·BIFF광장(용두산공원)→⑬부산역(도착지)</p> <p>* 부산 오페라축제-부산 시티투어버스 연계 할인</p> <p>* 축제 기간 내 부산 오페라축제 시티투어버스 운영을 통해 축제 홍보</p> <p>* <b>부산 시티투어버스</b> : 한 대의 버스가 순환하는 시간은 약 2시간 10분이며, 각 회차 버스는 50분 간격으로 운행함. 시간 내에 무제한으로 이용 가능함</p> <p>- 1일권: 15,000원/ 2일권: 25,000원/ 야경투어(사전예약제): 15,000원</p>
추진단계	<p>* <b>부산 시티투어버스 코스와 연계하여 행사 장소 및 시간 선정</b> (※ 후보지 기준: 대기시간 활용하여 공연 감상 가능한 장소)</p> <p>- 부산역(부산유라시아플랫폼) : 시티투어버스 출발지 / 문화·예술행사 개최 시 사용자 무료</p> <p>- 용호만유람선터미널(다이아몬드베이) : 시티투어버스 이용객 대상 30% 할인 / 선착장 내 공연 가능</p> <p>* <b>오페라축제 공연티켓 지참자 탑승객의 요금 20% 할인</b> (※ 2014년 부산국제영화제- 부산시티투어 버스 연계 사례 참고)</p> <p>* <b>부산 시티투어버스 외부 부산 오페라축제 광고 래핑 및 내부 시트커버 광고</b></p> <p>- 투어 후 오페라하우스 공연 관람 가능성 높은 부산 시티투어버스 레드/그린라인 6~9회 차량 대상</p>
기대효과	<p>• 오페라 축제와의 연계 통한 부산 대표 관광지의 문화관광 활성화</p> <p>• 일반 관광객 대상 오페라 축제 홍보/ 축제 관객 대상 부산 관광 유도 투트랙 접근 가능</p>
비고 (참고사례)	<p>* <b>호주 빅버스 시드니(Big Bus Sydney)</b></p> <p>- <a href="https://mice.or.kr/bbs/board.php?bo_table=news&amp;wr_id=528">https://mice.or.kr/bbs/board.php?bo_table=news&amp;wr_id=528</a>(용호만유람선터미널 기사)</p> <p>- <a href="https://www.youtube.com/watch?v=hkZrOUeHalk">https://www.youtube.com/watch?v=hkZrOUeHalk</a>(오페라 플래쉬몹)</p> <p>- <a href="https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16007">https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16007</a>(김광석 버스)</p> <p>* <b>대구 더 플레이 버스 : 김광석 (예산 상 운영 중단)</b></p> <p>- 매주 토, 일 오후 5시 출발. 정원 16명으로, 더플레이버스 사이트에 사연 공모를 통해 무료탑승</p> <p>- 주요 프로그램: 가수 김광석을 테마로 DJ가 들려주는 음악감상, 퍼포먼스 등 공연관람</p>

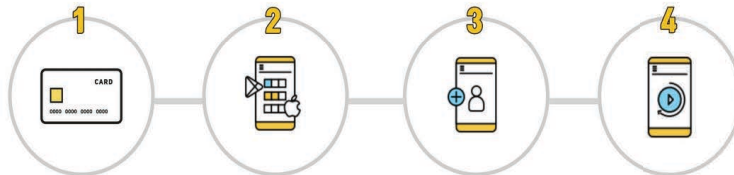
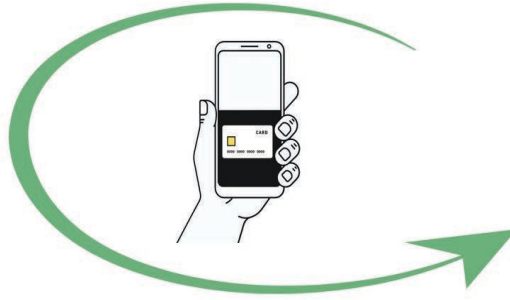
사업명	투어패스 연계 공연 할인
사업기간	2024-2026
협력주체	부산오페라하우스, 부산관광공사, 부산시, 투어패스 발행기업(예. 엘에스컴퍼니)
사업대상	일반 시민, 부산 관광객
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 부산 투어패스, 부산(외국인)관광패스 제휴처에 오페라하우스 축제 공연 등록</li> <li>* 부산 투어패스, 부산(외국인)관광패스 구매자의 축제 참여 유도</li> <li>* <b>부산투어패스</b> : 제휴처 프리패스권으로 테마파크&amp;뮤지엄, 액티비티, 카페&amp;테마시설, 로컬맛집으로 구성             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 24시간권 : 17,500원/ 36시간권: 19,500원</li> <li>- 인터넷 사이트에서 티켓 결제 &gt; 카카오톡 모바일티켓 수신 &gt; 여행지 방문 시 모바일 티켓 제시하여 이용</li> </ul> </li> <li>* <b>부산(외국인)관광패스</b> : 부산지역 관광자원과 시설, 교통을 하나로 엮어 부산을 방문하는 외국인 관광객들이 저렴하게 이용할 수 있도록 지원(개발 진행 중)</li> </ul>
추진단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>투어패스 제휴처 등록</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산 오페라하우스 운영 시 홍보비 내 투어패스 연계 사업 예산 확보</li> <li>- 투어패스 발행 기관(예. 엘에스컴퍼니) 문의 후 공연 등록</li> <li>- 추가요금(1만원) 발생 안내 (※ [참고자료1.] 낭만요트 혜택 안내 참조)</li> </ul> </li> <li>* <b>투어패스 제휴 공연 선정</b></li> <li>* <b>투어패스 이용 관람객 좌석 확보</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- B석(예. 2만원)의 10%를 부산 투어패스 이용 관람객 좌석으로 지정</li> <li>- 잔여 좌석 예매 가능한 경우, 추가요금 지불에 따라 좌석 업그레이드</li> </ul> </li> </ul>
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산투어패스 구매자의 축제 참여 가능성 향상</li> <li>• 부산투어패스 상품 설명 홈페이지에 오페라축제가 포함되므로 구매자 대상 공연 홍보 가능</li> <li>• 저렴한 가격으로 오페라 관람 기회 제공함으로써 오페라 저변 확대에 기여</li> </ul>
비고 (참고사례)	<ul style="list-style-type: none"> <li>* <b>이탈리아 베로나 카드(Verona card)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 베로나 시내 관광지 무료 입장 및 버스 무제한 이용</li> <li>- 24시간권 : 18유로(한화 약 24,000원)/ 48시간권 : 22유로(한화 약 30,000원)</li> <li>- 아레나 디 베로나는 대표적 관광지로 입장료 10유로. 다만 오페라 공연일에는 16:30까지만 운영하므로 야간에 이루어지는 오페라공연 입장권과 연계된 것은 아님</li> </ul> </li> <li>* <b>전북투어패스(한옥마을권+공연관람권)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한옥마을 관광지 6곳 + 전북관광브랜드 뮤지컬 ‘몽연 : 서동의 꽃’</li> <li>- 온라인에서 전북투어패스 구매 &gt; 문자 모바일바코드권 발송 &gt; 공연 전화예약 &gt; 모바일바코드권 스캔 후 입장</li> <li>- 전북투어패스로 공연 관람시 지정좌석으로 운영</li> </ul> </li> </ul>

□ 친환경 실천 사업

사업명	부산 오페라 카드 <카멜리아> 출시	사업구분	시민참여 확대
사업기간	2024-계속		
후원주체	하나은행, 부산은행, 코나 카드사, 부산시	사업대상	오페라 축제 관객
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 복잡산발적인 축제에 대한 접근을 어플리케이션 플랫폼 연계 카드 한 장을 통해 간편화</li> <li>• 종이없는 축제를 위한 디지털 전략 개발의 일환으로 친환경 축제 실천</li> </ul>		
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ‘동백전’과 오페라의 이미지를 연결할 수 있는 어플리케이션 ‘Camellia Card’ 출시</li> <li>• 기존 ‘동백전’, ‘동백통’, ‘동백택시’와 연계한 통합형 어플리케이션 개발</li> </ul>		
추진단계	<p><b>* 카멜리아 카드의 주요 기능 및 혜택</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 카멜리아 카드 어플리케이션 내용 구성 (①축제 공연정보이벤트 공시 ②예매 기능 ③QR 노출로 전자 티켓 기능 추가)</li> <li>- 축제장소까지 대중교통 이용 시, 출발지점 설정 후 탑승 도착지점(축제장소)까지 걷는 거리 측정, 거리 비례 마일리지 적립 혜택 제공</li> <li>- 축제 예매권을 어플리케이션으로 대체할 경우, 티켓 가격의 5% 추가 적립</li> <li>- 기존 카드(‘동백전’)와 동일한 혜택 제공 : ①캐시백 10% 적립 ②연말정산 시, 현금과 같은 30% 소득제공 ③전통 시장에서 사용 시 40% 소득공제 적용</li> </ul> <p><b>* 마일리지 사용 제휴사 설정 및 카드 혜택 발굴</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산항 축제 승선권 무료 제공, 북항 및 영도구 일대 카페, 맛집에서 마일리지 현금처럼 사용</li> </ul> <p><b>* 후원 은행에 제공할 혜택</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 축제 기간 중 축제 프로그램과 연계한 임직원 워크샵 제공, ‘Camellia Card’에 후원사 로고 노출</li> </ul>		
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이밍 스폰서십, 축제 프로그램 구성을 위한 관객 분석에 용이하여 장기적인 마케팅 전략 수립에 기여</li> <li>• 지역 내 소비 증진</li> <li>• 협찬 은행, 관할 지자체, 주민, 관객, 축제 운영 주체에 긍정적인 경제 효과</li> <li>• 시외 고객층 확보를 목표로 지역 사회로 시외 통화 유입 가능</li> <li>• 기존 어플리케이션에 축전된 데이터를 연계해 시민 참여형 ‘미식 프로그램’ 개발 가능</li> <li>• ‘종이없는 축제’ 슬로건에 맞춰 출입 관리 시스템 구축</li> </ul>		
비고 (참고사례)	<p><b>* ‘현대카드 슈퍼콘서트’</b> : 예술제의 작품, 참가 시설 감상 가능한 티켓</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 카드 사용 독려를 위한 현대카드 기획 ‘슈퍼콘서트’가 바이닐, 디자인, 쿠킹 클래스 등 사업 확장을 통해 오프라인 공간 운영에까지 도달</li> <li>- 팬덤을 이용한 ‘FAN MADE LIVE’, 스타 출연 강연 ‘OVER THE RECORD’ 등 여러 프로그램을 ‘현대카드 DIVE’ 어플리케이션을 통해 접근 가능</li> </ul> <p><b>* 알뜰카드, 대구 COCOA 제도<sup>31)</sup>, 프랑스 NAVIGO 카드<sup>32)</sup></b></p>		

31) ‘NAVIGO’와 유사한 사례로, 국내의 문화기관 연계 제휴 서비스 제도로 ‘대구 COCOA 플랫폼’이 있음. 무료 회원가입으로 멤버십 발급이 가능하며, 공연/전시 연 6회 이상(2기관 이상) 관람하여 멤버십 자격을 유지해야 함. 1인당 4매까지 티켓 구매 가능하며 총 구매금액의 10% 적립, 제휴처에서 현금처럼 사용할 수 있음

32) NAVIGO PASS는 기간과 파리 지구를 설정하여 사용하는 통행권으로 파리 관광객에게 이동의 자율권을 확보함. 2022년 초에는 패스권에 문화시설 이용 통합 카드를 출시하여, 독립 영화관 147 곳, 오르세, 퐁피두 등을 포함한 뮤지엄 63 곳, 52개 극장 및 기타 26개의 문화시설을 무료/할인 이용할 수 있음



우리카드, 신한카드, 하나카드, 티머니페이 '오페라 축제 카드' 신청

'오페라 축제 카드' 앱 다운로드 (플레이스토어, 앱스토어)  
 ※ 만 19세 이상 회원가입 가능  
 ※ 본인 명의 휴대폰으로 본인인증 필수  
 (본인 명의 휴대폰이 없는 경우, 회원가입이 제한될 수 있습니다.)

카드 수령 후, '오페라 축제 카드' 앱 회원가입

① 출발지 설정 후, "출발" 버튼 클릭  
 ② '오페라 축제 카드'로 대중교통 이용  
 ③ 축제 도착 후, "입장권" QR 인증

회당 마일리지 적립액(보행·자전거 최대 800m 이동시, 월상한 44회)

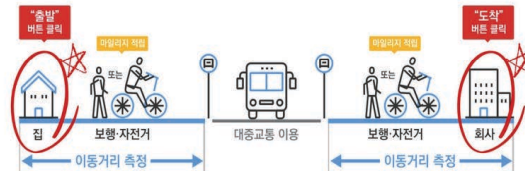
교통요금 지불액	2천원 미만	2천원 이상 - 3천원 미만	3천원 이상
마일리지 지급액	최대 250원	최대 350원	최대 450원

\* 800m미만은 이동거리에 비례하여 지급

\* 월 15회 이상 대중교통 이용시 지급, 미세먼지 저감조치 발령시 두배 지급

- 해당 지역 주민들께서는 알뜰교통카드를 신청하시어 대중교통비 최대 30% 절감 혜택을 누리시기 바랍니다.

마일리지 적립 방식



- 출발지에서 대중교통 승차지점까지 걷거나 자전거를 통해 이동한 거리 측정
- 대중교통 하차지점에서 도착지까지 걷거나 자전거를 통해 이동한 거리 측정
- 카드(신용카드 및 티머니)로부터 대중교통 이용정보 수신
- 대중교통 이용정보와 알뜰교통카드 앱 출발/도착정보 일치여부 확인
- 정보 확인된 경우, 이동거리에 비례하여 마일리지 적립

※ 환승 과정의 이동거리는 포함되지 않습니다.  
 ※ 알뜰교통카드 앱은 스마트폰에서만 이용가능합니다. (안드로이드 7, IOS 11 버전 이상)

[그림 29] 친환경 오페라 축제 카드 출시 예시 포스터

<b>사업명</b>	비치코밍 프로젝트 - '친환경 무대 및 장식 제작'		<b>사업구분</b>	친환경 / 무대제작																								
<b>일정</b>	• 1월~5월까지 매월 해양 쓰레기 수거 1회 진행 • 6월 한 달동안 친환경무대 및 장식 제작 (※무대 제작 기간 고려하여 일정 변경 가능)																											
<b>협력주체</b>	부산문화재단, 부산 문화예술 관련 공공기관	<b>사업대상</b>	기후와 문화예술에 관심 있는 2030 세대, 무대예술 전문가																									
<b>추진목적</b>	부산문화재단 주관의 비치코밍 프로젝트와 연계하여 기후위기에 대한 대중의 인식 촉구와 무대 예술 전문가들의 부산오페라축제 참여 독려를 위한 부산 공공 문화예술기관의 ESG 경영 활성화의 일환으로 추진																											
<b>주요내용</b>	해변 및 해양 쓰레기 수거를 통해서 얻은 폐자재로 부산 오페라 축제에 활용할 친환경 무대 장식 제작 기획																											
<b>추진단계</b>	* 비치코밍 프로젝트 과제별 참여 대상 설정 ① 폐자재 수집을 위한 해양 쓰레기 수거 : 지역 내 서핑, 스킨스쿠버 다이빙 동호회 및 해양 관련 환경단체 중 ② 해변 쓰레기 수거 : 기후와 문화예술에 관심 있는 문화예술 공공기관 임직원 및 시민 일반 ③ 친환경무대 및 장식 제작 : 친환경 무대 및 장식 제작에 관심있는 무대미술 전문가																											
	<b>구분</b>	<b>대상①②</b>		<b>대상③</b>																								
	장소설정	부산 일대 바다 및 해변 5곳 선정 (영도 감지해변, 북항, 다대포 해수욕장, 해운대해수욕장, 광안리해수욕장, 기장 일광해수욕장, 송정 해수욕장 등)		미정, 공간 제공 필요																								
<b>참여인원 목표 설정 및 세부일정</b>	모집 인원 목표 : 550명 ※ 2021년 비치코밍/기후행동의 길 참여자 수 : 262명 / 184명 (총 446명)			미정																								
	10:00	장소 집합																										
	10:00-10:30	- 오리엔테이션 및 쓰레기 수집에 필요한 물품 배부 - 간단한 맨손 체조																										
	10:30-12:00	쓰레기 줍기 및 분리수거																										
	12:00-14:00	- 쉬는 시간 (식사 제공 : 지속가능한 도시락) - 작은 공연과 함께 토크 진행																										
<b>비고 (참고사례)</b>	부산문화재단 비치코밍 프로젝트 <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 30%;"> <p>일상해 스티커</p> <p>문화공포</p> <p>나눔 확산</p> <hr/> <p>기후행동의 길 참여자 184명</p> <p>비치코밍 프로그램 15회</p> <p>참여자 262명</p> <p>비치코밍 이벤트 인스타그램 7명</p> <p>참여인원 850명</p> </div> <div style="width: 65%; border: 1px solid red; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; font-weight: bold; color: blue;">문화나눔 사업</p> <p><b>사업설명</b> 문화나눔 가치 확산 캠페인으로 해양 쓰레기를 줄이는 '비치코밍'으로 환경문제를 일상으로 끌어들이고 다양한 문화예술 활동으로 전개하는 프로젝트입니다.</p> <p><b>주요내용</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>일자</th> <th>사업내용</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>기후행동의 길 &lt;음식&gt;편, &lt;바다&gt;편</td> <td>5월, 10월</td> <td>비치코밍 프로젝트 추진을 위한 담론 형성 및 공론화의 장 마련</td> </tr> <tr> <td>비치코밍 프로젝트 &lt;이기대&gt;</td> <td>5월</td> <td>이기대 연안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작</td> </tr> <tr> <td>비치코밍 프로젝트 &lt;영도 감지해변&gt;</td> <td>6월</td> <td>영도 감지해변으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작</td> </tr> <tr> <td>비치코밍 프로젝트 &lt;송정 구역포&gt;</td> <td>7월</td> <td>송정 구역포, 미포 뱃머리해변으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작</td> </tr> <tr> <td>비치코밍 프로젝트 &lt;광안리&gt;</td> <td>9월</td> <td>광안리 해안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작</td> </tr> <tr> <td>비치코밍 프로젝트 &lt;다대포&gt;</td> <td>9월</td> <td>다대포 해안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작</td> </tr> <tr> <td>비치코밍 아트페어</td> <td>10월</td> <td>배려된 사물과 해양 쓰레기의 가치를 예술로 재탄생 시키는 업사이클링 아트 기반 작품 전시</td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>				구분	일자	사업내용	기후행동의 길 <음식>편, <바다>편	5월, 10월	비치코밍 프로젝트 추진을 위한 담론 형성 및 공론화의 장 마련	비치코밍 프로젝트 <이기대>	5월	이기대 연안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작	비치코밍 프로젝트 <영도 감지해변>	6월	영도 감지해변으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작	비치코밍 프로젝트 <송정 구역포>	7월	송정 구역포, 미포 뱃머리해변으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작	비치코밍 프로젝트 <광안리>	9월	광안리 해안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작	비치코밍 프로젝트 <다대포>	9월	다대포 해안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작	비치코밍 아트페어	10월	배려된 사물과 해양 쓰레기의 가치를 예술로 재탄생 시키는 업사이클링 아트 기반 작품 전시
	구분	일자	사업내용																									
기후행동의 길 <음식>편, <바다>편	5월, 10월	비치코밍 프로젝트 추진을 위한 담론 형성 및 공론화의 장 마련																										
비치코밍 프로젝트 <이기대>	5월	이기대 연안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작																										
비치코밍 프로젝트 <영도 감지해변>	6월	영도 감지해변으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작																										
비치코밍 프로젝트 <송정 구역포>	7월	송정 구역포, 미포 뱃머리해변으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작																										
비치코밍 프로젝트 <광안리>	9월	광안리 해안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작																										
비치코밍 프로젝트 <다대포>	9월	다대포 해안으로 오는 해양 쓰레기 등을 비치코밍하여 참여자와 예술가가 협업을 통해 예술 작품 제작																										
비치코밍 아트페어	10월	배려된 사물과 해양 쓰레기의 가치를 예술로 재탄생 시키는 업사이클링 아트 기반 작품 전시																										

# VI. 결론

1. 연구 결과 의의
2. 연구의 한계 및 향후 과제



## VI. 결론

### 1. 연구 결과 의의

#### □ 조사분석을 통한 축제의 방향성 제시

- 그간 지역 내 부산 오페라하우스를 둘러싼 다양한 논쟁이 이어지는 가운데, 논의 자체가 국내외 사례 조사와 분석에 의한 미흡했던 점이 있었음
- 부산 오페라 축제 구상 연구는 해외 대표축제 및 정책 분석을 통한 부산 오페라 축제의 정책적 방향성 설정 및 운영 전략을 제시함. 동 연구를 계기로 시작된 해외 오페라 축제의 시사점 분석은 향후 부산 상황에 맞는 예술경영적 측면에서 오페라하우스 운영과 프로그래밍을 위한 다양한 논의를 이끌어낼 수 있을 것임
- 해외 대표적인 오페라 축제 사례를 유형화하여 분석함과 동시에 국내, 부산의 공연예술 축제를 심도있게 분석하여 부산 오페라 축제의 구성과 프로그래밍을 제안한 것에 본 연구의 의의가 있음
- 향후 본 보고서는 지역 내 다양한 오페라하우스 관련 관계자들에게 유용한 참고서(reference book)로서의 역할을 할 것임. 특히, 해외 대표 오페라 축제의 성공 요인 분석을 통해 부산 오페라 축제 운영 방향성의 가이드 라인을 제공할 수 있을 것임

#### □ 지역 내 다양한 의견을 수렴한 통한 공론화 과정

- 동 연구는 전문가 FGI 및 의견 청취를 통해 부산 오페라 축제 운영 방향성, 프로그래밍, 비전과 미션을 수립함
- 지역 내 최초로 8회의 오페라 관련 전문가 FGI를 통해 부산 오페라하우스와 축제에 관한 전문적인 의견을 체계적으로 청취, 공론화의 기회를 마련하였음. 또한, 오페라뿐만 아니라 공연예술, 축제, 문화관광 분야 기관 실무단위 의견을 수렴하여 연구를 수행함
- 94명을 대상으로 한 오페라 관련 이해관계자 설문조사를 바탕으로 지역 문화자원을 활용한 축제를 구상하여 지역 공연예술생태계 조성 방향성을 제시하였음. 또한 해당 설문조사는 문화관광과 연계하는 축제 프로그램 구상을 통한 오페라하우스의 관객 개발 및 운영 활성화 전략을 제시하는 기초자료로 활용함

#### □ 수치를 근거로 오페라 축제 프로그래밍 구성 방안 제시

- 동 구상연구는 부산 오페라 축제의 사회적 사명(mission)을 부산 오페라하우스 프로그래밍 다변화를 통한 동아시아 종합예술(오페라) 축제의 장 개최하는 것으로 설정하였으며, 이러한 사회적 사명에 기반하여 10년 이상 지속가능한 축제를 유지하면 “부산, 모두를 위한 종합예술의 전당”으로서의 비전이 달성 가능하다는 것을 제시하고 있음
- 부산 오페라 축제의 미션과 비전은 해외의 대표적인 축제를 면밀히 분석한 결과, 부산이 지향해야 하는 축제의 예를 3대 핵심 가치로 [연계성][지역성][개방성] 설정하였으며, 이를 토대로 전략 체계 및 프로그램 구성 컨셉 및 18개의 세부운영 전략을 제시함
- 특히, 동 연구는 국내 오페라 관련 전문가들의 의견 수렴을 바탕으로 부산 오페라 축제를 중심으로 동아시아 종합예술 거점을 위한 전략적 연계 방안을 구상함. 해외 대표축제 연계를 통한 작품 제작의 수월성 확보하고, 지역문화 자원 활성화, 시민 참여형 문화예술 프로그램 개발·운영 등 구상 프로그램 역시 제시함
- 뿐만아니라, 소수의 오페라 전문가를 위한 프로그래밍을 탈피하기 위해 개방성의 관점에서 부산의 지역성이 결합한 문화관광 활용의 관점에서 세부 전략을 제시하고 있음. 해양관광 연계 관광 프로그램, 오페라하우스 투어 프로그램, 북향, 원도심 연계 투어 프로그램에 관한 세부적인 프로그램은 이러한 모두를 위한 오페라의 비전을 달성하기 위한 전략 과제로 볼 수 있음

## 2. 연구의 한계 및 향후 과제

### □ 코로나19 상황과 해외 문헌자료와 홈페이지 정보 참고의 한계

- 동 구상 연구는 해외 대표 오페라 축제를 위주로 해외 문헌과 홈페이지 정보 위주로 축제를 분석함. 국내 선행연구가 전무함에 따라 해외의 문헌과 자료를 참고할 수밖에 없었던 한계가 있었음.
- 또한, 현장 조사와 해외 관계자에 대한 FGI 및 컨설팅이 물리적 연구 방법론적 제약으로 이루어지지 못해, 홈페이지 조사 위주의 연구 수행이 이루어지다 보니 세부적인 정보 수집과 분석에 제약이 있었음.
- 특히, 2020년부터 시작된 코로나19라는 특수한 상황은 조사 대상 오페라 축제들의 운영에도 직접적인 영향을 끼침에 따라, 축제의 분석 내용이 코로나19가 본격적으로 확산되기 전인 2020년도 이전을 주로 분석하여 최신 동향을 다루는 데 동 연구는 한계가 있음.
- 또한, 축제는 각 국가의 역사적, 문화적, 사회적 맥락 속에서 심도 있게 연구가 진행되어야 했음에도 불구하고, 축제 홈페이지와 문헌조사로 인해 현장의 정확한 정보를 전달하지 못한 아쉬움 역시 존재함.

### □ 부산 오페라하우스 운영과 분리된 축제 구상 연구

- 구상 연구의 한계로 인해 구체적인 조직과 예산, 오페라 작품별 프로그램 등 세부적인 계획을 제시하지 못한 점이 있음. 이는 향후 부산 오페라하우스를 운영하는 운영 주체 및 축제 예술감독을 중심으로 부산 오페라하우스 및 축제 조직간 역할 분담, 예산, 조직 운영 등 구체적이며 실현 가능한(feasible) 계획 수립이 필요할 것임.



## 참고문헌

### 국내 보고서

- 문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단(2007), 『아시아 예술극장 운영방안설계 최종결과보고서』
- 부산문화재단(2021), 『2021 부산광역시 예술인실태조사』
- 부산문화재단(2021), 『부산시민 문화예술활동 트렌드 조사』
- 부산문화재단(2022), 『부산 공연예술 활성화를 위한 기초전략 수립 연구 보고서』
- 서울연구원(2020), 『포스트코로나 시대 비대면 공연예술의 전망과 과제』
- 예술경영지원센터(2020), 『2020 공연시장 이슈리포트-코로나19와 공연예술분야 현황 및 전망』
- 예술경영지원센터(2020), 『2020 공연예술조사』
- 예술경영지원센터(2020), 『새로운 유통질서-공연 스트리밍 플랫폼의 현황』
- 예술경영지원센터(2021), 『코로나19에 의한 공연예술분야 피해현황 조사 보고서』
- 예술경영지원센터(2022), 『2022년 상반기 공연시장 동향』
- 춘천시(2019), 『춘천시 수상예술콘텐츠 개발 - 수상무대 설치 및 멀티미디어 공연 타당성 검토』
- 한국관광공사(2020), 『야간 관광 실태조사 및 활성화 방안 연구』
- 한국문화관광연구원(2021), 『문화예술의 친환경적 관점 도입을 위한 연구』

### 해외도서

- Anthony Gishford, 『Grand Opera, The Story of the World's Leading Opera Houses and Personalities』, Weidenfeld & Nicolson, 1972
- Karyl Lynn Zietz, 『Opera! The Guide to Western Europe's Great Houses』, John Muir Publications, 1991
- Carol Plantamura, 『The Opera Lover's Guide to Europe』, Roboson Books, 1997
- Karyl Lynn Zietz, 『Opera Companies and Houses of Western Europe, Canada, Australia and New Zealand, A Comprehensive Illustrated Reference』, McFarland & Company, Inc., Publishers, 1999
- Howard Hughes, 『Arts, Entertainment, and Tourism』, Butterworth-Heinemann, 2000
- Ian Yeomman, Martin Robertson, Jane Ali-Knight, Siobhan Drummond&Una McMahon-Beattie, 『Festival and Events Management, An international arts and culture perspective』, Butterworth-Heinemann, 2004
- Jon Pruett & Mike McGuirk, 『The Music Festival Guide』, A Cappella Books, 2004
- David M. Conte & Stephen Langley, 『Theatre Management, Producing and Managing the Performing Arts』, EntertainmentPro, 2007
- Ian Appleton, 『Buildings for the Performing Arts, A Design and Development Guide』, Architectural Press, 2008
- Steven Isserlis, 『Anthem Guide to the Opera, Concert Halls and Classical Music Venues of Europe』, Anthem Press, 2009
- Philippe Agid & Jean-Claude Tarondeau, 『The Management of Opera, An International Comparative Study』, palgrave macmillan, 2010

- Dame Kiri Te Kanawa, 『Great, Grand & Famous Opera Houses, where art and drama meet』, Arbon Publishing Pty Ltd. 2012
- Delaubier, Pecqueur, Levine, 『The Most Beautiful Opera Houses In The World』, Abrams. 2013
- Patricia Dewey Lambert & Robyn Williams, 『Performing Arts Center Management』, Routledge, 2017

### 해외 보고서

- Charity Commission for England and Wales(2019), 『Trustees' Annual Report 2018-2019 Waterperry Opera Festival』
- Destiantion NWS(2019), 『Destiantion NWS Annual Report 2018-2019』
- Festival d'Aix-en-Provence(2019), 『Annual Report 2019』
- Fondazione ARENA di VERONA(2020), 『Bilancio di Esercizio 2020』
- Fondazione ARENA di VERONA(2021), 『Bilancio di Esercizio 2021』
- Fondazione Festival Pucciniano(2019), 『Puccini festival Annual Report』
- Glayndebourne(2018), 『Annual Report 2018』
- Glayndebourne(2020), 『Annual Report 2020』
- Opera Australia(2019), 『Opera Australia Annual Report』
- Rossini Opera Festival(2020), 『Bilancio Sociale Anno 2020』
- Salzburger Festspiele(2019), 『STANDORT-REPORT 2017』
- WCCF(2020), 『Creating a Healthy Night-Time Economy』

### 참고 사이트

- 가나가와 예술극장, <https://www.kaat.jp/>
- 공연예술통합전산망, [www.kopis.or.kr](http://www.kopis.or.kr)
- 광저우 오페라하우스, <https://gzdly.org/>
- 글라인드본 오페라 페스티벌, <https://www.glyndebourne.com/>
- 대구오페라하우스, [www.daeguoperahouse.org](http://www.daeguoperahouse.org)
- 대한민국오페라페스티벌, [www.koreaoperafestival.com](http://www.koreaoperafestival.com)
- 로시니 오페라 페스티벌, <https://www.rossinioperafestival.it/en/>
- 마린스키 극장 연해주 무대, <http://mariinsky.ru/ru/>
- 마카오 문화센터, <https://www.ccm.gov.mo/>
- 바이로이트 페스티벌, <https://www.bayreuther-festspiele.de/>
- 베이징 국가대극원, <http://www.chncpa.org/>
- 부산국제무용제, [www.bidf.kr](http://www.bidf.kr)
- 부산국제연극제, [www.bipaf.org](http://www.bipaf.org)
- 부산국제합창제, [www.busanchoral.org](http://www.busanchoral.org)
- 부산마루국제음악제, [www.bmimf.co.kr](http://www.bmimf.co.kr)
- 브레겐츠 페스티벌, <https://bregenzfestspiele.com/de>
- 사이타마 예술극장, <https://www.saf.or.jp/arthall/>
- 상하이 동방아트센터, <http://en.shoac.com.cn/>

- 세계축제협회 한국지부(IFEA), [www.ifeakorea.com](http://www.ifeakorea.com)
- 세타가야 퍼블릭 시어터, <https://setagaya-pt.jp/en/>
- 시드니 한다 오페라 페스티벌, <https://opera.org.au/>
- 시즈오카 퍼포밍 아트센터, <http://spac.or.jp/>
- 신국립극장, <https://www.nntt.jac.go.jp/>
- 아레나 디 베로나, <https://www.arena.it/it>
- 엑상 프로방스 페스티벌, <https://festival-aix.com/en>
- 오랑주 페스티벌, <https://www.choregies.fr/>
- 워터페리 오페라 페스티벌, [www.waterperryoperafestival.co.uk](http://www.waterperryoperafestival.co.uk)
- 잘츠부르크 페스티벌, <https://www.salzburgerfestspiele.at/en/>
- 주하이 오페라하우스, <https://zhgrandtheater.polyt.cn/>
- 카오슝 국립 공연예술센터, <https://www.npac-weiwuying.org/>
- 기타큐슈 예술극장, <http://q-geki.jp/>
- 타이베이 국립극장, <https://npac-ntch.org/zh/>
- 타이베이 퍼포밍 아트센터, <https://www.tpac-taipei.org/en>
- 타이중 국립극장, <http://en.npac-ntt.org/>
- 푸치니 페스티벌, <https://www.puccinifestival.it>
- 하얼빈 오페라하우스, <https://www.hrbgtheatre.com>
- 한국기후환경네트워크, [www.kcen.kr](http://www.kcen.kr)
- 한국소극장오페라축제, <http://kopera.or.kr/Koreachamberopera>
- 홍콩 문화센터, <https://www.lcsd.gov.hk/tc/hkcc/index.html>
- 홍콩 웨스트 카오룽 문화지구 <https://www.westkwoon.hk>

### 참고 기사

- GuideME, 2018. 6. 1. [이상빈 교수와 함께 떠나는 프랑스 축제 문화] 오랑주 페스티벌  
[http://mguideme.com/bbs\\_detail.php?bbs\\_num=17&tb=board\\_festival\\_new2](http://mguideme.com/bbs_detail.php?bbs_num=17&tb=board_festival_new2)
- news1, 2022. 1. 4. 옹호만 유람선선착장 방치 장기화...부산 해양관광 '민낯'  
<https://www.news1.kr/articles/?4542978>
- 경남일보, 2020. 12. 4. 부산문화재단, 코로나19 극복 특별 대책 마련  
<http://www.gnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=437836>
- 공유허브, 2015. 8. 17. 대전 공유캠핑 페스티벌의 현장스케치를 전해드립니다  
[http://www.sharehub.kr/sharestory/news\\_view.do?storySeq=455](http://www.sharehub.kr/sharestory/news_view.do?storySeq=455)
- 매일경제, 2022. 6. 12. "도쿄 파리에서 본 수륙양용버스...올해 말엔 부산서도 탈 수 있을까"  
<https://www.mk.co.kr/news/society/10346632>
- 문화체육관광부, 2017. 4. 17. 봄 여행주간, 김광석 음악이 흐르는 시티투어 버스에 타보자  
[https://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16007](https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=16007)
- 문화체육관광부, 2020. 9. 9., '코로나 일상 속 지속 가능한 예술생태계를 만든다.'  
[https://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/press/pressView.jsp?pSeq=18275](https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=18275)

# 부록

1. 국·내외 축제 사례 조사
2. FGI 내용 정리



## 엑상 프로방스(Aix-En provence) 음악 축제

### 1. 개념

- 1948년부터 매년 여름 엑상프로방스 지역에서 매년 7월 개최되는 국제 음악 축제
- 주로 오페라를 중심으로 오케스트라, 성악 및 기악 독주 등 다양한 클래식 콘서트 프로그램들도 진행됨

### 2. 주요 역사

- 1948년: 지역의 한 백작부인이 엑상프로방스 대주교관 안뜰, 생소뵈 대성당에서 콘서트를 개최함. 그 외 엑상프로방스 도시 전역에서도 콘서트를 구성
- 1949년: 오페라 '돈 조반니'를 통해 축제 이름이 알려짐
- 1970~1980년대: 벨칸토 오페라와 성악 중심의 축제 추진, 80년대부터는 현대 오페라까지 레퍼토리를 확장하며 유명 작품과 초기 오페라 작품을 상연
- 1998년: 대주교 극장(Theatre de l'Archevêché)을 개조, 페스티벌의 핵심 공간으로 활용. 신작 오페라 상연

### 3. 엑상 프로방스 음악 축제의 특징

#### ① 주요 프로그램

- 7월을 기점으로 오페라, 콘서트, 공연 진행
- 축제가 개최되기 전 불업 행사로 '6월의 엑상 프로방스 축제' 연계 개최
  - 엑상프로방스 아카데미 수료자들의 공연
  - 당해 개최되는 축제의 공연과 관련된 영화 상영, 관련 공연 영상 상영

#### ② 엑상프로방스 페스티벌 아카데미(Académie du Festival Aix-en-Provence) 운영

- 1998년에 설립되었으며, 클래식 분야 젊은 예술가를 위한 교육, 실험적인 프로그램, 전문가 양성 등을 위한 교육센터
- 공연예술 분야 활동가 역량 강화 프로그램 추진: 해마다 성악가, 연주가, 무대감독, 극작가, 무대 디자이너 등 공연예술가들이 전세계 유명 오페라, 뮤지컬 극장 또는 실내악 및 창작 분야의 전문가와 대화할 수 있는 기회 마련
- 기획부터 실연에 이르기까지 공연예술 제작 과정에 실험적인 프로젝트를 장려하며 관련 도구 제공
- 교육센터 프로그램: 젊은 여성 오페라 제작자 대상 레지던시 운영, 음악감독 세션, 거장과의 만남, 성악보컬 수업 등

#### ③ 환경을 고려한 무대 디자인

- 2010년, 환경에 미치는 악영향 감소를 위한 지속 가능한 축제 개발
- 2014년, 무대 세트 제작 시 친환경적 요소 고려, 이후 해당 운동이 프랑스 내 확대

#### ④ 디지털 아카이빙

- 축제에 참여하는 공연자(청년, 청소년 포함), 감독과의 일대일 인터뷰 영상
- 공연 영상 아카이빙
- 실연 음악 파일 업로드

#### 4. 엑상프로방스 음악 축제 운영 분석(2019년 연차보고서 기준)

- **주관**: 오페라 발굴을 위한 축제 조직위원회(Festival's Department for Opera Discovery)
- **개요**: 관심을 고양시키는 여러 이벤트와 음악 컨퍼런스 등이 진행됨. 이러한 프로그램들은 협력 네트워크를 통해 지역에서 개최되며, 예술적인 행사들을 통합하는 축제의 역할을 강화하도록 도움
- **주요 프로그램**: 오페라 공연, 클래식 콘서트, 무료 오페라 영상 상영, 엑상 프로방스 페스티벌 아카데미 콘서트 투어 등<sup>1)</sup>
- **주요 실적**

주요 프로그램	6개 오페라 작품 30회 공연 / 클래식 콘서트 13회 / 게스트 오케스트라 연주 19회 예술가와의 1:1 대담 14회
엑상프로방스 아카데미	6월의 엑상프로방스 : 40회 공연 / 순회 콘서트 : 11회
참여/협력 단체	학교 : 85개 / 사회시설, 협회 : 87개 / 지방자치당국 : 50개
프로그램 참가자 수	3,970명
지역 상영 횟수	24개 교민, 28회 상영
국제 네트워크	10개 도시 <sup>2)</sup>
관람객 수 및 객석 점유율(본 축제 기준)	63,000명, 평균 92%
티켓판매 수익	360만 유로 <sup>3)</sup>
프랑스 및 해외 오페라 공연 상연	5,223명 관람

- **운영 인력**: 2019년 기준 참여 스태프 총 1,270명(평균 연령: 38세, 69% 여성, 31% 남성)

- 56명의 정규직(총괄, 아카데미·청소년 오케스트라·네트워크, 사무국, 행정, 후원, 기술팀)
- 694명의 시즈널, 일용직<sup>4)</sup>(로컬 채용)
- 430명의 합창, 오케스트라 예술가
- 90명의 아카데미 교사 및 예술가

#### - 사회적, 환경적 책임

- 2014년, 프랑스 환경 에너지 관리국의 후원을 받으며 환경 프로젝트 추진, '친환경 무대 세트 디자인을 위한 가이드' 발간
- 2019년 SRO(Social Responsibility of Organisations) 전략을 적용, ①친환경 무대 디자인 ②성평등 ③채용을 세 가지 메인 주제로 삼고, 모든 부서와 스태프를 아우르는 관리위원회와 테크니컬 위원회를 구성
- 2019년 무대 세트는 100% 친환경 제작. 해체한 무대세트는 지역 협력사들이 재활용

1) 리옹은행, 오랑주재단, 엑스-마르세이유-프로방스 메트로폴과 부쉬뒤혼 데빠르트망의 지원을 받음

2) 시카고, 베를린, 교토, 런던, 룩셈부르크, 모스크바, 파리, 필라델피아, 잘츠부르크, 부퍼탈

3) 한화 약 48억 2,000만원

#### \* 관람객 현황(2019년 기준)

- 49.1%(레지옹 쉬드, 프로방스-알프-코트다쥐르), 33.2%(프랑스 내 다른 지역), 17.3%(9.5%의 유럽민들을 포함한 외국인), 0.4%(미상)

#### \* 티켓 판매 분석

- 34.3%(55유로 이하) ○ 21.6%(56유로~120유로) ○ 25.2%(121~200유로) ○ 18.9%(201~290유로)

4) 실황 공연의 노하우와 전문성을 지원하기 위해, 연중 진행되는 견습생, 인턴십, 워크샵 제도 등을 통해 참여 스태프들을 위한 직업훈련 및 교육 동시 실시

- **축제 예산**: 2019년 기준 22,035,000유로(한화 약 295억 원, 전년대비 3.7% 증가)

① 2019년 수익 분석

- 고정 수익: 48%(10,644,000유로, 한화 약 144억원)<sup>5)</sup>
- 공동제작 수익: 7% (1,475,000유로)
- 티켓판매 수익(오페라, 콘서트): 16% 3,595,000유로
- 후원: 21% 1,556,000유로
- 기타 수익(투어, 오디오 등): 7% 1,556,000유로
- 네트워크 수익(ENOA, MEDINEA): 1% 225,000유로

② 2019 지출 분석

- 고정지출비: 27%(5,875,000유로)
- 아티스트, 투어 비용: 44% 9,673,000유로
- 운영 비용(기술관련 지출비, 언론홍보 등): 28% 6,262,000유로
- 네트워크 비용(ENOA, MEDINEA): 1% 225,000유로

5) 보조금(주정부 및 공적 자금) 8,654,000유로(전체 예산의 39%), 파시노(파르투슈 그룹 소유의 카지노) 1,540,000유로, 장비 보조금 환입 및 기타 수익 450,000유로

## 오랑주 페스티벌(코헤지 도랑주, Chorégie d'Orange)

### 1. 축제 개요

#### 1) 역사

- 1869년, 오랑주 시민 3명(안토니우스 레알, 펠릭스 리퍼트, 알퐁스 베르나르)이 '로망 페스티벌'을 조직. 해당 행사는 매년 여름, 고대 극장(Antique Theatre, 오랑주 원형극장)이 기존의 기능을 되찾고, 여러 야외 이벤트를 개최 하면서 지속되어 옴
- 기존엔 수년 동안 발레, 연극(비극), 코미디 중심의 축제였으며, 각 예술장르의 권위있는 아티스트들이 참여
- 1972년부터 오페라를 중심으로 개최되기 시작, 다수의 콘서트와 낭송회가 진행됨

#### 2) 기타 정보

- **개최 시기**: 매년 7월 ~ 8월초
- **축제명 의미**: 현재 원어표기는 'Chorégie d'Orange'(오랑주의 합창 정도로 번역 가능)임. Chorégie는 그리스어를 번역한 것으로, '작품'을 의미. 19세기 말부터 고대 극장(Antique Theatre)에서 열린 모든 종류의 축제에서 합창단이나 합창 등이 포함된 공연을 나타내기 위해 1971년부터 'Chorégie(코헤지)'라는 총칭 사용 중 (※오랑주 원형극장은 1981년 유네스코세계문화유산으로 지정되었으며, 축제는 2019년 150주년을 맞이)

### 2. 청소년 대상 문화향유 어플리케이션 'E-PASS JEUNE' 활용

- **'E-PASS JEUNE'**: 프랑스 정부가 프랑스 영토 내에 살고 있는 15세~18세 청소년 대상으로, 문화예술교육 차원에서 제작한 어플리케이션
- 사용자 위치 중심의 문화예술 관련 축제, 행사, 기관 등의 정보를 확인할 수 있으며, 프로그램 예매 또한 가능  
※ 제공하는 문화예술 관련 정보는 음악, 공연, 극장, 라디오, 영화, 만화, 소설, 잡지 구독, 문화예술 강좌 수강 등 그 장르가 다양

### 3. 예산(2018년 기준)<sup>6)</sup>

- 1년 총예산은 6백만 유로에 육박, 적자는 150만 유로 정도임
- 심각한 재정난을 겪다, 프로방스알프코트다쥐르(Paca) 레지옹, 보클뤼즈(Vaucluse) 데파르트망, 오랑주 시가 SPL (Société Publique Locale, 현지 공기업에 해당)사를 설립 후 부족한 예산을 축제에 지원함
- SPL의 지분은 레지옹이 51%, 오랑주 시가 33%, 데파르트망이 16%를 소유. 그러나 SPL은 프로그램에 관여하지 않는다는 것이 특징임. 즉, 예산을 지원하지만 프로그램 구성 및 축제 기획관련 권한은 축제 조직위원회에 있음
- 축제 수입의 80%는 티켓 판매를 통해 이루어지고 있어, 오랑주 페스티벌 재정 자립도는 높음.(나머지 20%는 국가와 지자체가 지원)
- 평균적으로 오랑주 페스티벌의 예산 15% 정도는 외부 자원으로 이루어지고 있음. 엑상프로방스와 아비뇽 축제가 예산의 45%를 외부에서 충당하고 있는 것에 비하면, 이 축제의 호응도가 매우 높다는 것을 의미함

#### \* 2021 코로나19 대응 방안

- 프랑스 정부 주도의 '백신 패스' 기준에 맞추어 운영 시도
- 경기장, 축제, 공연, 콘서트, 박람회, 전시회 등 50명 이상 군집 장소에서는 필수로 운영
- 백신패스를 지참하지 않거나 유효기간이 적절하지 않을 경우 관람 및 환불 불가
- 코비드19에 감염 경력이 있거나(단, 회복 확인증 필요), 1차 혹은 2차 접종 후 백신에 따라 1~4주가 지나 면역 반응이 있는 사람은 축제에 참여, 관람 가능. 또는 48시간 이내의 PCR 검사 음성 결과 지참 필수.
- 프랑스 미거주 관객은 유럽이 제시하는 기준을 충족하는 공식 문서를 발급받아야 함



6) 출처: [이상빈 교수와 함께 떠나는 프랑스 축제 문화] 오랑주 페스티벌, 월간 페스티벌을 매거진, 2018.06.01, [http://festivalall.net/bbs\\_detail.php?bbs\\_num=17&id=&tb=board\\_festival\\_new2&pg=6](http://festivalall.net/bbs_detail.php?bbs_num=17&id=&tb=board_festival_new2&pg=6)



## 워터페리 오페라 페스티벌(Waterperry Opera Festival)

### 1. 개념

-대중의 예술적 취향, 오페라, 음악 및 관련 예술에 대한 감상 및 참여를 개선하기 위해 옥스퍼드셔 주의 워터페리 하우스 & 정원에서 열리는 야외 오페라 축제

#### \* 옥스퍼드셔 주 도시 특징

- 영국 잉글랜드 남동부에 위치, 인구는 2014년 기준, 약 65만 5천명
- 교육과 관광업이 중심이며, 모터스포츠 기업 및 시설이 집중된 지역

#### \* 워터페리

- 옥스퍼드셔 주 동쪽에 위치. 마을 내 인구는 매우 적어, 워터스톡 데이터와 병합됨
- 워터페리하우스 : 17세기 저택. 1971년까지 원예학교가 운영되었으나, 1971년부터는 원예 사업장이자, 관광객들이 방문하는 8에이커 크기(약 9,800평)의 정원을 가진 '워터페리 가든'으로 이용되고 있음.



### 2. 워터페리 오페라 페스티벌의 목적<sup>7)</sup>

- ① 접근가능한 일을 하는 것
  - 영어 오페라 제작
  - 학생들을 위한 저가 티켓 제공, 장애인 관람 등을 포함한 모든 대중의 티켓 접근성 향상
- ② 사회적 기여
  - 현대 사회 문제와 인간과 관련된 시대를 초월한 주제 활용
- ③ 공연자와 관람자 간 거리 해소
  - 몰입형 공연 제작, 참여형 이벤트 진행, 관객과의 대화를 통한 창작과정 오픈, 마스터 클래스 및 워크숍 운영
- ④ 다양한 아티스트 커뮤니티 지원
  - 경력이 다른 예술가들의 커뮤니티를 선택하고 개발, 그들 중 일부를 축제의 "영 아티스트 프로그램"을 통해 교육

### 3. 주요 역사

- 2018년 첫 회 개최(운영기간: 3일)
- 2019년 4일간의 축제 기간 동안 1,110명 이상 참여
- 2020년: 오페라 영화 제작 및 무료 스트리밍 진행
- 2022년: 8월 12일~8월 20일, 9일간 개최

※ 4년의 기간 동안 총 6,500명 이상이 참가, 18개 작품 제작. 전국 순회 공연으로 뉴베리 스프링 페스티벌, 리치필드 페스티벌 등에 참가.

7) 워터페리 오페라 페스티벌 공식 홈페이지(<https://www.waterperryoperafestival.co.uk/>)

4. 축제 특징 <공연 외 주요 프로그램>

\* 스프링 웨비나(Spring Webinars)

- 4월부터 축제가 개최되는 8월 이전까지 총 4회의 오페라 웨비나를 진행함. (19시부터 약 45분간)  
메일을 통해 신청해야 참여가 가능함
- 4. 19: 2022년 투어를 준비하는 과정 일부를 엿볼 수 있음
- 5. 17: 워터페리 오페라 페스티벌 내 원형경기장 공연 프로그램 제작 과정에 관한 웨비나
- 6. 7: '피가로의 결혼'을 현대화하는 과정
- 6. 28: 2022년 컨셉 미리 엿보기(서포터즈 전용 웨비나). 공연 컨셉, 제작 디자인 등을 공유하는 자리

\* 젊은 예술가 프로그램(Young Artist Programme)

- 현대 오페라 연습, 협업적 연극 제작과 관련된 멘토링과 훈련 프로그램 제공
- 축제와 관련된 스태프, 실무자 및 공연 실연 아티스트들의 코칭을 통해 교육을 받음

\* Young Artist Gala

- 워터페리 오페라 축제에서 운영되는 젊은 예술가 프로그램에 참여한 예술가를 바탕으로 운영되는 갈라 콘서트
- 젊은 예술가 제작, 감독, 공연에 참여하는 오페라의 아리아와 앙상블로 구성된 갈라 콘서트를 개최
- 2022년에는 8월 14일에 개최되며, 야외에서 개최되는 동 프로그램의 입장권은 모두 무료이며, 예약제로 운영

\* 페스티벌 다이닝

- 오페라 바구니 판매: 2인 간단 식사. 고기, 채식주의자, 비건 등 총 3가지 피크닉 바구니 판매
- 워터페리 오페라 식당 운영: 야외 좌석과 테이블이 갖춰진 식사 공간. 예약시 공연일 당일 식사와 공연관람 동시 가능



5. 운영 분석<sup>8)</sup>

\* 주관: 워터페리 오페라 페스티벌

\* 운영 인력: 총 9명의 실무진(예술감독 겸 CEO, 음악감독, 젊은 예술가 프로그램 국장, 마케팅&언론 부장, 예술 행정, 페스티벌 프로덕션 매니저, 레지던시 매니저, 관객 운영 매니저), 7명의 이사회로 구성. 그 외 현장 인력은 자원봉사자 모집

\* 예산 분석: 2019년 최종 페스티벌 운영 예산은 138.5k 파운드(한화 약 2억 2천만원)

- 재정적자 및 예산 부족 상황을 겪고 있으나, 후원과 모금활동을 지속적으로 추진 중

① 소득 - £183,251(2억 9천만원) · 기부금 - £73.3k      · 자선 활동 - £57.7k · 기타 거래 활동 - £6.2k      · 현물 지원 평가 - £44.8k · 이자 적립금 - £1.2k	② 지출 - £183,683(2억 9천3백만원) · 모금 기금 - £5.5k      · 자선 활동 - £118.8k · 기타 거래/주식 - £5.1k      · 핵심 지원 비용 - £9.5k · 현물 지원 평가 - £44.8k
③ 순이익 2018/2019 - £432(약 70만원) · 회계기준에 따라, 위 수치는 지불 가능한 약정 금액에 대한 미지급금과 주식 가치 평가의 영향을 포함함	④ 현금 잔고 - 2019년 10월 31일 기준 · 요크셔 은행에서 보유한 현금 잔고 2805.08파운드 (약 450만원)

8) 워터페리 오페라 페스티벌 연간 리포트(2019) 참고

## 뮌헨 오페레타 페스티벌(Seefestspiele Mörbisch)

### \* 특징요약

- 공연예술축제를 통한 2,200명 인구의 소도시 명소화 성공
- 대형 무대의 고른 공연 음질을 제공하는 음향 기술을 객석에 적용
- 뮌헨 지역 내 문화기관 자체 사업 운영 총 매출의 70%를 차지

### 1. 개요

- **개최위치**: 오스트리아 부르크엔란트(Burgenland) 주 북부, 헝가리와 인접한 노이지들 호수
- **공간규모**: 1957년 1,500석, 1959년 3,000석을 거쳐 최근 6,200석 규모로 확대
- **무대규모**: 3,600㎡의 수변 무대
- **최초 개최시기**: 1957년
- **주관**: 뮌헨호수축제유한책임회사

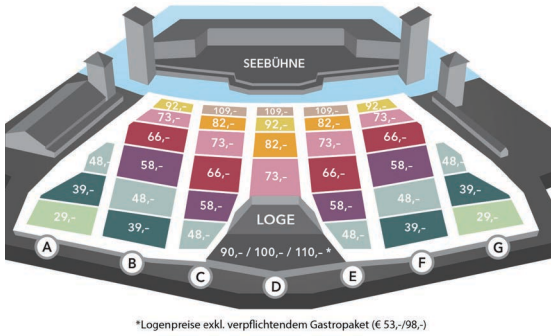


(좌)2015년 베니스의 밤, (우)2021년 웨스트 사이드 스토리<sup>9)</sup>

### 2. 주요 특징

- **도시규모**: 28.5km<sup>2</sup> 면적에 전체 인구 약 2,200명의 소도시
- **추진배경**: 부르크엔란트 지역 관광 개발을 위한 지역사회공동체의 노력으로 1956년, 오스트리아 국립 관광청과 함께 “밤과 호수 축제(Night and Lake Festival)”을 개최한 것이 그 시초. 1957년 7월 6일, 현재의 뮌헨호수 오페레타 페스티벌 첫 개최
- **추진시기**: 매년 7~8월, 1달 간 개최(매주 목, 금, 토 20:30)
- **축제구성**: 오페레타, 클래식 음악, 뮤지컬 등 공연예술 작품 ※공연회수: 1957년 총 6회에서 오늘날 약 30회 정도 진행
- **티켓가격**: 48유로~150유로(미식석, 쌍안경 제공, 기념품 제공, 식전주 제공, 담여대여 등에 따른 티켓가차등, 휠체어 사용자와 동반 1인은 티켓 50% 할인)
- **공간 배치**: 배리어프리(전 층 경사로, 엘리베이터 설치. B, F동 2, 3열, C, E블럭 1열 휠체어 공간 마련)
- **관람객**: 매년 평균 약 150,000명

9) 출처: 뮌헨호수 오페레타 페스티벌 공식 홈페이지



<뮌헨 오페라 축제 좌석 배치도>



<뮌헨 축제장 (출처: 위키미디어, 촬영: Dr. Alexander Russy)>

- 부대 프로그램(2022년 기준)

- ① 보트 투어 및 미식(1인당 가격 84유로, 2시간 소요 / 공연 티켓 가격 미포함)
- ② 대중가요 콘서트: 앤드류 가발리에(오스트리아 대중가수) 공연
- ③ 방송 연계: '노이지들 호수의 별밤', 6월 3~4일 양일간 부르크엔란트에서 가장 큰 라이브음악 TV쇼 진행
- ④ 지역예술인 참여: 부르크엔란트 음악가, 오스트리아 금관악단협회 등이 참여하는 합주 공연
- ⑤ 밀리터리 뮤직 페스티벌: 240여명의 군악대 공연

3. 추진효과

- ① 지역경제 활성화<sup>10)</sup>
  - 2015년~2019년 기간 동안 부르크엔란트 주 내 문화 기관은 자체 사업 운영을 통해 총 약 2,935만 유로(한화 약 398억 2,500만 원)의 판매 수익을 창출. 이 중 축제가 약 79%, 문화센터가 약 18%, 주립 박물관이 약 2%, 오렌지 농장이 약 1%를 차지
  - 그 중에서도 뮌헨 오페라 축제의 매출액은 약 2,046만 유로(한화 약 277억 6,217만 원)로, 문화기관 자체사업 운영 총 매출의 70%를 차지하며 가장 높은 매출 점유율을 보임(1년 평균 매출액: 약 55억 원)
- ② 음향 기술 개발 및 적용
  - 대형 무대 크기에 관계없이 어느 곳에서든 청취를 하더라도 고른 음질의 공연을 관람할 수 있는 사운드 기술을 객석에 적용하고 있음(Fraunhofer Institute for Digital Media Technology사 기술 적용)
- ③ 미래 관객 개발: 아이들을 위한 1시간짜리 오페라로 각색, 공연
- ④ 고용 창출(2022년 기준): 무대제작 등 참여자 총 200여명

10) 부르크엔란트 주 문화기관 감사보고서(Prüfungsbericht, Säule Kultur der Landesholding Burgenland 01/2015 bis 11/2019)

## 스위스 툰 호수 축제(Thunerseespiele)

- \* **특징요약** - 축제 초기에는 국가 후원금으로 축제 운영 후 재정자립도 향상 위해 티켓으로 자금 조달 노력  
- 최대 공연 횟수 제한으로 인한 재정난으로 툰 시의 지속적인 축제 운영 보조금 지원

### 1. 개요

- **개최위치**: 스위스 베른주에 위치한 도시 툰(Thun) 내 아이거, 뮌히, 융프라우 산봉우리로 둘러싸인 툰 호수



<스위스 툰 호 (출처: 위키피디아)>

- **공간규모**: 2,700석
- **무대규모**: 4,500m<sup>2</sup>의 수변 무대
- **최초 개최시기**: 2003년
- **주관**: Thunerseespiele AG에서 주관하다 2019년부터 Freddy Burger Management가 인수



(좌)2018년 맘마미아, (우)2019년 나는 뉴욕에 가본 적이 없어<sup>11)</sup>

### 2. 주요 특징

- **도시규모**: 21.6km<sup>2</sup> 면적에 전체 인구 약 45,000명
- **추진배경**: 브레겐츠 페스티벌을 보고 영감을 얻은 스위스 예술인 2명이 스위스 지역에서도 지역민 및 관광객을 위한 공연예술 축제를 기획, 음악, 자연, 미식에 중점을 두고 초기자본으로 국가 후원금을 유치하여 2003년 '에비타'로 막을 올림. 앙상블은 아마추어 배우들로 구성하고 주요 배역만 전문 뮤지컬 배우로 구성하였으며, 2004년에는 툰호수축제 합창단을 창단하여 지역 예술인이 활동할 수 있는 구조를 마련
- **추진시기**: 매년 7~8월, 약 1개월 간
- **축제구성**: 전세계 유명 뮤지컬 및 자체 제작 작품 공연(인터미션 포함 2시간 30분)
- **티켓가격**: 39.20프랑(5만 2천원)~79.90프랑(10만 7천원) / 백스테이지투어 10.60프랑(1만 5천원)  
학생, 대학생 대상 티켓 할인 (38스위스 프랑(한화 약 5만원), 공연 당일 예약)

11) 출처: 스위스 툰 호수 축제 공식 홈페이지



- 부대 프로그램(2022년 기준)

① 미식 참여 프로그램

- 크게 브런치(오전), 디너(뮤지컬 공연 전), 나이트(뮤지컬 공연 종료 후바(bar)운영) 3가지 시간대로 나뉨
- 가격대 : 15 CHF ~ 98 CHF(한화 약 2만원~13만원)

② 백스테이지 투어

- 일반인 대상의 백스테이지 투어 외에 장애인 대상의 '촉각 백스테이지 투어' 운영. 소품, 의상 등을 직접 만져보며 무대를 체험

③ 싱어롱 마티네 프로그램 - 당해년도 작품의 공연곡을 관객과 함께 따라부를 수 있는 오전 프로그램

④ 학교 투어 공연을 통한 미래관객 대상 공연예술 체험 서비스 제공

- **관람객**: 매년 평균 약 70,000명, 2018년 기준 누적 관람객 약 850,000명

3. 추진효과

① 지역경제 활성화<sup>12)</sup>

- 2009년 베른대학교 레저 관광연구소에 따르면, 2008년 7월 15일부터 8월 30일까지 진행된 툰 호수 축제(“West Side Story”, 70,000명 관람객 기록)를 분석한 결과, 총 30회 공연 중 객석점유율은 97%에 달했으며, 관람객의 40.5%는 베른 주가 아닌 타 지역에서 온 것으로 분석됨
- 한편, 스위스 전역에서 이벤트 관련 매출은 약 2,400만 스위스 프랑(한화 약 319억)에 달한 것으로 나타남. 이는 1,100만 스위스 프랑(한화 약 146억 2,000만 원) 이상의 경제적 부가가치가 창출된 것이며, Espace Mittelland 지역에서만 121개의 정규직 일자리가 생성된 것으로 조사됨
- 또한 툰 호수 축제 방문자 1인당 평균 지출은 168 스위스 프랑(한화 약 22만 원)인 것으로 나타났으며, 뮤지컬을 본 사람들의 경우 130 스위스 프랑(한화 약 17만원)이었음

② 지역 언어(방언) 활용

- 노부인의 방문(2013), io senza te(2022) 작품의 경우 스위스 지역 방언을 활용한 뮤지컬 공연을 제작함으로써 지역 언어를 기록하고 살리는 효과

\* 최대 공연 횟수 제한과 재정난 해소를 위한 노력

- 2005년 소송으로 인한 지역 주민과의 마찰로 인해 최대 공연 횟수 제한 항목 삽입한 계약을 추진, 오늘날에도 이어지고 있음
- 지역주민과의 문제 해결에 타협점을 찾았지만, 이 점이 축제의 중요 요소였던 요식업(Gastronomy) 소득 부족과 축제 수입 부족으로 이어져 재정에 위험을 초래하기도 함<sup>13)</sup>
- 2019년 1월 1일부로 FBMS사에 인수되었으며, 대부분 티켓 판매를 통해 자체 자금을 조달하고 있으나 작품 제작에 대한 후원이 없어 공공 부문의 재정 지원이 필요한 상황

\* 툰 시 지원금 계약<sup>14)</sup>

- 2009년까지 툰 시의 지원은 연간 CHF 90,000에서 CHF 110,000 사이(한화 약 1억 2천만원~1억 4,600만원). 2010년부터 Thun시는 Thunerseespiele AG가 매년 정기적으로 일정 금액을 CHF 150,000로(한화 약 2억) 호수 무대에서 야외 음악 공연을 할 수 있도록 지원 중. 이 금액은 CHF 90,000의 현금 기부와 CHF 60,000 상당의 서비스로 구성됨
- 2016년 다년 계약은 2019년에 만료되어, 2018년 5월 1일자 서한에서 Thunerseespiele AG는 툰 시에 기존 계약과 부지 허가를 2020년에서 2024년까지 동일한 조건으로 연장할 것을 요청하고, 확정받음

12) <https://www.handelszeitung.ch/unternehmen/wertschoepfung-von-11-millionen-franken>

13) <https://www.thunertagblatt.ch/region/thun/15-jahre-voller-hoehen-und-einigen-tiefen/story/29321633>

14) Leistungsvertrag Stadt Thun und Thunerseespiele AG für die Jahre 2020 bis 2024(툰시-툰호수축제 간 2020-2024년 계약)

## 아레나 디 베로나 오페라 축제(Arena di Verona Opera Festival)

### 1. 개념

- 로미오와 줄리엣의 배경으로 알려진 이탈리아 베로나에서 매년 6월 중순부터 8월 말까지 열리는 여름 야외 오페라 축제
- 3만 명 이상의 관객을 수용할 수 있는 고대 로마 원형극장인 아레나 디 베로나를 무대로 사용함

### 2. 주요 역사

- 1913년: 베로나 출신 테너 조반니 제나텔로(Giovanni Zenatello)와 극장 기획자 오토네 로바토(Ottone Rovato)가 베르디 탄생 100주년을 기념하여 오페라 '아이다'를 아레나 디 베로나에서 올리며 처음으로 야외 오페라 공연 시작됨
- 1936년: 여러 곳의 단체에서 돌아가며 오페라 축제를 주관하다가 1936년 상설 자치기구인 '아레나 디 베로나 오페라 협회(Ente Autonomo Spettacoli Lirici Arena di Verona)' 후원 하에 축제 조직됨
- 1996년과 1998년: 문화예술 관련 법률이 제정되면서 자치 조직이 사실 재단으로 바뀌었고, 현재의 아레나 디 베로나 재단(Fondazione Arena di Verona)으로 명칭 변경됨

### 3. 예산

- 2017년 길리아노 폴로 총감독의 인터뷰에 따르면 한해 예산은 평균 4000만 유로(약 540억 원)
  - 예산의 33%는 정부와 시 지원금이고, 나머지가 후원금<sup>15)</sup>
  - 티켓 수익의 비중이 50% 정도로, 홍보를 중시해 연 100만 유로(약 13억 원)를 홍보예산에 책정함

### 4. 아레나 디 베로나 오페라 축제의 특징

#### \* 고대 로마 원형 경기장 활용한 무대

- 원형경기장의 1/4은 무대로 사용하고 나머지 3/4은 객석으로 사용함. 1회 공연에 약 2만 명이 관람할 수 있음
- 베로나 야외극장의 자연 음향은 최고 수준을 자랑해 공연에서 성악가와 오케스트라가 마이크를 사용하지 않는 것이 특색임
- 다만, 악천후로 인해 공연이 중단될 위험이 있음. 재단은 2007년부터 공연을 시작하지 못한 경우에만 전액을 반환하는 상환 정책을 시행해, 티켓 반환으로 인한 책임으로부터 스스로를 보호하고 있음<sup>16)</sup>

#### \* 레퍼토리 시스템<sup>17)</sup>

- 다른 대규모 오페라 축제와 달리 축제 기간 중 매일 저녁 다른 작품이 공연됨. 이를 위해 매일 밤 공연이 끝나면 철야 작업을 해서라도 무대 세트를 교체함
- 다양한 오페라 공연을 보기 위해 축제를 찾아오도록 유도함으로써 관객 점유율을 높임

#### \* 무대세트 및 의상 등 재활용

- 이탈리아 오페라 극장들은 무대세트 및 소품, 의상을 체계적으로 잘 관리함. 기존의 것 재사용함으로써 제작비 절감하거나 해외의 다른 극장에 소품 대여해줌

15) <http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0500&key=20171002.22024008830>

16) 악천후로 인한 티켓 상환 위험에 대한 특정 보험 정책(연간 700,000유로 한화 약 9억 4306만원)

17) 김남숙(2011), 「축제를 통한 용인시 도시브랜드 구축에 관한 연구」, 단국대학교 경영대학원 석사학위논문.

**\* 초호화 캐스팅 및 스타 등용문 역할**

- 세계적인 수준의 성악가와 지휘자, 오케스트라, 연출가를 섭외함, 유망한 신인들을 발굴하여 세계적인 스타로 발돋움하게 함
- 마리아 칼라스(Maria Callas, 1923-1977), 디 스테파노(Giuseppe Di Stefano, 1921-2008), 티토 고비(Tito Gobbi, 1915-1984), 프랑코 코렐리(Franco Corelli, 1921-2003), 마리오 델 모나코(Mario del Monaco, 1915-1982) 등 20세기 전반기의 전설적인 가수들에서부터 도밍고와 파바로티(Luciano Pavarotti, 1935-2007)에 이르기까지 수많은 명가수들이 출연

**\* 관객과 함께하는 축제**

- 아레나 디 베로나 오페라 축제를 대표하는 광경 중 하나는 공연이 시작되기 직전 관객들이 준비해온 촛불을 들고 지휘자와 공연자에게 경의를 표하는 시간임

**5. 아레나 디 베로나 오페라 축제 운영 분석(2019년 연차보고서 기준)**

**\* 주관** : 아레나 디 베로나 재단

**\* 주요 프로그램** : 5편의 오페라(라 트라비아타, 아이다, 일 트로바토레, 카르멘, 토스카), 3개의 특별 이벤트(로베르토 볼레와 친구들, 플라시도 도밍고 50주년 기념의 밤, 카르미나 부라나)

**\* 주요 실적** - 페스티벌 관객 : 426,842명 / 티켓 판매 수익 : 24,261,814 유로(한화 약 333억 9871만 원)

**\* 운영 인력**

- **조직구성** : 이사회(Board of Directors), 회계감사부서(College of Auditors), 관리부서(Management)가 있고, 그 아래로 예술제작부서(Artistic Department), 행정부서(Administration Department), 영업부서(Communication and Sales Department), 기술부서(Technical Department)가 있다. 이 조직구성에서 주목할 점은 회계감사부서가 이사회와 거의 대등한 상위위치에서 하위부서를 지배한다는 것이다. 이러한 시스템은 운용자금의 규모가 큰 페스티벌이 투명하게 운영될 수 있게 도와줌
- **시즌 평균 1,260명** : 가수 80명, 오케스트라 교수 160명, 합창단 예술가 158명, 마이너 합창단 예술가 32명, 협연 마스터 15명, 무용수 54명, 마임과 곡예사 30명, 엑스트라 200명, 어린이 엑스트라 25명, 무대 연출 스태프 5명, 4명 조감독, 무대기술자 70명, 전기기사 22명, 재봉사 및 양장사 60명, 의상실 4명, 메이크업 아티스트 및 미용사 23명, 세트 건설 노동자 48명, 유지보수 기술자 10명, 12명, 관리 직원 60명<sup>18)</sup>

**6. 마케팅**

**\* 관광 마케팅<sup>19)</sup>**

- 베로나는 고대 로마시대부터 19세기에 이르기까지의 건축물과 기념비 등 많은 관광자원을 갖고 있음. 또한 셰익스피어의 작품 ‘로미오와 줄리엣’의 배경이었던 곳에 ‘줄리엣의 집’을 만들어 관광자원화 함
- 이러한 관광자원을 베로나 오페라 페스티벌과 연계된 상품으로 만들어 유럽 각지의 신문과 방송에 베로나 오페라 페스티벌 관광 패키지 상품을 홍보함<sup>20)</sup>

18) 아레나 디 베로나 재단 홈페이지 참조(<https://www.arena.it/it/arena-di-verona/chi-siamo>)

19) 오윤균(2011), 「도시가치 창출을 위한 장소브랜딩 전략 방안 -호반(湖畔)도시를 중심으로 -」, 홍익대학교 대학원 박사학위 논문

20) 2019년 연차보고서에 따르면 2018년 베로나의 관광객은 1800만명이며, 그중 약 76%가 외국임임. 이러한 흐름은 축제의 관객 풀에 외국인 관광객이 많음을 시사함. 실제로 2008년 통계조사에 따르면 오페라 페스티벌 관객의 59%는 이탈리아 관객, 41%는 외국인. 이러한 외국인 관광객 관객 풀을 반영하여 Fondazione Arena는 20년 이상 동안 주요 국제 관광 박람회 참여하고 관광 부문의 여행사와 언론을 대상으로 하는 판촉 행사 조직을 통해 전 세계에서 판촉 활동을 수행해 왔음



## \* 타겟 마케팅

-인터넷으로 티켓을 구매해 오페라 관람한 손님은 재방문할 확률이 있다고 보아, 매년 공연 6개월 전에 다가올 축제에 대한 자료를 우편으로 보내줌. 이를 위해 오페라 축제 티켓 구매 시 주소까지 꼭 적도록 하고 있음 (→ 확실한 타겟 마케팅)

## \* 티켓 마케팅

-아레나 디 베로나 페스티벌의 티켓은 가장 고가인 Poltronissima Platinum석(300유로, 한화 약 404,000원)부터 가장 저렴한 6° settore Gradinata numerata석(35유로, 한화 약 47,100원)까지 총 11개에 이르는 가격별 선택권 있음<sup>21)</sup>

-아레나 디 베로나 페스티벌의 티켓은 국내의 고가 공연 티켓에 비해 가격이 합리적이며, 좌석의 비율 또한 비싼 티켓에 편중되지 않음

21) 2022년 6월 18일 아레나에서 공연 예정인 오페라 「아이다」 기준. 아레나 디 베로나 페스티벌 2022 홈페이지 참고 (<https://www.arena.it/it/arena-di-verona/mappa-posti-prezzi-biglietti-arena-verona>)

## 한다 시드니 오페라 축제 (Handa Opera on Sydney Harbour)

**\* 특징요약**

- ‘한다 하루히사(Handa Haruhisa)’<sup>22)</sup> 개인 후원을 통한 네이밍 스폰서 대표 사례
- 오페라 관객 확대를 위한 새로운 형식의 야외 오페라 기획이 그 시초
- 미래관객 개발을 위한 다각도의 시도 추진

### 1. 개요

- **개최위치**: 호주 뉴사우스웨일스 주 내 시드니 오페라하우스 인근 수변무대
- **공간규모**: 3,000석 규모
- **무대규모**: 예술인 평균 70명, 오케스트라단 40명 수용 가능
- **최초 개최시기**: 2012년
- **주관**: 오페라 오스트레일리아(Opera Australia)

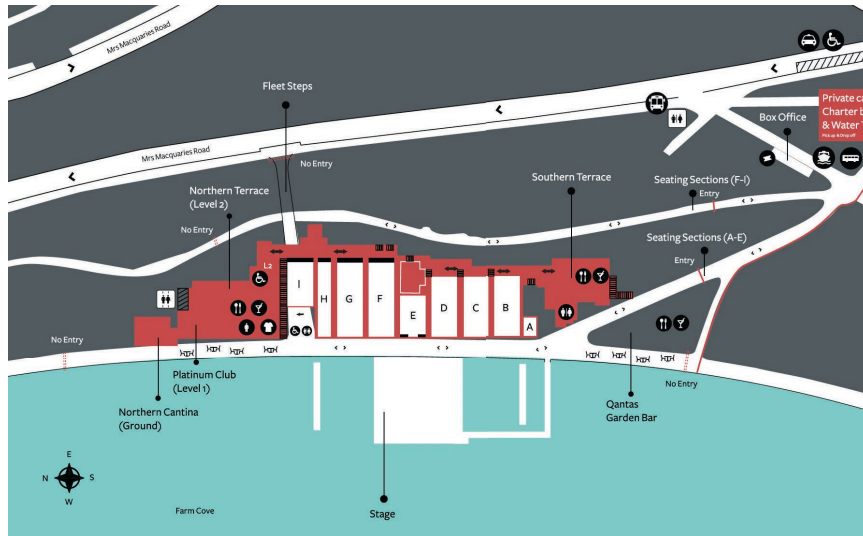


(좌)2018년 라보엠, (우)2022년 오페라의 유령

### 2. 주요 특징

- **도시규모**: 12,367km<sup>2</sup> 면적에 인구 약 510만 명
- **추진배경**: 2011년 Peggy Glanvill-Hicks Address 포럼에서 호주 오페라 기관장 Terracini는 세계적으로 오페라 제작사, 오케스트라단의 재정난 및 인기 감소라는 문제를 돌파하기 위해 새로운 형식으로 청중들이 오페라를 접근할 수 있도록 ‘한다 오페라 축제(Handa Opera on Sydney Harbour)’를 기획
- **추진시기**: 매년 3~4월 부활절 전후 약 3주간
- **축제구성**: 1개 작품(오페라, 뮤지컬/부대 프로그램 없음), 인터미션 포함 2시간 40분
- **운영형태**: Opera Australia 주관, 시드니 오페라하우스, 관계 공공기관과의 협력
- **티켓가격**: 99달러~389달러(미식, 와인 테이스팅, 좌석 위치 등에 따른 가격 차등)
- **공간 배치**: 수변인근 - 수변무대 및 객석 설치·운영 / 접근공간 - 셔틀버스·수상택시 정류장
- **관람객**: 65,000명(2019년 기준), 8년 누적 약 40만명

22) 1951년 일본생. 성악을 전공하여 서호주 공연예술 아카데미(WAAPA)에서 창작 예술 석사 학위 취득, 중국 칭화대 예술 디자인 아카데미에서 문학 박사 학위 취득. 기업가이자 예술가. 일본에서도 스포츠, 문화예술활동 지원 및 재단을 설립, 캄보디아에서는 대학을 설립하여 총장직 역임. (출처: ①<https://ifac-global.org/dr-haruhisa-handa>, ②골프신문, [방민준의 골프세상] 호주·뉴질랜드 골프의 '한다 신화'<http://golfhankook.hankooki.com/news/articleView.html?idxno=10219200>)



<2018년 한다 오페라 축제 사이트 맵(출처: OA)>

### 3. 개념 및 주요 역사

- 2011년 Peggy Glanvill-Hicks Address<sup>23)</sup> 포럼에서 Terracini는 다음과 같이 연설을 함

"Opera Australia(이하 OA, 한국어로 번역시 호주국립오페라단)는 세계적으로 오페라 제작사와 오케스트라단은 재정난, 인기 감소 등의 영향으로 변화를 추구하지 않으면 살아남을 수 없겠다는 생각으로 어떠한 비평과 비난을 받더라도 새로운 형식으로 청중들에게 다가가도록 '한다 오페라(Handa Opera on Sydney Harbour)' 기획했다."

- 2012년, 하루히사 한다(Haruhisa Handa)와 Destination NSW의 후원을 통해, OA는 3주간 오페라로 채워진 "시드니 하버 한다 오페라"를 무대에 올림. 첫 작품은 라 트라비아타였으며, 4만명의 관람객을 기록함

### 4. 연도별 작품

- 2012: 라 트라비아타 \* 무대: 예술가 70명이 올라갈 수 있는 크기, 오케스트라 피트 형식으로 무대 아래 공간 쪽에 연주자 40명 수용
- 2013: 카르멘 \* 엘렌 드제너러스 방송 연계
- 2014: 나비부인
- 2015: 아이다
- 2016: 투란도트
- 2017: 카르멘
- 2018: 라보엠
- 2019: 웨스트 사이드 스토리 - 미끄럼 방지 특수 신발을 제작하여 우천 시에도 무용 가능했음
- 2021: 라 트라비아타
- 2022: 오페라의 유령 - 3월 25일 ~ 4월 24일 / 인터미션 포함 2시간 40분 / 가격 - 99달러부터

23) 호주 음악, 공연, 창작과 관련된 아이디어를 위한 연례 포럼. 호주 작곡가의 이름을 따서 만듦

## 5. 주요 실적<sup>24)</sup>

\* 2013년 OA의 발표에 따르면, 총 수익이 44% 증가했음. 그 중 티켓 판매 증가율은 55%였음. 한다 오페라를 론칭한지 두 해 째에 성공적인 수익을 올림

\* <2019년 실적>

- 공연작품: 웨스트 사이드 스토리
- 고용 스태프 수: 315명
- 고용 예술가 수: 85명
- 참여 자원봉사자 수: 137명
- 2019년도 관람객: 65,000명
- 꼭 봐야하는 이벤트로 자리매김하며 지난 8년 동안 누적 40만명의 관람객 기록
- 모두가 접근 가능한 공연이 될 수 있도록 The Captioning Studio, Autism Spectrum Australia사와 협력하여 시각장애인을 위한 음성 설명 녹음, 촉각으로 느낄 수 있는 백스테이지 투어를 기획하였음. 청각장애인을 고려한 장치들도 준비
- Destination NSW에 따르면, 2,900명의 설문조사 응답자를 대상으로 다음과 같은 결과를 얻을 수 있었음
  - 1) 시드니 비 거주 응답자들의 69%는 한다(Handa) 오페라를 보기 위해 시드니 또는 NSW지역에 방문하다고 응답
  - 2) 응답자 중 56%는 한다 오페라 페스티벌에 첫 참석이라고 응답
  - 3) 관람객 특성
    - 응답자 중 56%는 시드니 거주자, 33%는 그 외 지역
    - 17%는 타 주 거주민
    - 14%는 NSW 지역 거주민
    - 13% 즉, 9,000명은 외국인(한다 오페라 페스티벌 개최 이래 최대 외국인 관람객 기록)
  - 4) 시드니 비거주자의 여행 형태
    - 52%: 럭셔리 호텔, 리조트, 서비스 아파트먼트 투숙
    - 52%: 비행기를 이용하여 시드니에 방문
  - 5) 응답자 연간 개인 소득 수준(세전)
    - 16.5%: 40,000~60,000달러(한화 약 4,923만~7,384만 원)
    - 16.4%: 60,000~80,000달러(한화 약 7,384만~9,849만 원)
    - 15.8%: 80,000~100,000달러(한화 약 9,849만~1억 2,300만 원)

24) Opera Australia 홈페이지(<https://opera.org.au>)

25) 2019 Opera Australia Annual Report에서 발췌 번역 및 일부 내용 재구성

## Opera Australia(오페라 오스트레일리아, OA)<sup>25)</sup>

### 1. Opera Australia란?

- 시드니 오페라하우스, 멜버른 아트센터를 비롯해 야구 경기장 등 호주 곳곳에서 오페라, 뮤지컬, 콘서트 공연을 제작하여 실연
- 무대 매니저, 가발 제작자, 무대장치 아티스트, 구조원을 포함해 문화 산업계에서 호주 내에서 가장 많은 고용인원을 보유한 호주 최대 공연예술 공공기관

### 2. Opera Australia 설립 역사

- 1956년(모차르트 탄생 200주년 기념해), 일부 이상주의자들(정육점 직원, 약사, 신문판매원 등)이 모여 작은 회사 설립
- 9년 뒤 1965년, 극장 기업가 JC Williamson이 조안 서덜랜드, 루치아노 파바로티 공연을 기획. 이로 인해 갑작스럽게 작은 오페라 회사가 전 세계적으로 유명해짐
- 1967년, NSW 주 정부는 영구적인 주 기관의 형태로 나아가기 위한 보조금을 제안
- 1973년 시드니 오페라하우스 개관. 3년 후, 조안 서덜랜드가 도니체티(Donizetti)의 라메르무어의 루치아(Lucia de lammermoor) 공연으로 평판을 얻음
- 1982년, 조안 서덜랜드가 시드니 오페라하우스의 첫 오페라로 라 트라비아타의 비올레타 역을 맡음
- 1986년, 리차드 밀(Richard Meale)의 Voss(오페라명, 패트릭 화이트의 소설 원작으로, 노벨 문학상 수상작. 데이비드 말루프의 오페라 극본.) 호주 제작 오페라의 이정표를 만들기 위해 로컬 예술가들이 힘을 모음
- 1996년, Australian Opera로 알려져 있던 회사는 빅토리아 주립 오페라극장과 합병, Moffat Oxenbould 예술감독 아래 오늘날의 Opera Australia가 됨
- 2012년, 한다 오페라(Handa Opera on Sydney Harbour)에서 라 트라비아타를 선보임. 시드니 문화행사 중 가장 주목받는 축제로 가장 빨리 자리매김 함

### 3. Opera Australia 조직 체계

- Board of Directors(이사회)
- Executive Support (담당: 비서, 정부 협력 및 보조금 담당)
- Artistic Unit (담당: 음악, 코러스, 언어, 오케스트라, 음악 편집 등)
- Productions Unit (담당: 프로듀서, 플래닝, 프로젝트 리드, 행정 등)
- Technical Unit (담당: 오퍼레이션, 매니저, 운영 기구 관리 등)
- Finance(담당: 재정관리, 회계 등)
- Marketing & Communications (담당: 마케팅, 시즌별 마케팅, 티켓팅 등)
- Development(담당: 사회봉헌활동, 자선활동 등)
- Human Resources
- Governance & Risk
- Opera Australia Capital Fund

4. 추진업무

- 요약: 공연제작, 사업 운영, 인재육성, 아트센터 운영, 펀드 운영 등 추진

(1) 공연제작

<Opera Australia에서 제작한 공연의 2019년도 실적>

작품명, 공연 장소	공연 횟수	관람객 수
Andrea Chénier, Melbourne, Sydney	3	6,270
Anna Bolena, Sydney	8	9,742
Bryn Terfel in Concert, Melbourne, Sydney	2	3,693
By the Light of the Moon, NSW Schools tour	222	42,049
Così fan tutte, Melbourne	5	6,294
Faust, Melbourne	5	6,748
Ghost Sonata, Melbourne, Sydney	8	2,087
Great Opera Hits, Sydney	35	27,781
Il viaggio a Reims, Melbourne, Sydney	9	12,800
La Bohème, Sydney	23	29,305
Madama Butterfly, National Tour	24	10,836
Madama Butterfly, Sydney	23	29,958
Mazda Opera in the Domain, Sydney	1	16,000
Mazda Opera in the Bowl, Melbourne	1	10,000
Rigoletto, Melbourne	7	10,230
Salome, Sydney	7	8,102
Studio Recitals, Sydney	3	448
The Barber of Seville, VIC Schools tour	91	18,574
The Marriage of Figaro, Sydney	10	13,543
The Opera Gala on NYE, Sydney	1	2,407
Turandot, Melbourne, Sydney	31	44,504
Two Weddings, One Bride, Melbourne	5	2,425
Werther, Sydney	8	7,403
Whiteley, Sydney	6	6,411
Wozzeck, Sydney	7	7,728
Other Productions	230	329,329
Total	775	664,667

(2) 사업 운영

① 수익활동 사업

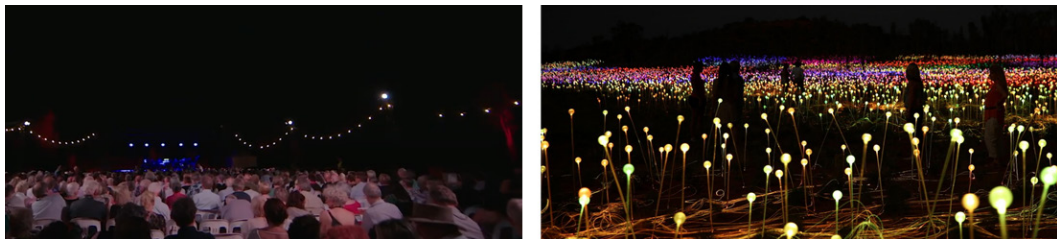
\* 오페라 축제(콘서트)

·한다 오페라(Handa Opera on Sydney Harbour)

- 개최시기: 부활절 전후(3~4월) 약 3주간
- 운영방법: 시드니에 위치한 항구에서 오페라하우스를 배경으로 수변무대 설치, 1년에 1작품을 선정하여 공연(부대 프로그램 없음)
- 수익: 티켓은 \$99부터

·울루루 오페라 갈라 콘서트(Opera Gala at Uluru)

- 개최시기: 5월 말 주말 3일 간 개최
- 운영방법: 울루루 지역에서 수려한 자연환경을 무대배경으로 삼고 오페라 갈라콘서트 개최
- 수익
  - \* 패키지권: 3박 4일 호텔 조식 포함 숙박권(1실 2인 기준), 오페라 갈라 콘서트 입장권(1실 2매), 호텔-공항 셔틀 서비스 패키지 기준 930달러~1,065달러에 판매
  - \* 입장권: 울루루 갈라 콘서트 입장권 / LED 장미정원 입장권 / 100명 한정 일출 클래식 콘서트 / 원주민 향토 음식 식사권 등



(좌) 울루루 오페라 갈라 콘서트 현장, (우) LED 장미 정원<sup>26)</sup>

\* 파트너사 협력 사업

- 사례: 2019년 플래티넘 파트너사 APT(럭셔리 여행기획사)와의 협력 사업
- 호주의 유명 관광지에서 오페라, 가곡 등의 공연 진행



2019년 파트너사 협력 사업 현장<sup>27)</sup>

26) 출처: Opera Australia 유튜브 및 공식 홈페이지

27) 출처: 2019 opera australia annual report



\* 투어(National Tour)



2019 나비부인 투어<sup>28)</sup>

\* 기부금 모금 사업

- 신작 준비, 젊은 예술가 육성, 워크숍 등 OA 사업 추진을 위한 기부금 모금
- 2019년 실적
  - 신작 제작을 위한 46만 달러 모금
  - 영 아티스트 프로그램을 통한 5명의 성악가 지원
  - 교육, 아웃리치 프로그램을 위한 100만 달러 이상의 후원
  - 후원자 프로그램을 통한 150만 달러 지원
  - 예술적 우수성(artistic excellence)을 위한 50만 달러 후원
  - Susan & Isaac Wakil 재단의 액세스 프로그램을 통해 생애 첫 오페라 관람을 경험한 사람 2,600여명

② 공익 사업

\* 투어(National Tour) 연계 교육 워크숍

- 투어를 진행하며 지역 예술 생태계와 교류하기 위해 지역 공연장, 학교 및 지역 커뮤니티 그룹에 교육 워크숍 운영
- 목적
  - \* 일반 시민 대상: 예술에 대한 이해도를 높이고, 오페라에 대한 진입장벽을 낮추기 위해 개인 경험을 할 수 있는 기회제공
  - \* 예술가 대상: 지역 및 외딴 지역에 거주하는 신진 아티스트 발굴, 음악 애호가 형성, 무대 기술자를 위한 직무교육 제공
- 2019년 실적: '나비부인' 투어를 추진하며, 지역 공연 시 지역 보컬 및 지역 어린이 합창단과 함께 공연
  - \* 내셔널 투어 기간 동안 지역 성악(보컬) 장학 프로그램, 지역 어린이 합창 프로그램 및 교육 워크숍을 통해 호주 전역 572명이 참여(330명의 어린이 참여, 총 24회 공연, 22명의 로컬 합창단장 참여)

· 공연 준비 과정을 비롯, 공연 당일까지 어린이, 친구, 가족, 지역 커뮤니티 사회를 하나로 묶는 역할

\* 공연예술 관련 공공서비스

- 호주 전역 중소규모 및 대규모 공연예술 기관 및 기업<sup>29)</sup>에 무대세트, 자산, 의상 대여부터 연습공간 제공, 마케팅 지원 등 광범위한 서비스 제공
- 해당 서비스는 현물, 할인, 임대, 무료 대여의 형식으로 다른 예술 기관에 제공되는데, 이에 소요되는 예산은 연간 약 50만 달러 이상으로 추정됨

28) 출처 : 2019 opera australia annual report

29) 소규모 극장, 오페라 제작사, 영화 및 TV 프로그램 제작사, 댄스 스튜디오, 대학교, 학교 등



③ 문화향유사업

\* 무료 야외 오페라 콘서트 개최(Mazda Opera) : 1회성

\* School Tour

· 학교 방문 공연

- 2019년, NSW 빅토리아주에서 37주간의 투어를 통해 총 313회 공연, 전체 60,623명 학생 관람객 기록(OA의 작품 '달빛으로' (By the Light of the Moon), '세빌리아의 이발사' 공연)

· Auslan Shadow-interpreting 프로그램

- 청각장애인 학생들도 오페라 공연을 느낄 수 있게끔 특수 공연 제작

- 빅토리아 주 : 9회 공연, 2,767명 관람

- NSW 주 : 7회 공연, 1,228명 관람

**음악수업의 효과**

- 자신감 향상, 감정 표현력 상승
- 협동 과정에서 커뮤니케이션 스킬 향상
- 수학이나 영어 등 학과 수업의 성취도가 높아지도록 도움

④ 인재육성 사업

\* 역량강화, 인력양성 사업 및 장학제도 운영

· 영 아티스트 프로그램 운영 : 아티스트로서 2년간 공연 기술을 연마할 수 있도록 언어, 연기, 안무, 무대운영에 관한 교육 지원

· George and Nerissa Johnson Memorial Scholarship : 오페라 분야(제작, 뮤지션, 기술)에서 전문 능력을 향상시키고, 해외에서 공부하고자 하는 개인을 지원하는 제도

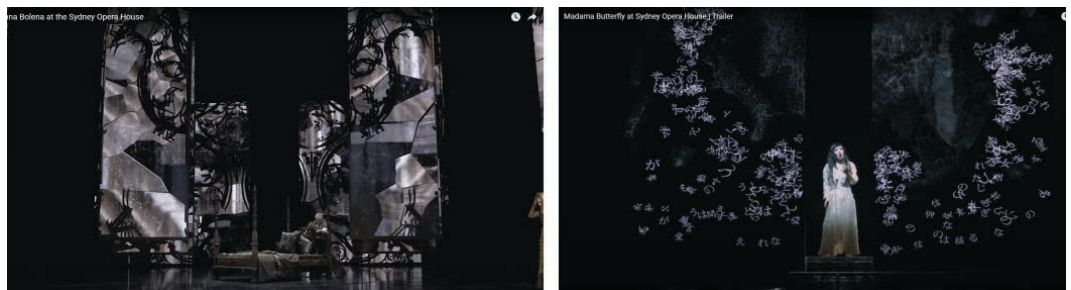
· 펠로우쉽 : 오스트리아발레단, 호주국립오페라단, 시드니 심포니 오케스트라단에서 2년간의 트레이닝 기회 제공

· 인턴쉽 : 지역 공연장에서 리허설 참관, 공연 참여를 통해 뮤지션으로서의 삶을 키워나갈 수 있도록 지원

(3) 멜버른 오페라 센터 운영

(4) 미래 오페라 세대를 위한 실험적 시도

- 영상미디어에 익숙한 미래 세대를 위해 LED 사용한 무대배경 전환, 무대효과 등에 활용



(좌)안나 볼레나, (우)나비부인 / 출처 : Opera Australia 공식 유튜브 채널

(5) 오페라 오스트레일리아 자금 펀드 운영

## 로시니 오페라 페스티벌(Rossini Opera Festival)

### 1. 소개

- 이탈리아의 오페라 작곡가 로시니(Rossini)를 기념하여 그의 고향 페사로(Pesaro)에서 매년 8월 약 2주간 열리는 오페라 축제
- 페사로는 아드리아해를 접하고 있으며, 인구 약 10만 명의 소도시로 주력 경제 항목은 가구제조, 관광업, 어업임

### 2. 주요 역사(프로그램 위주)

- 1980년 : 로시니 오페라 페스티벌은 1980년 페사로 시의회에 의해 공연을 통해 로시니 재단의 음악학 연구, 연극 공연 등을 위한 과학적 작업을 후원하고 발전시킬 목적으로 설립됨
- 1988년부터는 새로 보수한 팔라스포트(Palaspots) 경기장에서 공연을 가짐
- 2000년부터는 실험극장인 스페리멘탈레극장(Teatro Sperimentale)에서도 공연함. 소규모의 로시니 오페라를 무대에 올렸으며, 로시니와 같은 시대에 활동했던 모스카(Mosca), 게네랄리(Generali), 코키아(Coccia)등의 작품도 공연<sup>30)</sup>

### 3. 운영구조 및 예산

- **운영구조**: 로시니오페라페스티벌(ROF)는 페사로 시의회, Pesaro and Urbino, Cassa di Risparmio di Pesaro 재단, Intesa Sanpaolo 및 Scavolini 재단의 지원을 받음

#### - 조직도

Sovrintendente(예술 감독)	총괄 감독(General Director)
Sovrintendente 비서	입찰초청(Invitation to Tender Department)
예술 총무(Artistic Secretary)	인사부서
기술 감독	재무관리
기술직	행정 총무
외부 프로덕션 및 Accademia Rossiniana 조정	PR
역사 기록 보관	매표소 및 판촉
음악 기록 보관	기관 관계 및 마케팅
	보도자료 및 커뮤니케이션

- 예산(2018 예산서 기준): 2018년 예상 예산(단위:유로)

#### [수입예산] 1) 공공 기부

- 국가 기여금(추가 FUS) 2,034,500.00(한화 약 32억6575만원)
- 2018년에 예상되는 FUS 주 기여금 1,381,437.00(한화 약 22억1746만원)
- 지역 기부금 300,000.00(한화 약 4억8155만원)
- 시 기부금 600,000.00(한화 약 9억원)

**기부금 소계 4,315,937.00(한화 약 69억2790만원)**

2) 개인 기부 - **소계 개인 기부금 100,000.00(한화 약 1억6051만원)**

3) 후원 - **소계 117,500.00(한화 약 1억 9천만원)**

30) <https://blog.daum.net/johnkchung/4979619> (블로그 참고, 검색일: 22.04.16.)

- 4) 공동제작 - 공동 제작으로 인한 환급 69,231.00  
**소계 공동 제작 69,231.00(한화 약 1억 1천만원)**
- 5) 특성 활동으로 인한 수익  
 - 대표소 수익금(제작 및 공동제작 활동) 174,000.00(한화 약 2억7930만원)  
 - 선판매 영수증 914,000.00(한화 약 14억6714만원)  
 - 기타 입장권 36,000.00(예매권-연극 프로그램 및 세트 사진판매)(한화 약 5778만원)  
**특성 활동의 소계 수익 1,124,000.00(한화 약 18억원)**
- 6) 다른 활동에서의 수입  
 - 부수 서비스 소득 41,800.00(세트 및 의상 대여, 바, 출판물 등)(한화 약 6700만원)  
 - 기타수익 37,000.00(재고 - 인건비 및 기타 - 이자 및 잉여금)(한화 약 5900만원)  
**다른 자체 활동의 소계 수익 78,800.00(한화 약 1억2648만원)**  
**총 수익 5,805,468.00(한화 약 93억1888만원)**

[지출예산] 1) 직원(예술감독, 예술인, 기술인력, 행정직원) - **소계 4,028,418.00(한화 약 64억66,37만원)**

- 2) 제작비 - **소계 832,850.00(한화 약 13억3688만원)**  
 - 생산비 여행, 교통비, 숙박비 등 (자체 제작용) 20,000.00  
 - 세트, 의상, 악기 등 구매(회계상 감가상각되지 않은 경우) 369,200.00  
 - 세트, 의상, 악기 등 대여 6,000.00  
 - 기술 기기 구매(회계상 감가상각되지 않은 경우) 35,000.00  
 - 조명 및 음향 기기 렌탈(서비스) 119,000.00  
 - 설정을 위한 타사 서비스(조립, 분해, 운반 등) 178,650.00  
 - SIAE(이탈리아 저작권 수집기관) 85,000.00  
 - 소방대 20,000.00
- 3) 광고 및 판촉 - **소계 323,000.00(한화 약 5억1847만원)**  
 - 광고 및 홍보 프레스 오피스 및 커뮤니케이션 서비스 154,000.00  
 - 재생지, 포스터 등의 인쇄, 배포 및 게시 비용 54,000.00  
 - 전문 서비스 비용 48,000.00(비디오 촬영, 오디오 녹음, 사진 서비스 등)  
 - 광고비(광고 등) 57,000.00  
 - 웹사이트 관리 및 유지 비용 10,000.00
- 4) 소계 관리 비용 공간 155,000.00(한화 약 2억4880만원)  
 - 공간 관리 비용 공연 공간 임대료 32,000.00  
 - 공간에 대한 일반 유지 관리 비용 3,000.00  
 - 유틸리티(공간) 88,000.00  
 - (공간의) 청소 32,000.00 등등

**총 비용 5,805,468.00**

#### 4. 로시니 오페라 페스티벌의 특징(2019 Bilancio Sociale(사회 보고서) 구글 번역 참고)

##### - 프로그램

- 로시니의 알려지지 않은 오페라 작품을 연구해 무대에 올림
- 2019년 프로그램: <세미라이데>(공동제작), <드미트리우스와 폴리비우스>(2010 제작), <심한 오해>(제작), <랭스 여행>(2001 제작 후 재배치)
- 아카데미아 로시니아나 "알베르토 제다" 영페스티벌(학생들의 콘서트)
- 칸타타, 교향곡 등 콘서트, 음악의 밤

##### - 사회적 가치(연구, 훈련, 확산)

- 축제는 매년 지역 사회 관점으로 윤리적, 사회적 측면에서 그 역할을 입증하기 위해 사회 보고서를 작성함
- 연구: "원작 악보에 대한 최대한의 엄격함, 무대에서 최대한의 자유"("massimo rigore nel rispetto delle partiture originali, massima libertà nella loro messinscena")를 공식으로 하여, 거의 공연되지 않은 로시니의 작품을 연구해 무대에 올림
- 훈련: 아카데미아 로시니아나 "알베르토 제다" 운영, 로시니 음악원과 축제 사이의 풍부한 협업을 통해 학생들 위한 다양한 교육 기회 제공
- 확산: 대본 텍스트가 포함된 독창적 비평 에세이가 영어, 프랑스어, 독일어, 스페인어 및 일본어로 번역되어 국내 및 국제 도서관에 제공됨. 페스티벌의 소셜 채널에서 작품들이 스트리밍 됨

##### - 아카데미아 로시니아나 "알베르토 제다" 운영

- 1989년부터 매년 개최되었으며, 로시니 레퍼토리를 다룰 수 있도록 훈련하는 과정
- 참가비는 무료이나, 오디션을 통해 선발된 인원만 참가 가능
- 7월 첫 2주 동안 진행되며 아카데미아 로시니아나 "알베르토 제다" 영페스티벌 콘서트로 끝남. 선택된 그룹의 학생들은 영 페스티벌 일환으로 로시니 극장에서 열리는 <랭스 여행>에 참여하기도 함
- 매년 여름 6-10세 어린이를 위한 워크숍을 진행하며 <랭스 여행> 오페라 첫 번째 막의 마지막 아리아에 참석

##### - 환경을 위한 지속 가능한 이벤트 인증

- 지속 가능한 이벤트 인증 프로세스: 115가지 모범 사례의 프로토콜(폐기물 관리, 물류 및 이동성 등)로 분할된 이 프로젝트는 환경 부문 전문 회사인 Ambiente Salute Società Benefit과 협력하여 수행됨. Ecoevents 인증은 전체 절차를 보장하는 Legambiente Nazionale의 기술 과학 위원회에 따라 발급

(사전심사와 10대 의무사항 확인을 통해 인증의 타당성 여부 확인. 필수 10개가 확인되면 체크리스트의 100개 질문이 채워지며, 이벤트 유형에 따라 다른 값을 할당하는 채점 시스템에 따라 계산된 점수의 최소 60%에 도달하는 것을 목표로 함)

## 푸치니 페스티벌 (II Festival Puccini di Torre del Lago /Puccini Festival in Torre del Lago)

### 1. 개념

- 매년 여름(7~8월)기간 동안에 이탈리아 토스카나(Toscan)주, 루카(Lucca)시에 위치한 토레 델라고 푸치니 (Torre del Lago)에서 푸치니(Puccini)를 기리는 오페라 축제
- 푸치니의 오페라 4 ~ 5편을 그 해의 레퍼토리로 정해 매일 밤 한 편씩 공연함, 7월에는 보통 금요일과 토요일에 공연이 열리지만, 8월에는 본 공연 이외에 무용, 연극, 뮤지컬 등 부대 프로그램이 다른 요일에도 진행된다



### 루카 (Lucca)

이탈리아 코무네

루카는 현재 이탈리아 중북부 토스카나주 루카도의 현도로, 북쪽과 서쪽에 아푸안알프스 산맥이 있다. 위키백과

면적: 185.5km²

높이: 19m

날씨: 기온 12°C, 풍향 북동, 풍속 6m/s, 습도 34% weather.com

인구: 8.84만 (2017년) Istat

수호성인: Paulinus of Antioch

지역: 루카

이탈리아 중북부 토스카나주의 도시  
도로와 철도의 중심지  
올리브유 생산,  
담배, 종이, 직물, 황메제품, 포도주  
생산이 발달함

루카의 대표적인 인물은  
루이지 보케리니(1743~1805)와  
자코모 푸치니(1858~1924)이 있음.

※ 캡처 : 구글 검색 화면<sup>31)</sup>

### 2. 지역과 푸치니

- 토레 델 라고(Torre del Lago)는 ‘호숫가의 탑’이라는 뜻으로, 15세기 호숫가에 세워진 탑에서 유래된 이름이다

### 3. 축제의 주요 역사

- 1930년에 푸치니의 친구와 제자들의 주도로 푸치니를 기리는 첫 번째 오페라 <라보엠 La Bohème>가 그가 살던 집 근처에서 연주됨
- 1931년에 한 번 더 공연이 진행되었으나, 세계대전의 영향으로 중단되었음
- 1938년, 푸치니와 마을의 인연을 기념하고자 토레 델 라고는 지명을 ‘토레 델 라고 푸치니’로 변경, 이탈리아 지명에 인명이 들어간 유일한 경우라고 함
- 푸치니 사망 25주기인 1949년에 공연 재개, 성공적으로 끝나자 토스카나 주 정부는 푸치니를 기리는 정기적인 축제를 개최하기로 결정

31) <https://vo.la/RRGian>

- 1952년부터 토레 델라고 푸치니 페스티벌이 공식적으로 시작됨
- 1966년 마사추콜리호숫가에 좌석 3,200여석을 갖춘 야외 극장 테아트로데이콰트로 밀라(Teatro dei Quattromila, '4000석 극장')가 마련
- 1990년 푸치니 페스티벌 재단(Fondazione Festival Pucciniano) 설립
- 2008년 새로운 야외 극장이 지어짐
- 2012년 페스티벌에서는 처음으로 베르디의 <라 트라비아타>(La traviata)를 공연해 화제를 모으고, 이듬 해인 2013년에는 푸치니의 제자이자 1930년 토레 델 라고의 첫 번째 공연 때 지휘를 맡은 피에트로 마스카니의 탄생 150주년을 기념해 그의 작품 <카발레리아 루스티카나>(Cavalleria Rusticana)와, 베르디 탄생 200주년을 기념해 <리골레토>(Rigoletto)를 공연하는 등 새로운 프로그램이 추가됨

#### 4. 재단 조직도

- 축제 재단의 목적 (홈페이지 출처)
  - ① 푸치니의 작품을 기린다.
  - ② 오페라 공연, 발레, 콘서트, 연극을 개최
  - ③ 대회 및 음악 축제를 개최
  - ④ 문학, 음악 및 작품 조사/연구
  - ⑤ 연구 회의 및 푸치니 오페라 발전을 위한 시청각 자료 제작 및 편집
  - ⑥ 재단은 조사, 연구, 수집하고 전시를 기획하고, 공공 또는 민간 기관의 도움을 얻어 극장을 관리함

#### 5. 프로그램(2022 Festival Puccini, \* 환율 계산기준 2022.4.15.)

작품명	일정	객석등급 / 비용	장소
<b>Opera</b>			
나비부인	7. 15 / 7. 30 / 8. 6	• 골드 - 169유로(드링크1포함) • 1등급 - 129유로 • 2등급 - 89유로 • 3등급 - 59유로 • 4등급 - 33유로 • 5등급 - 19.50 유로	Teatro all'Aperto Giacomo Puccini
토스카	7. 16 / 7. 29 / 8. 13 / 8. 26		
투란도트	7. 23 / 8. 5 / 8. 12 / 8. 20		
La rondine	8. 19 / 8. 27		
Jacob Lenz by Wolfgang Rihm	7. 20	• 1등급 - 30유로 • 2등급 - 20유로	오디토리움 Enrico Caruso
Satyricon by Bruno Moderno	8. 25	• 공통 - 22유로	
Cittadella del Carnevale di Viareggio			
<b>Concerts</b>			
심포니 공연 Puccini music the world Gran	7. 28	• 1등급 - 45유로 • 2등급 - 35유로 • 3등급 - 20유로	Open Aire Theatre Giacomo Puccini
The best youth 피에르 파올로 파솔리니 헌정	8. 2 / 8. 3	• 무료입장 • 예약제	유니크플레이스 Garden Spazio Mitoraj

작품명	일정	객석등급 / 비용	장소
Light Summer 2022			
"It would take ear" Elio sings Jannacci	6. 28	<ul style="list-style-type: none"> <li>우천시에도 공연진행 / 별도 할인 없음</li> <li>Ticketone / Vivaticket</li> <li>1등급 - 40유로 / 2등급 - 23유로</li> </ul>	
Il Volo - Live Concert	7. 24	<ul style="list-style-type: none"> <li>우천시에도 공연진행 / 별도 할인 없음 / Ticketone</li> <li>골드 - 90유로 / 1등급 - 80유로 / 2등급 - 70유로 / 3등급 - 58유로 / 4등급 - 48유로 / 5등급 - 40 유로</li> </ul>	
Mahmood Ghettolimpo	7. 26	<ul style="list-style-type: none"> <li>우천시에도 공연진행 / 별도 할인 없음</li> <li>Ticketone / Vivaticket</li> <li>골드 - 69유로 / 1등급 - 57유로 / 2등급 - 45유로 / 3등급 - 27유로</li> </ul>	
Ara Malikian World Tour	8. 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>우천시에도 공연진행 / 별도 할인 없음</li> <li>Ticketone / Vivaticket</li> <li>1등급 - 57.50유로 / 2등급 - 40.25유로 / 3등급 - 23유로</li> </ul>	
S.Cristicchi, tribute concert to Battiato	8. 28	<ul style="list-style-type: none"> <li>우천시에도 공연진행 / 별도 할인 없음</li> <li>Ticketone / Vivaticket</li> <li>1등급 - 40유로 / 2등급 - 23유로</li> </ul>	
노트르담 파리	9. 8 / 9. 9 / 9. 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>우천시에도 공연진행 / 별도 할인 없음</li> <li>Ticketone / Vivaticket</li> <li><b>성인</b> : 골드 - 80유로 / 1등급 - 69유로 / 2등급 - 57유로 / 3등급 - 46유로 / 4등급 - 31유로</li> <li><b>어린이 (6-12yrs)</b> : 골드 - 80유로 / 1등급 - 55유로 / 2등급 - 46유로 / 3등급 - 37유로 / 4등급 - 25유로</li> </ul>	

- \* **Ticketone** : 1998년 설립, 밀라노와 로마를 중심으로 120명의 직원을 두고 있는 회사
- \* **Vivaticket** : 1999년 설립, 볼로냐를 중심으로 21개국에 지사가 있으며, 50개국에 설치 운영되고 있음.
- \* 푸치니 오페라 작품 / 오케스트라 공연 / 그 외 뮤지컬 및 공연이 진행되는 'Light Summer' 프로그램이 진행됨
- \* 'Light Summer' 프로그램의 경우, 티켓 판매를 ticketone, vivaticket에 위탁
- \* 티켓 구매와 관련하여 viagogo, seatwave, stubhud 등등 암표와 관련된 이슈가 발생

## 6. 축제의 특징

### ① 레퍼토리 시스템

- 푸치니의 대표 작품 <라 보엠>, <서부의 아가씨>, <나비 부인>, <토스카>, <투란도트>, <마농 레스코>, <외투> 등이 주요 레퍼토리로 등장

② 푸치니 어워드(Puccini Award)

- 1971년을 시작으로 매년 11월 29일에 시상식 개최, 이 날은 푸치니의 사망일로 그의 죽음을 기리면서 ‘푸치니의 날’로 불림 ※ Spinacorona Festival 조직, ‘푸치니 어워드’ 및 ‘푸치니의 날’ 비용<sup>32)</sup>: £163,867 (한화 약 2억 1775만원)
- 첫 번째 수상자는 1930년, 1931년 푸치니 오페라의 주연을 맡은 로제타 팜파니니 (Rosetta Pampanini), 1977년에는 마리아 칼라스(Maria Callas)가 상을 받았다
- 1995년에는 수상 대상자의 폭이 넓어져 지휘자 로린 마젤(Lorin Maazel) 수상, 1997년에는 푸치니 페스티벌의 감독을 맡은 마리아 키아라(Maira Chiara)와 호세 카레라스(José Carreras)가 수상했다. 2006년에는 루치아노 파바로티(Luciano Pavarotti)가, 2008년에는 한국의 성악가 조수미가 푸치니 상을 받았다
- 1983년 이후, 축제와 연계해 유망한 젊은 성악가들을 육성하는 교육 사업의 일환으로 진행 (진행과 관련된 사항은 아래 글 상자 참조)

**\* TRAINING AND HIGHER EDUCATION COURSES**

- 1년동안 이탈리아 및 해외에서 진행되는 재단 프로그램에 참여시키기 위해 연간 오페라 가수 최대 15명, 4명의 corepetiteur(연주자)을 교육함

\* 대상 : 아래 항목 ①과 항목 ②의 하나를 동시에 충족하는 자

- ① 국적불문 18세 이상 35세 미만
- ②-1 국립 음악원 졸업장을 가진 자 또는 해외에서 동등한 자격을 갖춘 자
- ②-2 졸업장 미소지자 혹은 사립 교사로부터 수련을 받은 자는 교사 추천서가 필요함

\* 심사위원회 : 푸치니 페스티벌 위원회 회장 및 예술감독, 푸치니 페스티벌 음악감독, 디렉터, 아카데미 교사 2인, 총 6인으로 구성

\* 신청서 및 등록금

① 웹사이트에서 신청서를 다운로드 후, 이메일로 신청서 1부, 등록금 영수증과 함께 제출 (올해의 경우 4/10 자정까지)

- ※ 신청서에는 자신의 무대 경험과 예술 경력을 포함해 상세 교육과정을 포함해서 기재
- ※ 유럽 국가 외의 신청자는 만료 전의 학업 비자 혹은 취업 비자를 소지해야함

② 등록금은 80유로, 지정 은행에 지불

③ 주요 교육사업

- TRAINING AND HIGHER EDUCATION COURSES

- 오디션 프로그램

- 이메일 접수 완료자에 한해서 오디션을 진행 (올해의 경우 4/13, 4/14 양일에 걸쳐 진행)
- 오페라 가수 부문(소프라노, 메조 소프라노, 테너, 바리톤, 베이스)에서는 푸치니 레퍼토리 중 1개의 아리아와 자율로 선택한 아리아 1개를 시연함
- Corépétiteurs(연주자) 부문에서는 푸치니 레퍼토리 중 1개의 아리아와 자율로 선택한 아리아 1개를 연주함
- 위원회는 단독 재량에 따라 오디션을 중단할 수 있으며, 응시자는 지원서에 선택한 곡의 악보를 제출해야 함

32) [https://www.puccinifestival.it/wp-content/uploads/2020/08/Fascicolo\\_bilancio\\_2019\\_Fondazione\\_Pucciniano.pdf](https://www.puccinifestival.it/wp-content/uploads/2020/08/Fascicolo_bilancio_2019_Fondazione_Pucciniano.pdf) , 23p. Costi della produzione 참고.



- 응시자는 유효한 신분증을 제시해야함
- 응시에 필요한 숙박 비용이나 여행 경비는 별도로 지원되지 않음
- 21/4/19~22/5/22까지 진행되는 2022년 프로그램은 68회 푸치니 페스티벌 리허설과 공연에 참여할 수 있는 기회를 제공하며, 참여 가능한 공연 및 리허설 스케줄은 22/8/27까지
- 프로그램은 1일 6시간, 주 6일 진행됨
- 프로그램 참가료의 경우, 오페라 가수는 400유로 / 연주자는 200유로
- 프로그램에서 선발된 학생들은 오페라에 참여하게 되고, 이에 상응하는 보수를 받게 됨

- ④ 푸치니 뮤지엄 - 입장료 9유로, 전시 및 서점을 운영하고 있음  
 - 서점에서는 푸치니 페스티벌에서 진행되었던 프로그램 악보 및 대본을 판매함

**7. 예산** - 2022년 푸치니 페스티벌 예산 총 €5,726,400 (약 77억원)

- 자체수익 €1,455,000 (약 19억원), 공적지원금 €3,800,600 (약 50억원)
- 세부내역 (일부) 2022년 푸치니 페스티벌 예산 (2021/12/29 승인)<sup>33)</sup>

자체수익		
티켓	€900,000	약 12억원
바	€35,000	약 4650만원
서점	€5,000	약 664만원
협찬/은행 재단 기부금/자율 기부	€330,000	약 4억 3850만원
자체 임대료	€70,000	약 930만원
아카데미	€15,000	약 1993만원
자체 제작 및 공동 제작	€48,000	약 6378만원
비아레조 시 특별 공연	€50,000	약 6644만원
5×1000 (Cinque×mille)	€2,000	약 265만원
합계	€1,455,000	약 19억 3346만원

공공지원금		
문화재청부 - FUS	€736,000	약 9억 7802만원
문화재청부 - legge 238/12	€1,000,000	약 13억 2884만원
문화재청부 - legge 29/01	€548,600	약 7억 2900만원
문화재청부 - rimborso VVF	€7,000	약 930만원
투스카니 지역	€399,000	약 5억 3020만원
모기지 및 이자에 대한 기타 특별 기부금	€660,000	약 8억 7703만원
비아레조 시	€450,000	약 5억 9797만원
합계	€3,800,600	약 50억 5038만원

선금 / 여비 및 자본 수익		
극장 제작을 위한 기부금 재할인	€436,800	약 5억 8043만원
자산 처분에 따른 자본 수익	€34,000	약 4518만원
합계	€470,800	약 6억 2561만원

33) <https://www.puccinifestival.it/wp-content/uploads/2022/03/Bilancio-preventivo-2022.pdf>

**총 수익 €5,726,400 (약 77억원)**

- 자체 수익 : 총 수익 중 24%, 이 중 티켓 수입이 63%
- 아카데미 수익 : €5,000 (한화 약 664만원)

**6. 운영기금 모금**

**- 5×1000 (Cinque×mille) 캠페인 :** 2006년, 실험의 한 일환으로 설립된 ‘Cinque×mille’는 소득세의 일부 (0.5%)를 비영리 단체에 기부하는 시스템



**Viareggio Award**

From Wikipedia, the free encyclopedia.

The **Viareggio Rëpaci International Literary Prize** is a literary award that was founded in 1929 in the city of the same name.

<b>Index</b> [nascondi]
1 History
2 Winners
3 The Viareggio Prize Collection
4 Notes
5 External links

Viareggio Rëpaci International Literary Prize	
<b>Named after</b>	Viareggio
<b>Country</b>	<span><span><span></span></span><span> </span></span> Italy
<b>Place</b>	Viareggio
<b>Start year</b>	1929
<b>Website</b>	www.premioletterarioviareggiorepaci.it/
<small>Editing data on Wikidata - Manual</small>	

<캡처 : 이탈리아 위키피디아 검색 화면><sup>34)</sup>

- 이탈리아 매출 관리국이 승인한 기관 중, 하나를 선택할 수 있다. (Volunteering / 연구기관 / 보건 연구 / 사회정책 / 아마추어 스포츠 / 문화유산 관리, 홍보 / 보호구역 관리)
- 개인 연간 소득세에서 0.5%를 정부가 징수해서 개인이 선택한 기관에 납부하는 형식
- 일반적으로 기부에 적용되는 기부금에 대한 추가 세금 감면
- 직접 tax code를 입력하거나 기관 카테고리를 선택해서 기부금을 공유하는 두 가지 방법이 있음

\* 이에 파생된 기부 운동 - 8×1000: 이탈리아 국가, 카톨릭 교회, 정부가 승인한 열 두 개의 다른 종교 대상에 소득세의 0.8% 기부  
 - 2×1000: 정치 정당 대상으로 소득세의 0.2%를 기부

**- ArtsBonus :** 문화 예술, 엔터테인먼트 시스템을 지원하는 모금 형식으로, 개인 및 회사에 세금 혜택을 제공함으로써 문화에 대한 민간 자금 조달을 장려하기 위한 세금 혜택

- 토스카나 지역은 지역 기부자에게 IRAP(생산 활동에 대한 지역 세금)에 대한 세금 공제를 부여받을 수 있음
- 세액 공제는 연간 수입의 0.5% 한도 내에서 사업 소득을 보유한 사람 뿐만 아니라 과세 소득의 15%의 한도 내에서 자연인 및 비상업 단체에게 인정되며, 지출이 이루어진 다음 과세기간부터 F24 모델로 보상을 통해 사용할 수 있는 동일한 금액의 3개의 연간 할부로 나눔

34) [https://it.wikipedia.org/wiki/Premio\\_Viareggio](https://it.wikipedia.org/wiki/Premio_Viareggio)

· 2022년 푸치니 페스티벌 예산 (2021/12/29 승인) 상세 내역<sup>35)</sup>

자체수익		
티켓	€900,000	약 12억원
바	€35,000	약 4650만원
서점	€5,000	약 664만원
협찬/은행 재단 기부금/자율 기부	€330,000	약 4억 3850만원
자체 임대료	€70,000	약 930만원
아카데미	€15,000	약 1993만원
자체 제작 및 공동 제작	€48,000	약 6378만원
비아레조 시 특별 공연	€50,000	약 6644만원
5×1000 (Cinque×mille)	€2,000	약 265만원
합계	€1,455,000	약 19억 3346만원

공공기부금		
문화재청부 - FUS	€736,000	약 9억 7802만원
문화재청부 - legge 238/12	€1,000,000	약 13억 2884만원
문화재청부 - legge 29/01	€548,600	약 7억 2900만원
문화재청부 - rimborso VVF	€7,000	약 930만원
투스카니 지역	€399,000	약 5억 3020만원
모기지 및 이자에 대한 기타 특별 기부금	€660,000	약 8억 7703만원
비아레조 시	€450,000	약 5억 9797만원
합계	€3,800,600	약 50억 5038만원

선금 / 여비 및 자본 수익		
극장 제작을 위한 기부금 재할인	€436,800	약 5억 8043만원
자산 처분에 따른 자본 수익	€34,000	약 4518만원
합계	€470,800	약 6억 2561만원

**총 수익 €5,726,400 (약 77억원)**

예술부문		
기업, 디렉터, 어시스턴트, 오페라 오케스트라 업무	€715,000	약 9억 5012만원
기업, 디렉터, 어시스턴트, 기타 오케스트라 행사	€72,000	약 9567만원
접대 및 예술직원 출장	€15,934	약 2117만원
오케스트라, 합창단, 합창 지휘자 및 오케스트라 협력단	€520,000	약 6억 9099만원
오케스트라, 합창단, 합창 지휘자 및 기타 오케스트라 행사 협력단	€113,000	약 1억 5015만원
오케스트라 마농 레스코	€46,000	약 6112만원
엑스트라/보조 출연자	€30,000	약 3986만원
아카데미	€10,000	약 1328만원
비아레조 시 특별 공연	€50,000	약 6644만원
합계	€1,571,934	약 20억 8884만원

35) <https://www.puccinifestival.it/wp-content/uploads/2022/03/Bilancio-preventivo-2022.pdf>

기술부문		
의상 대여, 신발, 가발, 소품 및 의상 세탁비	€100,000	약 1억 3288만원
무대 장치 대여	€42,000	약 5581만원
화물 청소 업무	€212,000	약 2억 8171만원
무대 기술자	€438,000	약 5억 8203만원
비디오, 오디오, 조명 대여 및 기술 서비스	€41,000	약 5448만원
전문 업무 (전문가 접대 포함)	€75,000	약 9966만원
임대차 계약	€16,000	약 2126만원
운송 및 주유	€18,000	약 2391만원
약기 및 약보 대여	€35,000	약 4650만원
전기 수송	€7,000	약 930만원
WF 및 118 수송(?)	€27,000	약 3587만원
자재 이용 및 극장 변화	€26,000	약 3454만원
객실 직원	€16,000	약 2126만원
쇼핑 바(환불 그리고 또는 참고 제외)	€20,000	약 2657만원
바 직원	€28,000	약 3720만원
접대 공간	€14,000	약 1860만원
감시 및 보안	€28,000	약 3720만원
합계	€1,143,000	약 15억 1886만원

직원 및 컨설팅		
기관 비용 환급 및 보상, 대학 및 ODV 비용	€22,000	약 2923만원
예술 및 음악 지도	€97,500	약 1억 2956만원
관리팀 직원 지도	€639,500	약 8억 4979만원
임시 직원	€95,000	약 1억 2623만원
사무실 임무	€5,000	약 664만원
전문 세무 및 노동 컨설팅	€20,000	약 2657만원
기타 전문 관리 컨설팅	€16,000	약 2126만원
기타 전문 기술 컨설팅	€7,000	약 930만원
법적 수수료	€15,000	약 1993만원
합계	€917,000	약 12억 1854만원

축제 홍보		
Press Office	€28,000	약 3720만원
광고	€90,000	약 1억 1959만원
타이포그래피	€11,000	약 1461만원
게시물 부착	€12,000	약 1594만원
라디오 광고	€20,000	약 2657만원
접대 및 대표단 비용	€15,000	약 1993만원
합계	€176,000	약 2억 3387만원

간접비		
전기, 가스 및 수도 사용	€106,000	약 1억 4085만원
전화 및 우편	€18,000	약 2391만원
문구류	€4,000	약 531만원
기계/사무실 대여	€18,300	약 2431만원
소프트웨어 어시스턴트, 하드웨어 및 웹 티켓팅	€8,000	약 1063만원
보험	€37,000	약 4916만원
우천 보험	€29,000	약 3853만원
T.U. sicurezza 81/2008 (보안)	€44,100	약 5860만원
극장 유지 및 장비	€39,000	약 5182만원
야간 감시	€1,950	약 259만원
창고 대여	€30,000	약 3986만원
폐기물 및 금화(?) 처리	€26,000	약 3454만원
티켓 및 포스기 커미션	€18,000	약 2391만원
제휴 견적	€3,800	약 504만원
합계	€383,150	약 5억 914만원

감가상각		
감가 상각 투자 (현재)	€20,000	약 2657만원
감가 상각 (매년 1월 1일부터)	€803,750	약 10억 6805만원
감가 상각 (지상권)	€116,250	약 1억 5447만원
합계	€940,000	약 12억 4910만원

**총 비용 €5,726,400 (약 77억원)**

금융 및 세금		
금융 (은행 이윤 및 할부)	€28,000	약 3720만원
모기지 이윤	€90,000	약 1억 1959만원
사전상환 이윤	€11,000	약 1461만원
Siae(출판) 세금	€12,000	약 1594만원
Irap d'esercizio	€20,000	약 2657만원
Accantonamenti diversi e differenza amm.to Teatro-impianti vs Diritto di Superficie	€15,00	약 1993만원
Accantonamento cause in corso		
합계	€176,000	약 2억 3387만원

## 브레겐츠 페스티벌(Bregenz Festspiele)

### 1. 개념

- 1946년부터 오스트리아 서부에 위치한 소도시 브레겐츠(Bregenz), 보덴(콘스탄체)호수 부근에서 매년 여름마다 열리는 공연예술 축제
- 오스트리아 잘츠부르크 축제(Salzburg Festival), 독일의 바이로이트 축제(Bayreuth Festival)와 함께 세계 3대 음악 축제로 알려짐

- \* 도시 특징 (출처: 나무위키) - 2019년 기준 인구 약 2만 명
  - 독일, 스위스와 경계를 이루는 보덴 호(콘스탄스 호) 동쪽 연안에 위치함
  - 호수의 영향으로 겨울철에도 크게 춥지 않으며, 여름철에도 쾌적한 기후를 보임
  - 브레겐츠 페스티벌로 약 20~30만 명의 관광객이 유입됨

### 2. 2022 페스티벌 공연 프로그램 소개

프로그램명	일시	장소
MADAM BUTTERFLY	7/22 ~ 8/21	Lake Stage
Orchestra Concert ONE THOUSAND AND ONE NIGHTS (Wiener Symphonike)	7/25, 7/31, 8/8	-
Orchestra Concert (Vorarlberg Symphony Orchestra)	8/21	-
Orchestra Academy	8/14	Festspielhaus
SIBERIA	7/4, 7/21, 7/24, 8/1 * 7/4 워크샵 토크 * 7/21 첫 공연	Festspielhaus
THE STORM (공동제작 : Deutches Theater Berlin)	7/23, 7/25, 7/26	Theater am Kornmarkt
THE ITALIAN IN ALGIERS	7/8, 7/10, 7/12	Theater am Kornmarkt
ARMIDA	8/15, 8/17, 8/19	Theater am Kornmarkt
CAPTAIN NEMO'S LIBRARY * Composition commission and co-production with the Schwetzingen SWR Festspiele Funded by the German Federal Cultural Foundation (Germany)	7/27, 7/29	Workshop platform
MELENCOLIA * Commissioned by the Bregenz Festival and the Ensemble Modern Supported by the German Federal Cultural Foundation (Germany)	8/18, 8/20	Workshop platform

- 수상무대가 축제의 주제가 되어 2년마다 바뀜
- 수상무대 외에, 페스티벌하우스(Festspielhaus), 콘마르트 극장(Theater am Kornmarkt) 등에서 축제가 진행됨

#### \* 빈 교향악단 (Wiener Symphonike)

- 1946년부터, 빈 교향악단은 브레겐츠 페스티벌이 열리는 여름 동안 상주
- Festspielhaus의 오페라 무대와 수상무대를 담당

## \* 포르알베르크 심포니 오케스트라 (SOV)

- 1984년에 창립된 오케스트라단으로, 현재 브레겐츠 페스티벌에서 마티네 공연을 진행함
- 2005년 이후, 제라르 코르스텐 (Gerard Korsten) 이 오케스트라 단장으로 부임하면서, 지속적으로 콘마르트 극장의 오페라 제작에 기여함

## \* 아카데미

- 새롭게 개설된 오케스트라아카데미, 포르알베르크주 예술학교, 빈 교향악단 합동 프로그램
- 1주일간 17세~27세의 젊은 음악가들이 빈 교향악단의 최고 지휘자(현재: Andrés Orozco-Estrada)와 공연

## \* 객석 규모 - 총: 11,717석

Lake Stage	Festspielhaus, Great Hall	Workshop Theatre
6,980	1,656	1,563
Lake Foyer	Lake Studio	Park Studio
168	330	220
Vorarlberger Landestheater	Kunsthahus Bregenz	Theater Kosmos
502	150	148

## 3. 주요 역사

- 1946년: 8월 5일 보덴 호수를 배경으로 바지선 두 척을 무대 삼아 모차르트 오페라 ‘바스티앵과 바스티엔느’로 시작함. 당시 페스티벌의 명칭은 ‘일주일간의 브레겐츠 축제주간(week-long Bregenz Festwoche)’
- 1950년: 상설무대, ‘호수위의 무대’(Seebühne)를 건설
- 1955년: 700석 규모의 콘마르트 극장 건설<sup>36)</sup>
- 1962년: 프란츠 요제프 하이든(Franz Joseph Haydn)의 작품을 공연, 발레 공연을 무대에 올려 큰 성공을 거둠으로써 축제의 인기가 높아짐
- 1980년: 축제극장(Festspielhaus) 개관
- 1985년: 모차르트의 ‘마술피리(Magic Flute)’가 성공을 거둠, 2년에 한 작품씩 공연을 하기 시작함, 알프레도 보프만 예술감독 부임, 브레겐츠 페스티벌의 예술적 경향이 결정됨
- 1988년: 수상무대의 국제적 성공에 자극받아, 축제극장은 희귀성이 높은 오페라 작품을 선보임으로써 예술적 방향성을 확보함
- 1999년: 오페라움‘Opernwelt’ 잡지에 베르디의 ‘가면 무도회’ 수상무대 세트가 올해의 무대 세트로 선정됨
- 2003년: 연출가 데이비드 파운트니(David Pountney)가 예술 감독을 맡아 파격적인 무대연출과 강렬한 무대 효과를 시도하면서 세계적인 주목을 받기 시작함, 수상무대에 최초로 뮤지컬 ‘웨스트 사이드 스토리’를 선보임으로써, 페스티벌의 대중화를 이끔
- 2008년: 수상무대에서 유럽축구선수권대회(European Football Championship)를 생중계로 보여주기도 함
- 2015년: 엘리자베스 소보트카(Elisabeth Sobotka)가 새로운 예술 감독으로 부임, 오페라 스튜디오(Opera Studio)를 설립

36) 곡물저장소로 쓰이던 창고를 변경하여 만든 이 극장은 주로 벨칸토와 오페라 부파의 이탈리아 작품들이 주로 공연되었다. 이 극장은 후에 새로운 오페라 하우스인 축제극장(Festspielhaus)이 1980년 건설될 때까지 브레겐츠의 오페라 무대를 이끌었다.

**참고** - 김제중(2016), 「오페라 ‘마술피리’의 브레겐츠 페스티벌 야외무대(Outdoor stage) 디자인에 관한 연구」, 조형 미디어학 19권 3호

1985년부터 오페라 1편씩, 2년간 여름 시즌에 올리는 것을 정례화하면서 ‘나부코’(1993~1994년)가 30만 명, ‘피델 리오’(1995~1996년)가 31만8000명을 불러 모았고, ‘일 트로바트레’(2005~2006년)가 30만 명을 넘겼다. 푸치니 ‘토 스카’(2007~2008년)도 브레겐츠 페스티벌의 이름을 세계 곳곳에 알린 계기가 됐는데 007영화 ‘퀸텀 오브 솔러스’에서 주인공 제임스 본드가 악당을 만나 대결을 펼친 곳이 바로 브레겐츠 페스티벌 ‘토스카’ 무대였기 때문이다. 역대 최다 관객 동원 기록은 작년까지 페스티벌 예술 감독이던 데이비드 파운트니 영국 웰시 오페라 예술 감독이 연출한 모차르트 오페라 ‘마술피리’가 세웠다. 2013년과 2014년 2년간 40만6000명이 ‘마술피리’를 보았는데 일반인 과 애호가들을 모두 끌어들이는 만큼, 예술적 수준을 유지한 게 성공 비결이다. 종전 기록은 2003년과 2004년 40만 5314명이 본 뮤지컬 ‘웨스트 사이드 스토리’였다.

#### 4. 브레겐츠 페스티벌 조직 및 연간 예산 (최근 5개년 평균)<sup>37)</sup>

##### ① 페스티벌 조직

- 1949년에 위원회 (Bregenz Festival Society) 창립, 후원회 조직(Friends of the Bregenz Festival)을 통해 민간의 후원을 이끔
- 1989년부터 유한책임 비영리단체(GmbH)인 브레겐츠 페스티벌 사단법인(Bregenz Festival Private Foundation) 이 축제를 운영, 후원회는 모든 소유권을 법인에 양도함
- 현재, 후원회는 독일 및 해외를 통틀어 멤버가 1,000명 가량
- 이사회 : 최고 의사결정기구
  - \* 이사장 - Hans-Peter Metzler
  - \* 부이사장 - Verena Brunner-loss, Wilhelm Muzyczyn
  - \* 이사회 회원 - Michael Grammaer, Sabine Haag
- 최고 경영진 : 집행부
  - \* 예술감독 - Elisabeth Sobotka
  - \* 커머셜 감독 - Michael Diem
- 페스티벌 운영 중 전체 인력 : 1,500명

##### ② 연간 예산

- 총 2천 700만 유로 (보조금 : 6백 94만 유로 / 한화 365억 / 약 25%) (협찬 및 후원 : 1백 3만 유로 / 한화 17억 / 5%)
- 공적 지원금 중 40% : 오스트리아 정부 / 35% : 포르알베르크 주 / 25% : 브레겐츠 시

#### 5. 브레겐츠 페스티벌 프로그램

##### ① 아침식사 프로그램(Festival Breakfast)

- 브레겐츠 후원자들과 오스트리아 방송국 ORF Vorarlberg의 공동 기획 프로그램
- 페스티벌에 참가하는 예술가들과 함께 하는 아침식사 프로그램

37) [https://pressefoyer.at/en/facts-and-figures\\_20161123](https://pressefoyer.at/en/facts-and-figures_20161123)



## ② 페스티벌 라운지 운영

- 케이터링 서비스를 제공, 백스테이지 가이드 투어, 라운지 요금은 370~400유로 (50만원), 요일별 상세
- 페스티벌 라운지 티켓은 야외 공연이 취소될 경우, Festspielhaus의 오페라 공연으로 대체할 수 있음

## ③ 미식 제공

- 'FOODAFFAIRS'사에서 운영하는 'eventZ'는 1998년부터 케이터링을 제공함, 20명 이상의 단체의 경우, 특별 메뉴가 준비되어있음.
- 'buehnedrei' 식당을 이용할 수도 있으며, 온라인이나 전화로 예약 가능, 할인권 사용 가능

## 6. 축제 특징

## ① 숙박 및 관광상품

- 여행사 Bregenzerwald Tourismus와 공동으로 브레겐츠 숲과 축제를 연계한 패키지 상품 을 제공
- 브레겐츠 숲과 브레겐츠는 차로 30~60분 거리, attractive package를 구매할 경우, 호텔에서의 1박~3박을 제공함

## ② 숙소

- Lake Constance-Vorarlberg Tourism, Bludenz Tourism, Brennerwald, Kleinwalsertal, Arlberg, Montafon 숙박 예약 회사를 통해서 예약 가능
- 캠핑, 개인 임대, 지역 내 농장 홀리데이 프로그램을 이용할 수 있음

## ③ 티켓 마케팅

- \* **SPIEL AUF DEM SEE** : 오후 7시, 7시 30분에 수상 무대 공연 품에 대해서 해설을 제공, 무대 뒤와 기술을 설명, 비용은 7.50 유로
- \* **OPERA IN THE FESTSPIELHAUS** : festspielhaus의 오페라가 진행되기 45분 전, 작품과 공연의 배경에 대한 정보를 소개, 7/4 / 20:00, Workshop talk - Siberia, 비용은 7.50 유로
- \* **ORCHESTRA CONCERTS introductory** : 인터넷, 전화나 현장 구매처에서 오케스트라 콘서트를 위한 강의 가 무료로 예약 가능, 입장료는 무료

## ④ 후원금 조성 캠페인

- Festspielhaus 수리 및 확장공사로 축제 측은 자체 조달로 3백만 유로(40억)를 투입 : 2005년, 2006년 동안 모금 활동을 통해서 후원을 받음
- 후원의 대가로 축제 측은 객석에 후원자의 이름을 새겨주는 "TAKE A SEAT" 캠페인을 주최함

## ⑤ 어린이 및 청년 교육 프로그램 운영

⑥ 컨퍼런스룸 Kongress kultur Bregenz<sup>38)</sup>

- 브레겐츠의 문화공간 활용을 중심으로 다양한 기획을 하는 MICE 관련 회사
- 2019년 기준, 총 438,086명 방문 (이 중, 축제 관람객은 249,511명), 92% 예약, 349회 행사 진행
- 컨벤션, 컨퍼런스, 회의 등 Unique Venue로서 기능을 담당
- 2019년 기준 회의 부문에서 109개 행사를 개최하여 2만5000여명이 방문함, 나머지 57,821명은 사회 행사에 참가함
- KKB 행사는 188,575명이 방문함, 문화행사는 KKB의 활용이 가장 중요함
- 지역사회에 다양한 행사를 통해 공간의 접근성과 활용율을 높이고 있는 것이 특징임
- 2019년 브레겐츠 페스티벌을 제외하고도 약 10만 6천 명의 관람객이 찾은 98개의 문화행사를 개최
- 뮤지컬, 콘서트, 심포니 오케스트라, 여름에는 브레겐츠 페스티벌 하우스 안팎에서 80여 개의 공연을 개최함

38) <https://www.kongresskultur.com/en/m/review-2019-preview-2020>

## 해외 음악 축제별 예산 분석 및 후원회 조성 현황

### 1. 바이로이트 축제

- 전체 예산: €3,250만 (약 437억 원)
- 자체수입 및 후원금 €1,934만 (약 258억 5천 만 원), **전체 예산의 약 60%에 해당**
  - \* 자체수익 (티켓 판매 등): €1,350만 (약 180억 원)
  - \* 악우협회: €540만 (약 73억 원)
  - \* 바이로이트 시 오버프란켄 지구 자원봉사자: €41만 (약 5억 5천만 원)
- 공공지원금 €1,320만 (약 178억 원), **전체 예산의 약 40%에 해당**
  - \* 독일 연방정부 문화/미디어부: €540만 (약 73억 원)
  - \* 바이에른 주정부: €540만 (약 73억 원)
  - \* 바이로이트 시: €240만 (약 32억 원)
- **바그너 관련 협회 세 단체 중 하나가 악우협회**: 1949년 볼프강 주도하에 설립됨. 가장 영향력이 크고 재정력이 막강함. 공공지원금 뿐만 아니라 1990년부터 무대 제작비용이나 극장보수와 같은 건축에 드는 재정 모두 책임지고 있음. 2022년 홈페이지 기록상 전 세계 5,300명 이상의 회원을 보유함
- 그 외, 바그너 관련 협회에서는 바그너 장학재단을 후원, 강연과 출판 등 학술 기능을 담당함
  - \* 바이로이트 축제 방문객 중 20%는 협회 회원들로 고정관객층을 이룸
  - \* 축제 측은 입장권 우선 배분으로 후원자들을 효율적으로 유지·관리함

### 2. 잘츠부르크 축제

- 전체 예산: €6,176만 (약 822억 7,173만 원)
- 자체수입 및 후원금: 개인 후원자 및 잘츠부르크 페스티벌 프렌즈: 8.4% €500만
- **공공지원금: 29.5%**
  - \* 오스트리아 정부: 40% €672만
  - \* 잘츠부르크 주정부: 20% €336만
  - \* 잘츠부르크 시: 20% €336만
  - \* 잘츠부르크 관광진흥재단: 20% €336만
- 티켓 패키지 판매
  - \* 27세 미만에 한해서 오페라/연극/콘서트 공연 약 6,000부의 할인 티켓이 배부됨
  - \* 최대 90%까지 할인 적용된 가격으로 홈페이지에서 젊은 관객층을 확보하기 위해서 구독 (subscription)을 홍보하고 있음
  - \* 구독과 관련해서 18가지의 선택지를 두고 있으며, 개인의 선호에 따라 티켓을 구성할 수 있음
  - \* 지난 해 티켓 구매자와 선호 티켓을 홈페이지에 등록한 사람에 한해서 축제 데이터베이스 기반으로 구독 관련 안내가 발송됨

### 3. 브레겐츠 축제

- 전체 예산: €2,700만
- 자체수입 및 후원금: 협찬 및 후원: €103만 (약 17억 원)

- **공공지원금 : £694만 (약 365억 원)**
  - \* 오스트리아 정부 : 40%
  - \* 포르알베르크 주정부 : 35%
  - \* 브레겐츠 시 : 25%
- \* 협찬 및 후원금이 전체 예산의 5%를 차지함
- \* 오스트리아 방송국 ORF 포르알베르크(Vorarlberg)와 축제 후원회의 공동 기획 프로그램인 ‘아침식사 프로그램 (Festival Breakfast)’를 운영함
- \* **후원금 조성 캠페인** : 2005년, 2006년동안 모금 활동을 벌여 축제극장(festspielhaus) 수리 및 확장공사로 축제 측은 자체 조달로 3백만 유로(40억 원)을 투입, 후원의 대가로 축제 측은 객석에 후원자의 이름을 새겨주는 “TAKE A SEAT” 캠페인을 주최함

#### 4. 이탈리아 Cinque×mille 캠페인

- 2006년, 실험의 한 일환으로 설립된 ‘Cinque×mille’는 소득세의 일부 (0.5%)를 비영리 단체에 기부하는 시스템
- 이탈리아 매출 관리국이 승인한 기관 중, 하나를 선택할 수 있다. (Volunteering / 연구기관 / 보건 연구 / 사회정책 / 아마추어 스포츠 / 문화유산 관리, 홍보 / 보호구역 관리)
- 개인 연간 소득세에서 0.5%를 정부가 징수해서 개인이 선택한 기관에 납부하는 형식
- 일반적으로 기부에 적용되는 기부금에 대한 추가 세금 감면
- 직접 tax code를 입력하거나 기관 카테고리를 선택해서 기부금을 공유하는 두 가지 방식이 있음
- 푸치니 페스티벌의 Cinque×mille 수익금은 €2,000 (약 265만 원)

자체수익		
티켓	€900,000	약 12억원
바	€35,000	약 4650만원
서점	€5,000	약 664만원
협찬/은행 재단 기부금/자율 기부	€330,000	약 4억 3850만원
자체 임대료	€70,000	약 9300만원
아카데미	€15,000	약 1993만원
자체 제작 및 공동 제작	€48,000	약 6378만원
비아레조 시 특별 공연	€50,000	약 6644만원
5×1000 (Cinque×mille)	€2,000	약 265만원
합계	€1,455,000	약 19억 3346만원

#### 5. 글라인드본

- 공공지원금 없이 티켓 판매와 회원제 운영과 후원자들로부터 자금을 충당함
- 투어멤버십과 같은 젊은 관객층을 개발하기 위한 옵션이 돋보임
- 기업 멤버십의 경우 직원들을 위한 프로그램을 축제에서 진행되는 프로그램과 광고, 이벤트 등 여러 혜택을 제공함

## 글라인드본 페스티벌 멤버십 경영 사례 조사

### 1. 회원제도에 대한 기본적 이해<sup>39)</sup>

- 회원제도는 관객 충성도 높이기 위한 방법. 극장, 전시장 회원제, 페스티벌 회원제 등이 대표적
- 페스티벌 회원제: 페스티벌 행사 속 다양한 공연 중 공연 경향별 또는 단체별 패키지 티켓 구매를 유도하는 회원제로, 정기적으로 개최되는 페스티벌 홍보 가능

### 2. 글라인드본 회원제도

- 글라인드본 축제는 공적 보조금 받지 않고, 티켓 판매와 회원, 기부자(회비 및 기부금)으로부터 자금 조달함
- 멤버십 옵션은 6가지로, 모두 본인 구매 혹은 선물용 구매 가능함(선물용인 경우, 선물 하는 본인 계정으로 등록해야 하며, 본인 주소로 선물 팩 보내줌)

#### 1) 준회원 멤버십

- [가입 관련] · 가입비 £500(한화 약 80만원)
  - 환불되지 않는 일회성 회원권(페스티벌 회원권)
  - 18세 이상 구매 가능- 홈페이지에 온라인 가입 양식 있음
- [혜택] · 페스티벌 티켓 우선 예약 가능(페스티벌 소사이어티 정회원 예매 직후)
  - 페스티벌 2023 티켓에 사용할 수 있는 £300 크레딧(한화 약 48만원)(포인트 개념)
    - 첫해에는 신입 회원 리셉션 초대장과 무료 프로그램 복을 받음
    - 준회원 가입 후 약 10-12년 후에 페스티벌 소사이어티 정회원으로 승격됨
    - 연간 회원 갱신 위해 £83(한화 약 13만원) 지불해야 함. 10년 미리 지불가능
    - 신규회원 가입 시 소개해준 기존 회원번호 입력하면, 기존 회원은 £100 상품권을 받음

#### 2) 펀딩 멤버십

- [가입 관련] · 5년 멤버십- 가입비 £1,500(한화 약 240만원) / 자선기부금 £13,500(한화 약 2,160만원)  
연간 £2,700(한화 약 432만원)씩 5회 분할 납부 가능
- 10년 멤버십- 가입비 £3,000(한화 약 480만원) / 자선기부금 £24,500(한화 약 3,920만원)  
연간 £4,900(한화 약 784만원)씩 5회 분할 납부 가능
- 개발팀에 메일 보내 정보 및 신청 양식 받아야 함
- [혜택] · 최고 수준의 티켓 구매 보장(당해 축제 티켓 최대 24장 요청할 수 있음)
  - 글라인드본 방문 준비 위한 맞춤 지원(박스오피스 및 개발 팀에 연락해 도움요청 가능)
  - 리허설 참석 및 공연 전 리셉션, 회원의 날 등 행사 초청
  - 축제 프로그램 복의 리스트에 이름 기재되며, 무료로 프로그램 복 받음

#### 3) 투어 멤버십: 글라인드본의 가을 공연 티켓 우선 예약

- [가입 관련] · 투어 멤버십- 연간 £45(약 7만원)
  - 투어 후원자- 연간 £290(한화 약 46만원)
  - 투어 제휴사(글라인드본 투어 지원) - 연간 £1000

39) 곽은정(2008), 「회원제 운영을 통한 공연관객개발 방안연구-국공립 공연장을 중심으로-」, 한남대학교 사회문화대학원 석사학위논문

- [혜택] · 우선 예약 : 글라인드본 투어 공연 티켓 신청 가능(투어 멤버십 - 최대 18장, 투어 후원자 - 최대 24장, 투어 제휴사- 최대 30장)
- 개인 예약 서비스 : 매표소 직원이 예약의 모든 측면 도와줌, 회원 뉴스레터, 이메일 뉴스
- [투어 후원자, 제휴사만] · 투어 이벤트 초대 : 리허설이나 백스테이지 투어 참석과 같은 비하인드 스토리
- 무료 투어 프로그램 북, 투어 프로그램에 이름 등록

**4) 30대 이하 :** 16~29세를 대상으로 함. 일반 공개 전 우선 예약 가능하며 한정된 수의 보조금 지원 받은 티켓 이용 가능

- [가입 관련] · 먼저 30세 미만 무료 회원에 가입. 가입할 때 생년월일을 확인하라는 메시지가 표시
- [혜택] · 페스티벌 공연 우선 예매 (페스티벌 공연 관람 전 정상가 예매) → 일부 페스티벌 공연 티켓 £30 (보조금 지원 받은)
- 투어 공연 우선 예약(투어 공연 정가 티켓을 일반 대중보다 먼저 예약) → 일부 투어 공연 티켓 £10
- 모든 공연에 대해 스탠딩 플레이스 이용 우선권 있음, 3강당에 입장하기 전에 연령 증명서를 제시해야 함

**5) 포르티시모 :** 40대 이하를 위한 새로운 회원권. 축제 우선 예약에 더해 티켓 한 쌍 50% 할인

- [가입 관련] · 초기 가입비는 없으며, 혜택에 대한 답례로 연간 구독료 £70 지불(한화 약 11만원). 구독료가 준회원 멤버십 가입비로 적립됨
- 연간 구독 요청은 11월에 발송되며, 온라인으로 갱신하거나 매년 구독을 자동으로 갱신 가능
- [혜택] · 우선 예약 : 가능한 경우 페스티벌 티켓을 무제한으로 예약(페스티벌 소사이어티 정회원 및 준회원 우선 예약 후)
- 보조금 지원 : 페스티벌 티켓 2장을 50% 할인된 가격으로 제공
- 멤버스 매거진, 이메일 뉴스 수신 : 정기적으로 페스티벌 및 특별 이벤트에 대한 정보를 이메일로 보냄

**6) 기업 및 단체 멤버십 :** 우선 입장권과 폭넓은 접객 옵션이 있는 일종의 기업 문화접대용 상품

- [가입 관련] · 이메일 혹은 전화 문의 후 가입 가능
- [환대패키지] · 프리미엄 티켓, 개인환영
- 모든 가구, 셋업 및 전용 웨이터가 있는 공연 전 정원에서 샴페인과 카나페, 청량 음료
- 1인당 하우스 와인 ½병이 제공되는 3코스 파인 다이닝, 1인당 수집 가능한 프로그램 북
- [개인화식행사] · 글라인드본에서 독특한 이벤트 개최, 프리미엄 티켓
- 샴페인과 카나페 리셉션, 전용 공간에서 제공되는 프라이빗 디너, 주방 및 주방장 전용
- 개인 환영 및 비하인드 투어, 글린드본 정원의 꽃꽂이, 맞춤형 업그레이드 옵션
- [기업멤버십] · £3,000(한화 약 480만원) + VAT부터 시작하는 3단계 기업 멤버십을 제공
- 혜택은 회원 등급에 따라 다르며 다음이 포함될 수 있습니다
  - 페스티벌 공연 우선 예매, 독점 회사 이벤트를 주최할 수 있는 기회
  - 공연 전 리셉션 초대, 무대 뒤 접근, 무료 프로그램 북, 회사 감사 및 광고 할인
  - 유연한 예약, 교환 및 재판매 서비스, 직원을 위한 축제 및 관광 티켓 사전 예약
- [단체 예약] · 멤버십이 적합하지 않은 경우, 단체는 공개 예약 전에 전화로 남은 레퍼토리를 구매
- 이 기간에 예매한 티켓은 2주간 예매가 가능
- [단체 및 행사 멤버십] · 최고 수준의 우선 예약을 원하는 대규모 고객을 위해 특별히 설계됨, 도착 시 샴페인과 커플당 프로그램 북을 제공, 프리미엄 레벨 멤버십에는 막후 투어(Covid 제한 허용)가 포함, 마케팅 활동을 지원하기 위한 홍보 자료 및 향후 시즌 사전 통지를 제공

## 국내 오페라축제 사례조사

### 1. 대구 국제 오페라 페스티벌(대구 오페라 하우스)

#### 1) 기본 정보

① 시기: 2003년 제 1회 대구 국제 오페라 축제 개최 이후, 매년 9월~11월 사이 약 한 달간 진행

개최 연도	개최 시기
2021	9월 10일 ~ 11월 7일
2019	8월 28일 ~ 10월 13일

- 2020년 개최 예정이었던 제 18회 대구 국제 오페라 축제는 코로나19 확산으로 인해 2021년으로 연기하고, 축소된 형태인 <2020 대구 오페라 축제>로 진행됨. 안전을 위해 소오페라와 광장오페라 등 프로그램은 '야외공연' 형태로 재구성, 극장 전면에 위치한 야외광장에 무대 설치해 진행함<sup>40)</sup>

#### ② 장소

- 대구 오페라 하우스를 비롯한 대구 내 다양한 문화 공간, 야외 공간

- 대구를 벗어나 해외의 기관에서도 공연 개최. 제8회에는 중국 닝보대극원, 제9회에는 독일 칼스루에 국립극장, 제10회에는 폴란드 브로츠와프 국립극장, 제11회에는 터키 아스펜도스 원형극장 등<sup>41)</sup>

개최 연도	개최 장소
2021	대구 오페라 하우스, 대구 오페라 하우스 야외광장
2019	대구 오페라 하우스, 대구 오페라 하우스 별관 카메라타, 청라언덕 선교사첼니스 주택, 웃는얼굴아트센터, 서구문화회관, 수성못 수상무대 등

#### ③ 프로그램

개최 연도	개최 장소
2021	메인 오페라 - 나비부인 : 노블아트오페라단 초청, 사랑의 묘약, 마술피리(가족오페라) 소극장 오페라 - 카르멘(댄스오페라) : 카이로스 댄스 컴퍼니 합작, 카르멘(해설 오페라), 춘향전(창작오페라), 달의 세계(꿈더함 합작) 광장 오페라 - 라보엠
2019	메인 오페라 - 람메르무어의 루치아, 라 롬디네, 오페라 1945, 운명의 힘 소극장 오페라 - 등꽃나무 아래서, 루크레치아, 세비아의 이발사, 돈 파스칼레

#### ④ 부대행사

개최 연도	개최 장소
2021	콘서트 시리즈 - 가곡과의 아름다운 동행, 함께해요 대구! 오페라 광장 콘서트 특별행사 - 프레 콘서트, DIOA 온라인 오디션 트레이닝 <sup>42)</sup>

40) 2020 대구 오페라 하우스 연례보고서 <https://dcarchive.daegu.go.kr/Viewer/K064CD2GRHE6>

41) 백지원(2018), 「국내 오페라 향유층 증대 방안 연구 - 주요 기관의 사례를 중심으로」, 계명대학교대학원 박사학위논문

42) 강사들이 DIOA 온라인 오디션 트레이닝 후 참가자 선정하여, 각 오페라 하우스에 정식 오디션 초청 기회 주어짐

개최 연도	개최 장소
2019	<p><b>콘서트 시리즈</b> - 디 오페라 콘서트 : 축제 미리보기 형식의 콘서트, 광장오페라, 오페라 수상음악회, 프레 콘서트<sup>43)</sup></p> <p><b>특별행사</b> - 미술관 토크콘서트 : 운명<sup>44)</sup>, 오페라 오디세이<sup>45)</sup>, 대구 - 싱가포르 교류 음악회, 대구 - 히로시마 교류 음악회, 아마추어 오페라 라보엠</p> <p><b>부대행사</b><sup>46)</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외진출 오페라 展 : 대구 오페라 축제 해외 진출했던 공연 당시의 실황사진 전시</li> <li>- 대구오페라 타임머신 展 : 대구 초연 작품에서부터 대구를 대표하는 성악가와 작곡가들을 시간 흐름에 따라 보여줌</li> <li>- 축제 특별사진 展</li> <li>- 오페라 우표 화폐 展 : 축제 메인 오페라의 작곡가가 새겨진 우표와 화폐 전시</li> <li>- 찾아가는 오페라 산책</li> <li>- 프레토크 : 메인공연 직전, 당일 공연 오페라 감상포인트 미리 공부할 수 있는 시간</li> <li>- 오페라 존, 백스테이지 투어</li> <li>- 드레스코드 데이 : 축제 개막 당일, 축제의 메인 컬러에 맞는 옷, 소품 착용한 사람에게 선물 증정</li> <li>- 행운의 좌석 : 메인공연 열리는 날 무작위 지정된 행운의 좌석 주인에게 기념품 제공</li> </ul>

2) 마케팅 요소

- ① 대구 국제 오페라 축제 서포터즈 ‘오페라필, 오페라팬’ 모집하여 홍보
  - 오페라필 : 안내 및 통역, 설문조사 진행, 백스테이지투어, 홍보부스 운영 등
  - 오페라팬 : 온라인 홍보, 현장 스케치 촬영, 리뷰 작성, 축제 총평 1편 작성 등
- ② 대구 콘서트 하우스, 대구 오페라 하우스, 대구미술관이 함께 하는 공동 마케팅 프로젝트 COCOA
  - 공동, 함께의 뜻을 나타내는 접두사 Co[Kou]와 대구를 대표하는 Concert house(콘서트하우스), Opera house(오페라하우스), Art museum(미술관)의 COA가 만나 코코아 COCOA
  - COCOA회원에게는 티켓 할인, 포인트 적립, 다양한 제휴처 혜택, 공연 및 전시 알림 서비스 등
  - COCOA(코코아) 회원 초청 로비콘서트(코코아 포인트로만 예매 가능) 등
  - 21년 여름 코로나 19 등으로 서비스 일시 종료된 상황이나, 리뉴얼 후 22년 여름 개시 예정

3) 시사점

- 제1회부터 제4회까지는 주제를 선정하지 않고 진행하다가 제5회부터는 슬로건 형태로 테마 선정 (오페라의 대중성 확보 및 오페라의 번영·발전 추구하는 메시지를 슬로건으로 선정, 대중화 효과)

개최 연도	주제
2021	치유 <sup>47)</sup>
2019	운명 <sup>48)</sup>

43) 오페라축제 개막 전 대구 전역에서 미니 음악회

44) 대구미술관에서 오페라와 미술을 주제로 토크콘서트 개최

45) 오페라 전문가를 초빙하여 오페라 강의

46) [https://blog.naver.com/daegu\\_news/221625869909](https://blog.naver.com/daegu_news/221625869909) (대구광역시 네이버 블로그, 검색일: 2022.3.16.)

47) <http://news.imaail.com/page/view/2021090217421382898> (검색일: 2022.3.11.)

48) <https://auditorium.kr/2019/08/%EC%A0%9C17%ED%9A%8C-%EB%8C%80%EA%B5%AC%EA%B5%AD%EC%A0%9C%EC%98%A4%ED%8E%98%EB%9D%BC%EC%B6%95%EC%A0%9C/> (검색일: 2022.3.11.)

- 2019년 제 17회 대구 국제 오페라 축제는 재단 최초의 국제 콩쿠르이자 아시아 최초의 아티스트 마켓인 ‘제1회 대구국제오페라어워즈’를 개최함. 유럽, 미주 지역 유수 극장의 캐스팅 관계자들이 심사위원으로 참여해 15개국 92명이 지원해 오페라 신진 발굴
- 제3회 축제부터는 대구 오페라 하우스 외에 지역 내 다른 공연장들이 참여하여 대구 오페라 하우스만의 축제가 아닌 대구광역시 전체의 축제로 발전함. 제 8회~제 11회 축제까지는 대구를 벗어나 해외 기관에서도 공연 개최 하면서 국제적 축제로 도약하고자 함 → 다양한 국가, 지역, 단체 등 오페라 기관 간의 협력 공연
- 전시 및 부대행사를 통해 다양한 즐길 거리 제공. 미술관 콘서트, 수상음악회, 광장 오페라 등을 통해 무대 접근성 높임 → 공연장 뿐 아니라 대구 내 다양한 문화시설과 협력)
- 부산관광공사와 협력(마케팅, 관광프로그램 등)

[관련 자료] ① <https://auditorium.kr/2019/08/%EC%A0%9C17%ED%9A%8C-%EB%8C%80%EA%B5%AC%EA%B5%AD%EC%A0%9C%EC%98%A4%ED%8E%98%EB%9D%BC%EC%B6%95%EC%A0%9C/> (2019. 08. 12. 객석 제 17회 대구국제오페라축제 기사)  
 ② <https://dcarchive.daegu.go.kr/html/home/library/43> (2020 대구 오페라 하우스 연례보고서)

<제1회 ~ 제15회 대구 국제 오페라 축제 공연 내역>

연도	일시	장소	주제
2017	10. 12 ~ 11. 8	대구 오페라 하우스, 대구 오페라 하우스별관 카메라타, 롯데백화점 대구점 7층 문화홀, 대구 어울아트센터	Opera & Human
2016	10. 6 ~ 11. 5	대구 오페라 하우스, 오페라살롱, 우봉아트홀	고난을 넘어 환희로 Rejoice After Suffering
2015	10. 8 ~ 11. 7	대구 오페라 하우스, 오페라살롱, 우봉아트홀	Amore Mortale
2014	10. 2 ~ 11. 1	대구 오페라 하우스, 우봉아트홀, 아트팩토리 청춘, 코오롱 야외음악당	Love! we Lost
2013	10. 4 ~ 11. 4	대구 오페라 하우스, 폴란드 브로츠와프국립극장 외	초연 Premiere
2012	10. 12 ~ 11. 10	대구 오페라 하우스, 수성아트피아, 터키 아스펜도스 원형극장	Opera, New Generation!
2011	9. 28 ~ 10. 29	대구 오페라 하우스, 수성아트피아, 계명아트센터, 동구문화체육회관, 어린이 회관, 독일 칼스루에 국립극장	오페라, 승리의 아리아!
2010	9. 30 ~ 10. 30	대구 오페라 하우스, 수성아트피아, 대구문화예술회관, 중국 닝보대극원	오페라, 문학을 만나다
2009	9. 18 ~ 10. 31	대구 오페라 하우스, 수성아트피아, 코오롱 야외음악당	오페라, 도전과 희망을 꿈꾸다
2008	10. 1 ~ 11. 8	대구 오페라 하우스, 수성아트피아, 신천 야외공연장	Via Corea, Viva Opera!
2007	9. 1 ~ 10. 20	대구 오페라 하우스, 수성아트피아, 대구문예회관, 봉산문화회관	일생에 단 한번 찾아온 사랑
2006	8. 24 ~ 10. 1	대구 오페라 하우스, 동구문화체육회관, 대구시민회관	-
2005	9. 29 ~ 10. 29	대구 오페라 하우스, 야외무대, 봉산문화회관	
2004	10. 8 ~ 11. 13	대구 오페라 하우스, 대구전시컨벤션센터, 특설야외무대	
2003	10. 10 ~ 10. 31	대구 오페라 하우스 공연장, 야외광장	

[출처 : 대구오페라하우스 공식 누리집, 연례보고서]



## 2. 대한민국 오페라 페스티벌(예술의 전당)

### 1) 소개

- 대한민국 오페라 페스티벌은 매년 예술의전당에서 개최되는 축제로 국내 오페라단에게 안정적인 공연 환경을 제공하여 한국 오페라 발전을 지원하고자 2010년부터 시작
- 2013년부터 공모를 통해 민간오페라단이 자체 제작한 오페라 작품을 선정하여 예술의전당에서 공연할 수 있도록 함으로써 민간오페라단의 양적, 질적 성장에 기여

### 2) 예산

- 대한민국 오페라단 연합회에서 문체부에 대한민국 오페라 페스티벌 제안해, 2010년 문체부 국고사업(국립오페라단 주최/주관)으로 10억원의 예산 지원받으면서 시작함
- 2016년 한국문화예술위원회 지정공모 사업에서 2020년에는 일반공모 사업으로 전환됨에 따라 전체 사업 예산이 4억 5천으로 줄어들<sup>49)</sup>

### 3) 기본 정보

- 주최: 대한민국 오페라·발레축제추진단(민간 기업), 대한민국 오페라 페스티벌 조직위원회
- 주관: 참가 단체
- 후원: 문화체육관광부, 한국문화예술위원회, 예술의전당, 사)대한민국 오페라단 연합회
- 시기: 2022년 4월 29일~ 6월 5일 (주로 5~6월)
- 장소: 예술의전당 오페라극장(2,283석 규모), 자유소극장(241석 규모)

### 4) 방식

- 예술의전당 홈페이지, 대한민국 오페라 축제페스티벌 홈페이지에서 참가작 공모 안내
- 4~5개 오페라단의 작품 선정
- 예술의 전당: 공연장 대관(기본대관비용 지원), 홍보지원(축제 통합홍보, 마케팅 진행, 통합인쇄물 제작)

\* 대한민국 오페라 축제 추진단 - 이사장 / 사무국, 이사회, 감사 / 대한민국, 오페라페스티벌, 조직위원회

49) 한국문화예술위원회 대한민국공연예술제 지원사업(유형: 장르대표공연예술제) 공모를 통해 지원  
 지원대상 : 전국 규모의 공연예술제 / 지원자격 : 10년이상 연례적으로 개최된 공연예술제 / 지원 규모 : 3억 이상~10억 미만(심의 통해 사업별 최종 지원규모 결정) / 지원기간 : 다년(3년)

### 3. 한국 소극장 오페라 축제

#### 1) 소개

- 1999년 시작된 국내 최초 오페라 축제. 2020년 20주년을 맞이한 한국 소극장 오페라 축제는 2021년까지 창작 오페라, 한국 초연 외국오페라, 번안오페라 등 100여 편 이상의 작품들을 선보였으며, 120여 개의 단체들의 참여
- 2021년 제19회 축제부터 한국오페라인협회와 한국소극장오페라연합, 예술의전당이 손잡고 전 출연진 및 제작진 오디션 진행<sup>50)</sup>을 통한 공정하고 예술성 높은 작품 제작을 통하여 예술가 일자리 창출과 소극장 오페라 전문화에 기여하고자 함

#### 2) 예산

- 2017년 이후 예산 확보 못해 2년간 열리지 못함. 2020년 예술의전당 유인택 사장 전액투자 지원 나서면서 재개. (후원사 고려아연 유치해 1억원 지원 + 예술의전당 예산 2억원 추가 투입)

#### 3) 기본정보

- 주최 : 한국 소극장 오페라 축제 조직위원회
- 주관 : (사)한국오페라인협회, (사)한국소극장오페라연합회, 예술의전당
- 일시 : 2022.04.23 ~ 05.08
- 장소 : 예술의전당 자유소극장
- 선정 작품 : 창작오페라 세종카메라타 창작오페라 <뿔발킬러>, <로미오vs줄리엣>, <리타>, <비밀결혼>
- 부대행사
  - 1) 로(路)페라 버스킹 : 버스킹으로 구성된 오페라 거리공연  
\* 오페라를 소재로 하는 모든 장르 지원 가능(무용, 기악, 분장, 판소리, 통기타, 가요, 락, 트롯 등)
  - 2) 오페라 피칭타임 : 창작오페라 제작투자매칭
  - 3) 오페라 포럼
  - 4) 관객과의 만남 : 관객과 출연진 소통
  - 5) 오페라 SPOT 콘서트 : 도심의 거리 찾아가 오페라 알림

#### 4) 특징

- 전 작품 짧은 러닝타임(약 90분 내외), 우리말로 공연, 전 출연진 오디션 진행, 인큐베이팅 시스템<sup>51)</sup>
- 마지막 공연이 끝난 후엔 폐막식과 시상식. 각 작품 출연진들의 실력, 예술성, 작품성 등을 평가해 수상자들을 선정할 계획

#### 5) 마케팅 요소

- 레퍼토리 방식을 취해 같은 무대에서 매일 공연이 바뀜. 매일 공연작품을 교체하기 때문에, 관객들은 매일 다른 오페라 작품을 감상할 수 있음
- 할인 관련 이벤트
  - 1) 음악대학 재학생은 S석에 한해 2만 원에 구매 가능한 특별 할인 혜택
  - 2) 예매 작품에 따른 흥미로운 할인 이벤트 (ex. <김부장의 죽음> : 부장 명함 소지시 50% 할인 등)

50) 예술의전당 홈페이지에 한국소극장오페라축제 출연자 오디션 공고

51) 1월 12일(수)부터 26일(수)까지 총 7회에 걸쳐 오페라하우스 합창연습실에서 이루어지는 인큐베이팅은 ▲이강호 예술감독의 '오리엔테이션과 창법 마스터클래스' ▲ 최지형 위원의 '오페라 대본 분석' ▲ 양진모 음악감독의 '오페라 앙상블 마스터클래스' ▲ 이경재 위원의 '오페라 연기론' 등으로 구성

<대한민국오페라페스티벌 공연일정 일부>

예술의전당 오페라극장

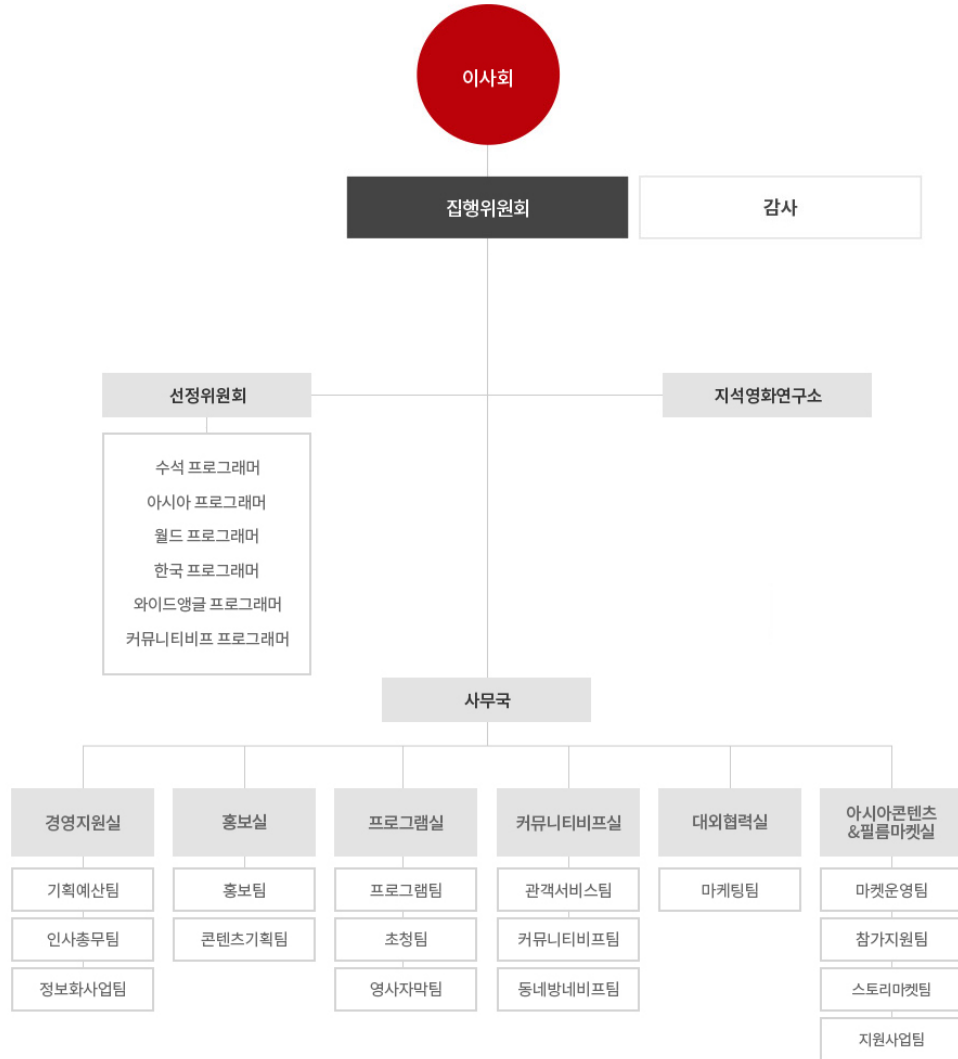
공연기간	공연명	공연시간	공연정보 및 예매
4.29(금) ~ 5.1(일)	<i>P. Mascagni, R. Leoncavallo</i> <b>까발레리아 루스티카나 &amp; 팔리아치</b> 누오바오페라단	금,토 19:30 일 16:00	공연정보 예매하기
5.6(금) ~ 5.8(일)	<i>F. Lehár</i> <b>오페레타 메리 위도우</b> (사)경상오페라단		공연정보 예매하기
5.14(토) ~ 5.15(일)	<i>김주원</i> <b>허왕후</b> 김해시, (재)김해문화재단	토 19:30 일 16:00	공연정보 예매하기
5.20(금) ~ 5.22(일)	<i>G. Puccini</i> <b>라 보엠</b> (사)베세토오페라단	금,토 19:30 일 16:00	공연정보 예매하기
6.2(목) ~ 6.5(일)	<i>G. Verdi</i> <b>시칠리아 섬의 저녁기도</b> (재)국립오페라단	목,금 19:30 토,일 15:00	공연정보 예매하기

<한국소극장오페라페스티벌 공연일정>

틔발킬러	로미오 vs 줄리엣	리타	비밀결혼
4.23 (토) 7:30pm	4.24 (일) 5:00pm	4.27 (수) 7:30pm	4.26 (화) 7:30pm
4.28 (목) 3:00, 7:30pm	4.29 (금) 3:00, 7:30pm	5.1 (일) 3:00, 7:30pm	4.30 (토) 3:00, 7:30pm
5.7 (토) 3:00, 7:30pm	5.4 (수) 3:00, 7:30pm	5.6 (금) 7:30pm	5.3 (화) 7:30pm
		5.8 (일) 3:00pm	5.5 (목) 3:00pm

#### 4. 부산국제영화제

- 1) 소개
- 2) 조직구성<sup>52)</sup>



#### 3) 예산(2020년 기준)<sup>53)</sup>

- 부산국제영화제 조직위가 편성한 올해 예산은 119억5000만원. (국비 15억원과 시비 50억5000만원, 협찬 및 후원금 54억원)

#### 4) 기본 정보

- 시기: 매년 10월 중 약 10일에 걸쳐 진행됨
- 장소: 부산 영화의전당 포함 + 일반 영화관
- \* 2019년 영화의전당, CGV 센텀시티, 롯데시네마 센텀시티, 메가박스 해운대(장산), 동서대학교 소향씨어터, 롯데시네마 대영)

52) [https://www.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page\\_num=2799](https://www.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page_num=2799) (부산국제영화제 홈페이지, 검색일: 22.3.24.)

53) <https://www.joongang.co.kr/article/23926927#home> (중앙일보, 검색일: 22.3.24.)

- 프로그램

**\* 부산국제영화제**

**\* 아시아영화펀드<sup>54)</sup>** : 영화의 단단한 틀을 설계하는 시나리오 개발과, 제작 과정의 마지막을 장식하는 후반 작업 지원 및 새로운 시각을 담아내는 다큐멘터리 지원 등으로 구성되어 있습니다. ACF는 이처럼 다양한 영역의 지원을 통해 한국을 포함한 아시아의 재능 있는 감독들의 프로젝트 제작 및 완성에 실질적인 도움을 주고자 합니다. 전도유명한 작품의 발굴부터 완성까지 ACF의 체계적이고 입체적인 종합지원 시스템이 책임을 지고, 이후 아시아필름마켓, 아시아프로젝트마켓(APM) 등 부산국제영화제의 다양한 창구를 통해 배급 및 진출 활로를 열어줌

**\* 비프 필름 아카데미<sup>55)</sup>** : 기존 부산국제영화제에서 운영하였던 교육 프로그램의 장점과 부산의 영화 인프라를 연계, 확대하여 글로벌 영화 인재를 양성하기 위해 전통적 교육방식에 안주하지 않고, 실험적, 선진적 방식의 교육 프로그램을 개발, 운영

**\* 대학 연계 과정** - 연계 대학의 학위(학사/석사/박사) + BFA 수료증 취득, BIFF 이벤트 및 프로그램과 연계한 교육과정, 전문적이고 체계적인 유학생지원 시스템 제공

**\* 커뮤니티 비프<sup>56)</sup>** : 커뮤니티비프는 부산국제영화제 주치의 관객 주도 스피노프 페스티벌. 관객의 자발적 참여, 색다른 영화 보기 실험, 생활 거점으로서의 확산

**\* 프레스 서비스<sup>57)</sup>** : 언론인의 원활한 취재지원 위해 영화제에서 발행되는 모든 보도자료, 행사일정 및 변경내용 공지, 상영작 사진과 행사사진이 영화제 기간 중 매일 업데이트

**\* 아시아영화아카데미<sup>58)</sup>** : 아시아의 젊은 영화인 발굴과 아시아 영화인 네트워크 구축을 위해 만든 아시아 영화아카데미는 부산국제영화제와 부산영상위원회, GKL사회공헌재단이 공동으로 주최하는 교육프로그램. 아시아 각지에서 모인 예비 영화인들은 18일간의 AFA 기간 동안 단편영화 제작, 워크숍 및 멘토링 등의 다양한 프로그램에 참여합니다. 참가자들이 직접 완성하는 두 편의 단편영화는 제24회 부산국제영화제에서 공식 상영

**\* 아시아 콘텐츠&필름 마켓<sup>59)</sup>** : 영화·영상 콘텐츠 산업 전반을 아우르는 마켓으로 전세계의 다양한 영상콘텐츠를 거래할 수 있는 장. 국내외 영화·영상·엔터테인먼트 산업 관련 종사자에 한해 참가자격이 주어지는 전문 행사로 아시아프로젝트마켓(APM), 엔터테인먼트 지적재산권(E-IP) 마켓, 아시아콘텐츠어워즈(ACA) 등 다채로운 행사가 제26회 부산국제영화제 기간 동안 온라인으로 개최

**\* 아시아 프로젝트 마켓<sup>60)</sup>** : 기획개발 및 제작 중인 전 세계 극영화 프로젝트를 대상으로 하는 아시아 최초 그리고 최대의 투자 및 공동제작 마켓

**\* 포럼 비프**

5) 마케팅 요소

- 영화제(관계자)/시네필(전공생) 유료 배지

- 유명 영화배우 참석 및 관객과의 대화(액터스하우스) \* 생산자, 소비자 등 영화 생태계가 잘 만들어져있어서 가능한 듯

54) [https://acf.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page\\_num=4133](https://acf.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page_num=4133)

55) [https://bfa.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page\\_num=2664](https://bfa.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page_num=2664)

56) [http://community.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page\\_num=20305](http://community.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page_num=20305)

57) <https://press.biff.kr/kor/default.asp>

58) [https://afa.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page\\_num=994](https://afa.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page_num=994)

59) [https://www.acfm.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page\\_num=1324](https://www.acfm.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page_num=1324)

60) [https://apm.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page\\_num=1119](https://apm.biff.kr/kor/addon/10000001/page.asp?page_num=1119)

## 지역 내 오페라 극장 및 오페라 축제의 사회경제적 현상 (Portrait socio-économique des opéras et festivals d'art lyrique en région)

- 발간: 프랑스음악인노동조합
- 연구수행처: le cabinet Traces TPi

### [연구 수행 배경]

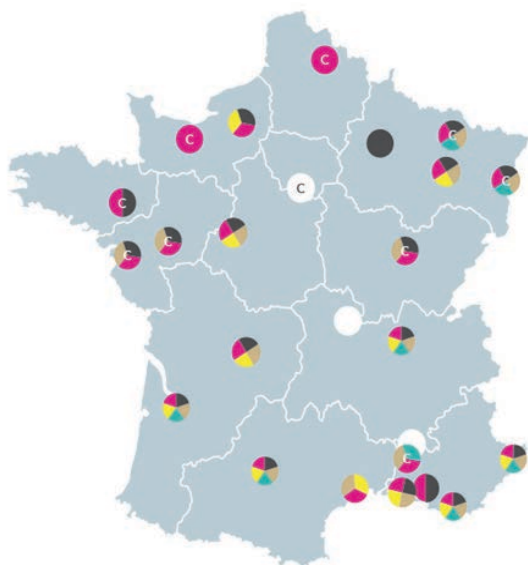
- 1789년 혁명 이전에 설립된 시립 극장 중 일부는 여전히 운영되고 있으며, 관객 수용 중
- 국가가 지방의 발전에만 관심이 있었다면, 지역의 이러한 오래된 기관들은 자신들이 지닌 문화적 책임을 다하고자 지속적인 노력을 해옴
- 이 연구를 통해 프랑스 공연예술 분야의 중요성을 조명하고자 함

### [연구 주요 내용]

- 22개의 오페라 극장 및 오페라 축제가 사회 경제적으로 미치는 영향을 수치화하고 있음
- 특히 고용을 통해 프랑스의 일반적인 라이브 공연 경제 뿐만 아니라 지방자치단체와 지역에 어떠한 활력을 불어넣는지 확인할 수 있음

### [연구방법]

- 범위: 프랑스 내 22개 "지역" 오페라 극장 및 축제
  - \* 19개 오페라 극장(오페라 하우스): 보르도, 디종, 릴, 리모쥬, 리옹, 마씨, 메츠, 랭(Reims), 렌느, 루엥 노르망디, 툴롱, 뚜르, 비시, 그랑아비뇽, 낭뜨양게르, 로렌느, 랑(Rhin), 몽뵈리에 옥씨따니, 강(Caen), 툴루즈
  - \* 3개 오페라 축제: 오랑주 페스티벌, 인터내셔널 페스티벌, 엑상프로방스 페스티벌
- 설문조사: 22개 공통질문 구조로 설계(대면설문 10개, 온라인 설문 9개, 혼합 3개)
- 설문대상: 2015-2016시즌 25,000명 이상의 관람객 대상 설문조사 실시, 11,680명 응답
  - \* 설문 응답자 분류 결과: 관광객, 구독자<sup>61)</sup>, 30세 미만의 관람객, 비구독자 등
  - \* 이들을 분석함으로써 지역에서 발생하는 경제적 이익에 대한 분석과 관중의 지출비용을 연구할 수 있음

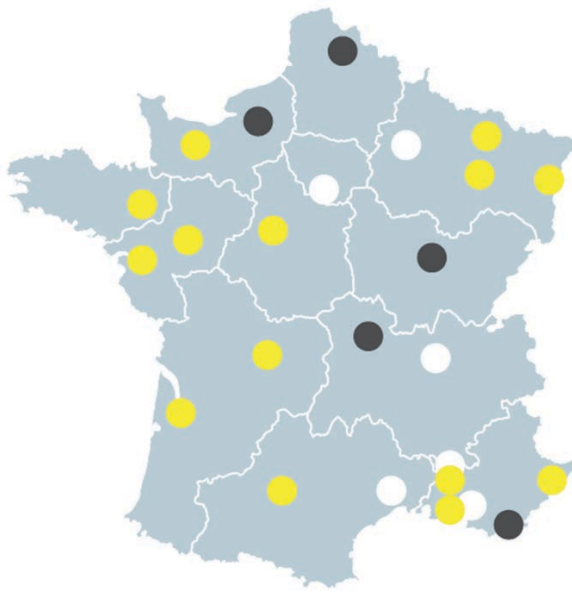


- 각각의 오페라 극장 및 페스티벌은 많은 적든 제작의 내부화 및 협력 의지에 관한 자금을 가변적으로 배치하고 있음
- 이러한 방법들은 각 기관의 경제 모델과 예술 프로젝트를 구성함

■ 발레 ■ 합창 ■ 오케스트라 ■ 의상 아틀리에  
■ 무대장식 아틀리에  영구적인 수단 없음  
 c 오케스트라와의 컨벤션

61) 오페라 축제에 지속적인 관심을 가지고 보는 사람들

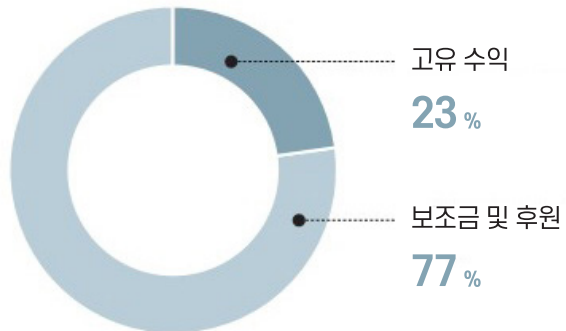
<관리 및 자금조달 방법>



- 지역 내 오페라하우스들은 매우 혼합된 형태를 보이고 있음. 그들은 활동, 제작, 도구, 팀, 다양한 지위(상태)에 따라 그룹핑될 수 있음
- 이런 역사적 다원성은 강점을 가지고 있으며, 활동의 다양성을 반영하고 있음

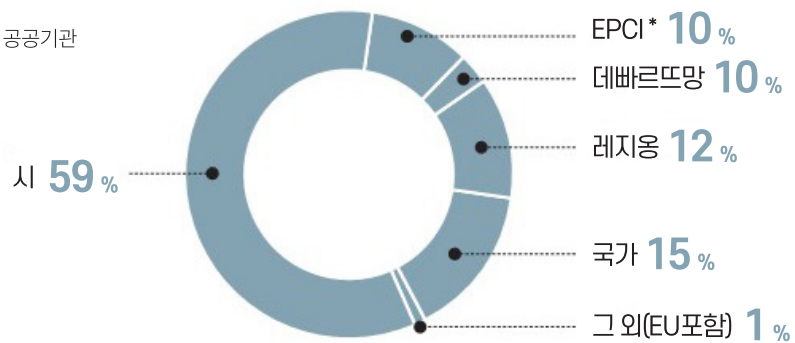
■ 공영 □ 민영 ■ 민간경영을 하는 공공시설

수익 분류



보조금 분류

\* EPCI : 꼬뮌간 협동 공공기관



**69 %**  
지역공동체로부터의 보조금 (시 + EPCI)

**41 %**  
데빠르뜨망 외 지역으로부터의 수입 총계

**54 %**  
데빠르뜨망 외 지역 고유수입 (지역에 관한 긍정적 경제에 해당)

주요 통계



부를 창출하는 영역

<p>지역보조금 1유로 당 오페라는 지역 경제 구조에 1.33 유로를 투입</p>	<p>티켓발권(티켓판매)에 지출되는 1유로 당 관람객들은 지역 상권에서 1.2유로를 지출</p>	<p>1유로 지역 보조금에 대해 1유로는 지역외부 공연예술가들에게 동일하게 투입</p>
---	---	--

협력



전체예산 중 예술 예산

**67** %

대중 요금

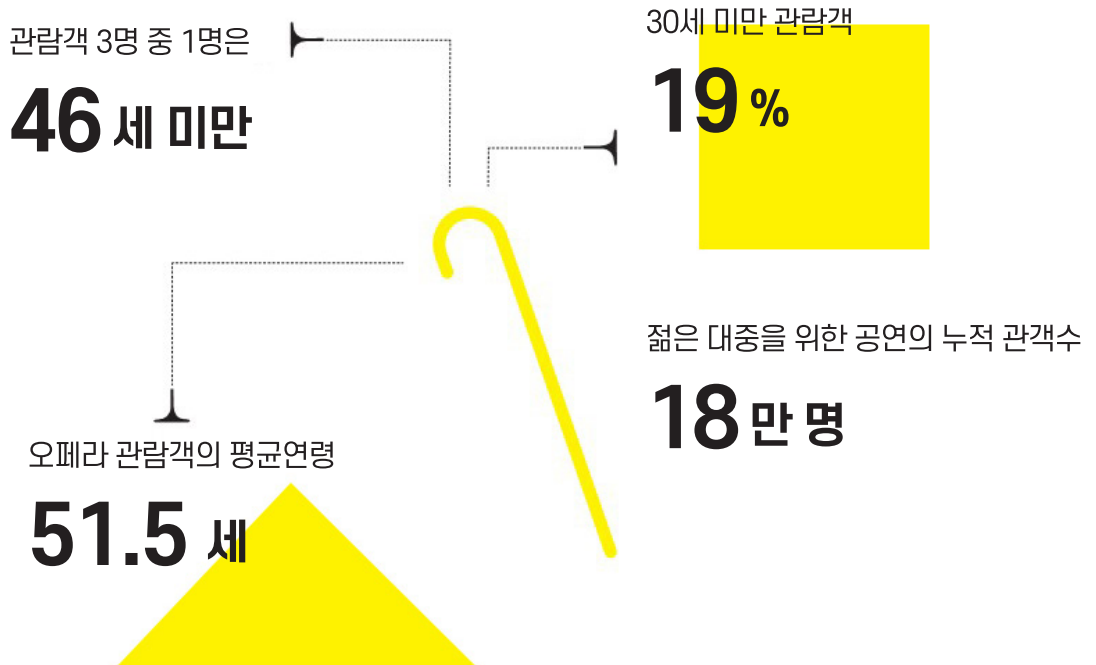


연간 200만명의 관람객 중

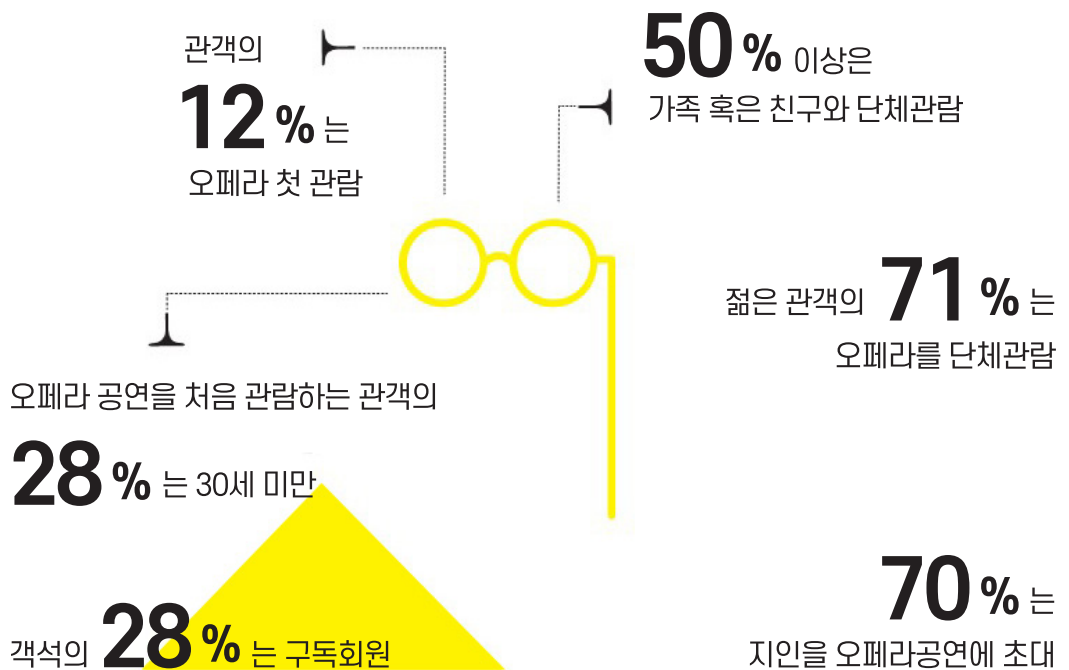
젊은 관람객 **18** 만명



오페라 극장에는 약 50만명에 달하는 30세 미만의 청년 관람객이 방문함. 이들은 초연 작품 관람, 전통적 혹은 디지털 혁신의 관점에서 실험적인 작품 관람을 위해 오페라 극장과 페스티벌을 방문함

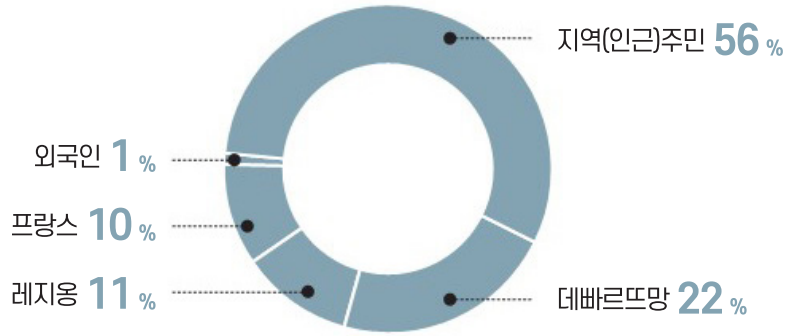


관객 분석

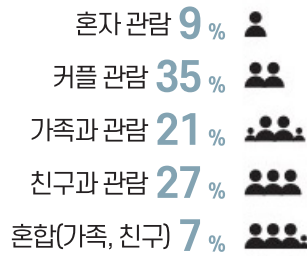


오페라 극장과 페스티벌은 관객과 밀접한 관계를 맺고 있는데, 이 관객들은 다양한 문화적인 활동을 하는 등 역동성을 보여 주며, 그만큼 문화에 태생적으로 관심이 많음

관객의 **44%**는 오페라 극장권 거주자가 아님



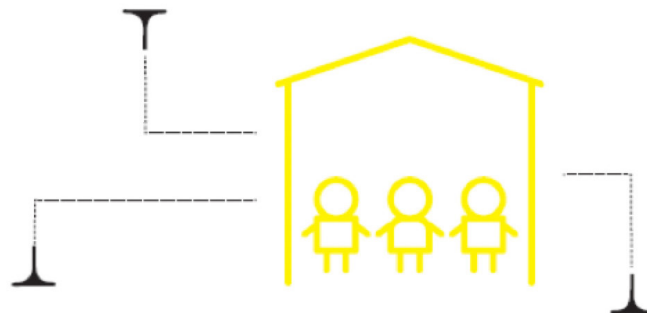
관객들이  
오페라 극장  
(페스티벌)에  
오는 형태



영향을 받는 사람들

**250,000명**

**80%**는 학생



혜택을 받은 학교

**2,500**개소

젊은 대중을 위한 공연의 누적 관객수

**18만명 이상**

오페라 극장으로부터의 평균 거리

**26km**

## 오페라 축제 연구 관련 통계 자료 조사

### 1. 오페라 관련 통계 수치

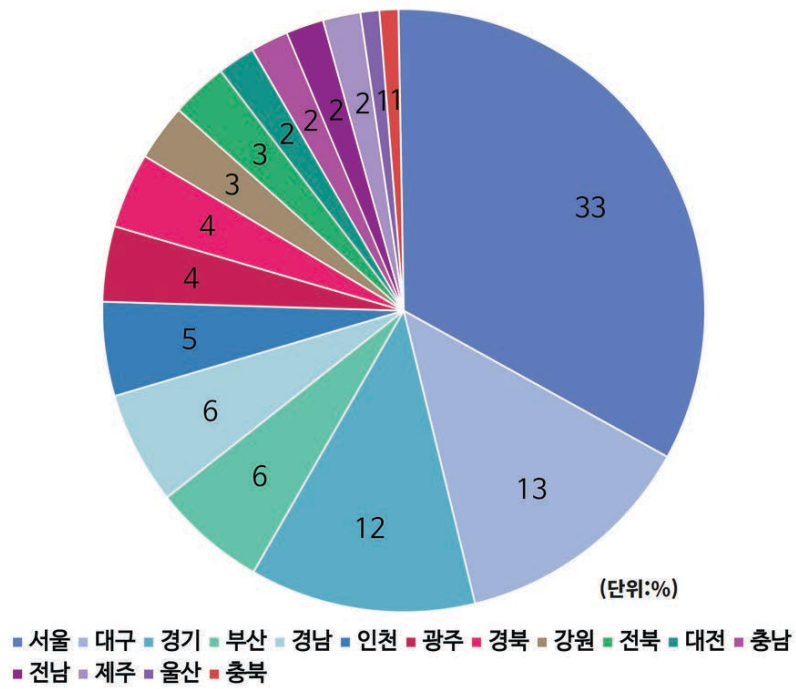
- 2018, 2019 17개 시·도 오페라 공연 건수 및 횟수<sup>62)</sup>

구분	2018		2019	
	공연 건수(건)	공연 횟수(회)	공연 건수(건)	공연 횟수(회)
전국	362	658	317	517
서울특별시	120	254	84	177
부산광역시	21	55	17	27
대구광역시	48	78	23	39
인천광역시	18	26	15	30
광주광역시	13	26	6	12
대전광역시	7	25	10	18
울산광역시	5	6	11	12
세종특별자치시	1	1	4	4
경기도	45	69	42	62
강원도	12	14	13	14
충청북도	5	9	7	9
충청남도	8	10	14	16
전라북도	12	16	7	8
전라남도	7	7	6	8
경상북도	13	17	22	30
경상남도	20	32	29	38
제주특별자치도	7	13	7	13

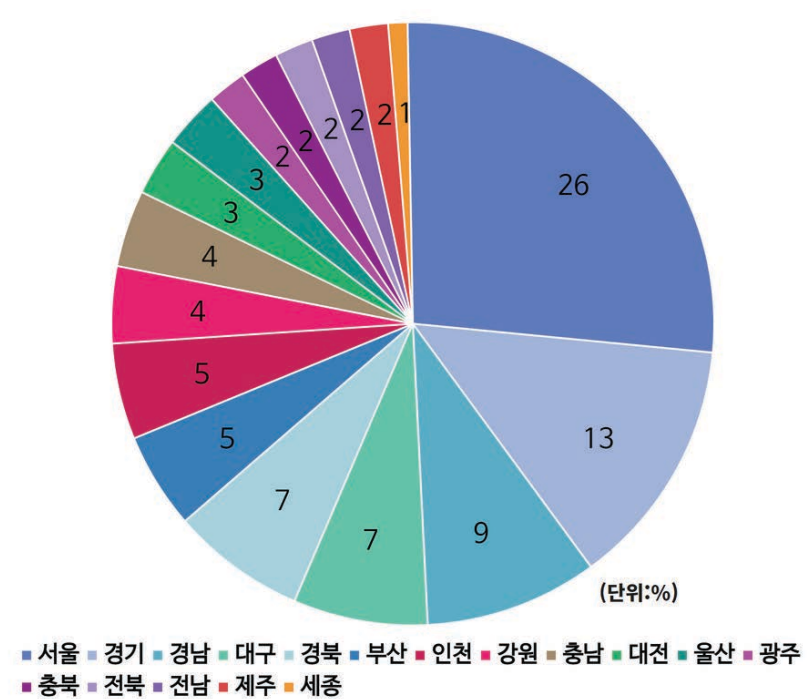
구분	2018	2019
경상권 내 부산광역시 공연 건수 비율(%)	19.6	16.6
경상권 내 부산광역시 공연 횟수 비율(%)	29.2	18.4

62) 출처 : 통계청, 한국문화예술위원회, 문화예술활동현황조사, 17개 시도 양악 세부 장르별 공연 건수 및 횟수

<2018 17개 시·도 오페라 공연 건수 비율>

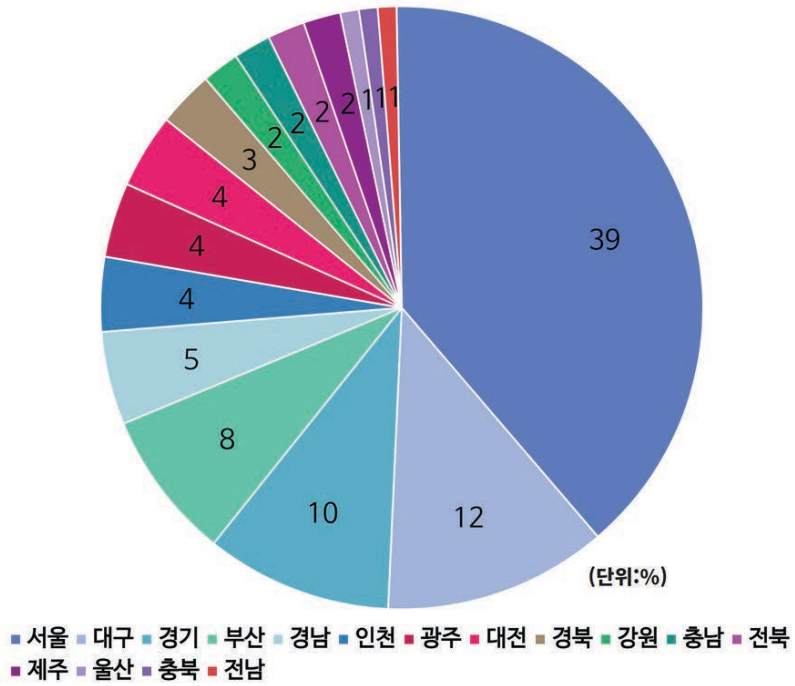


<2019 17개 시·도 오페라 공연 건수 비율>

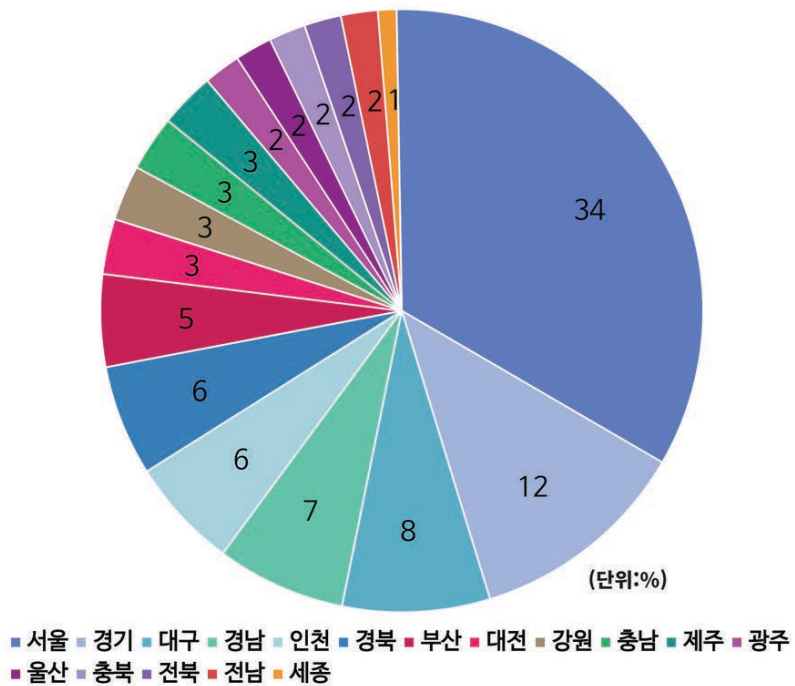


-부산은 17개 시·도 오페라 공연 건수 중 약 5~6%의 비율을 차지하고 있음

<2018 17개 시·도 오페라 공연 횟수 비율>



<2019 17개 시·도 오페라 공연 횟수 비율>



-부산은 17개 전체 시·도 오페라 공연 횟수 중 약 5~8%의 비율을 차지하고 있음

- 2018, 2019 전국 오페라 공연 건수/일수/횟수/관객수/유료관객비중/평균티켓가격<sup>63)</sup>

2018	공연 건수 (건)	공연 일수 (일)	공연 횟수 (회)	관객 수 (명)	유료관객비중 (%)	평균티켓가격 (원)
전국	433	688	754	353,480	46.4	25,070
서울	155	273	296	151,014	48.1	32,883
경기/인천	41	74	87	43,085	48.3	23,575
강원	13	13	13	5,470	15.9	10,000
충청	16	21	22	13,115	20.7	22,473
전라	84	94	100	24,049	41.2	21,510
경상	113	193	214	107,486	48.8	23,362
제주	10	19	21	9,261	49.5	17,628

2019	공연 건수 (건)	공연 일수 (일)	공연 횟수 (회)	관객 수 (명)	유료관객비중 (%)	평균티켓가격 (원)
전국	400	648	714	375,464	41.8	24,423
서울	116	208	219	137,417	50.1	28,856
경기/인천	54	82	91	39,012	55.5	28,721
강원	37	75	94	24,406	15.4	16,941
충청	46	69	82	55,587	17.3	17,297
전라	36	51	55	29,456	48	20,266
경상	102	150	159	80,389	43.3	25,294
제주	9	13	15	9,197	47.1	16,574

- 2018, 2019 오페라 공연 당 공연 횟수

지역	전국	서울	경기/인천	강원	충청	전라	경상	제주
2018	1.74	1.91	2.12	1.00	1.38	1.19	1.89	2.10
2019	1.79	1.89	1.69	2.54	1.78	1.53	1.56	1.67

- 2018, 2019 부산 오페라 공연 관객 수 추정치<sup>64)</sup>

구분	2018	2019
관객 수	약 31,385명	약 14,791명

63) 출처: 통계청, 문화체육관광부, 공연예술조사, 공연시설 : 지역별 장르별 공연건수/일수/횟수/관객수

64) (2018, 2019 경상권 관객 수)를 (경상권 내 부산광역시 공연 횟수 비율)로 나눔

2. 부산 관광 관련 수치<sup>65)</sup>

- 2018, 2019 부산 관광객 수(내국인, 외국인)

(단위 : 천 명)

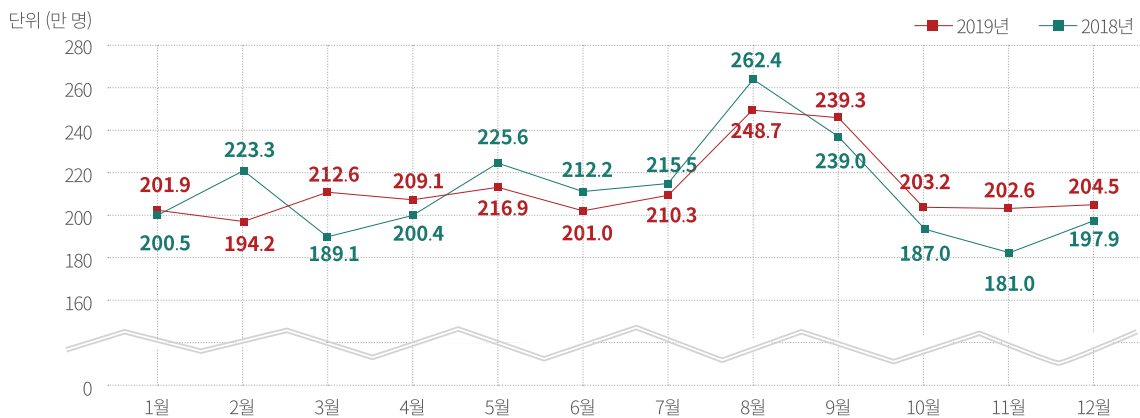
2018		2019	
내국인	외국인	내국인	외국인
25,443	2,473	25,339	2,687

-내국인 관광객 특징 요약

- \* (성별) 남성(59%)이 여성(41%)보다는 방문비율이 높게 나타남
- \* (지역별) 경남(796만명), 경기(348만명), 울산(320만명), 서울(297만명) 순으로 방문
- \* (연령대별) 40대(575만명), 30대(531만명), 50대(496만명)의 순으로 방문율이 높음
- \* (방문지역별) 해운대해수욕장(793만명), 서면일원(776만명), BIFF광장 일원(747만명) 순임

- 월 관광객 수 : 가장 많은 기간은 8월, 9월, 5월 순임

구분	월 관광객		
	2019	2018	증감률
합계	25,339,926	25,443,141	△0.4
1월	2,004,650	2,018,577	△0.7
2월	2,233,200	1,941,555	15
3월	1,891,274	2,126,125	△11.0
4월	2,004,245	2,090,515	△4.1
5월	2,255,951	2,169,438	4
6월	2,121,835	2,010,464	5.5
7월	2,154,733	2,103,433	2.4
8월	2,623,815	2,486,590	5.5
9월	2,390,193	2,392,786	△0.1
10월	1,870,221	2,032,221	△8.0
11월	1,810,387	2,026,371	△10.7
12월	1,979,424	2,045,066	△3.2



65) 2019년 부산관광산업 동향분석(부산광역시, 2019)

- 시도별 부산 방문 관광객 체류 기간 : 1박 2일 가장 많고, 다음이 2박 3일

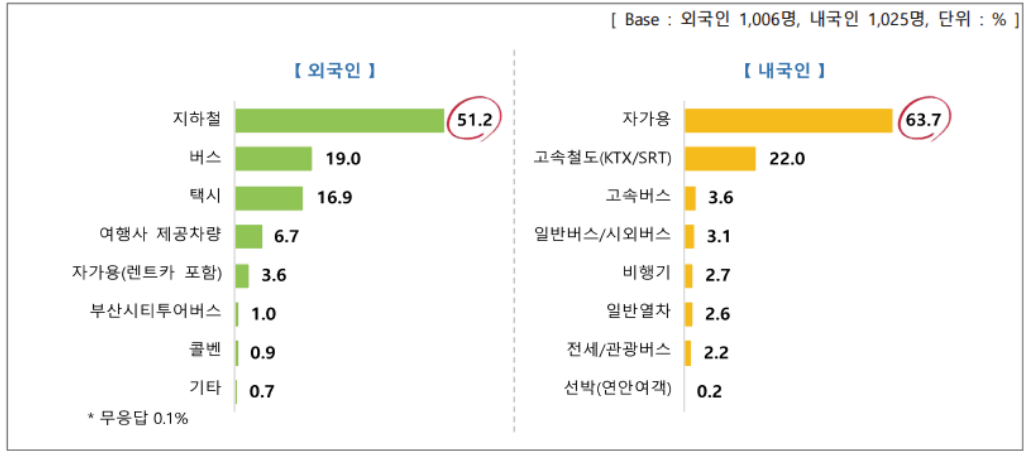
시도	2019	2018	시도	2019	2018
강원	1.75	1.93	세종	1.46	1.38
경기	1.35	1.28	울산	0.71	0.78
경남	0.6	0.71	인천	1.90	2.28
경북	1.18	1.34	전남	1.44	1.64
광주	1.19	1.10	전북	1.33	1.36
대구	0.91	0.90	제주	2.23	2.75
대전	1.23	1.17	충남	1.45	1.44
서울	1.47	1.44	충북	1.41	1.43

- 주요 관광지 방문 현황

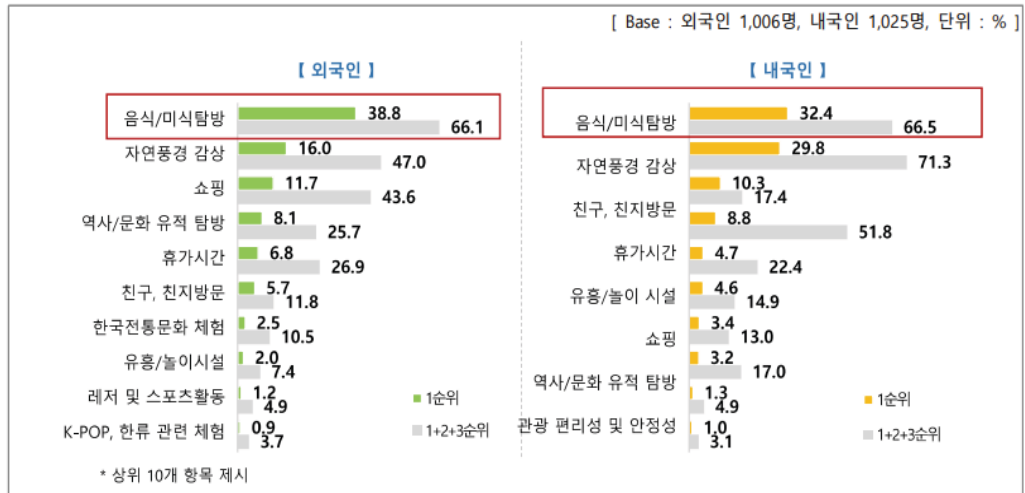
주요 관광지	2019	2018	증감률	주요 관광지	2019	2018	증감률
해운대 해수욕장	7,938	9,010	△11.9	렛츠런파크	1,343	1,610	△16.5
부산 서면	7,761	10,588	△26.7	송도 해수욕장	1,181	1,175	0.6
BIFF광장 일원	7,471	8,880	△15.9	태종대	1,103	1,147	△3.9
자갈치 국제시장	6,978	8,280	△15.7	흰여울 문화마을	828	675	22.8
동백섬 일원	5,076	3,714	36.7	달맞이 고개	766	976	△21.5
센텀시티	5,016	5,326	△5.8	오륙도, 이기대	552	571	△3.2
전포카페거리	3,929	5,827	△32.6	감천문화마을	449	559	△10.6
마린시티	3,825	3,585	6.7	아미산전망대	484	583	△17.0
광안리해수욕장	3,739	3,646	△24.9	다대포 해수욕장	425	500	△15.0
민락수변공원	2,527	3,330	△24.1	국립해양박물관	317	275	15.8
부산시민공원	1,670	1,134	50.0	을숙도	216	230	△6.10
송정해수욕장	1,638	2,071	△20.9	황령산 봉수대	117	103	13.4
해동 용궁사	1,610	1,215	32.5	범어사	103	69	49.3



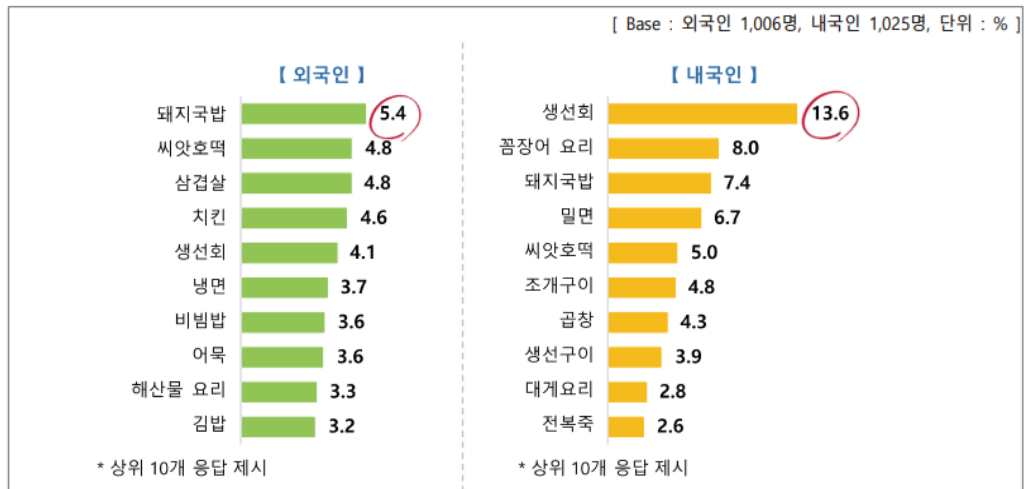
- 부산 관광 중 주로 이용한 교통수단 : 주차 관련 아이디어 필요<sup>66)</sup>



- 부산을 관광지로서 선택 시 주 고려요인 : 음식/미식탐방(파인다이닝 보다 로컬맛집 위주)



- 경험한 음식



66) 이하의 내용은 2019년 부산방문 관광객 실태조사(부산광역시, 2019)의 내용을 참고함

- 2018 오페라 통계 (KOPIS)

	개막편수(편)		상연횟수(회)		예매액(천 원)	
	수	비율	수	비율	수	비율
인천	1	1%	2	1%	390	0%
서울	64	52%	142	52%	3,535,907	79%
경기	4	3%	8	3%	25,146	1%
강원	-	0%	-	0%	-	0%
충북	-	0%	-	0%	-	0%
충남	-	0%	-	0%	-	0%
세종	-	0%	-	0%	-	0%
대전	6	5%	17	6%	151,469	3%
전북	4	3%	4	1%	30,624	1%
전남	1	1%	2	1%	810	0%
광주	5	4%	9	3%	48,751	1%
경북	2	2%	3	1%	6,551	0%
경남	2	2%	3	1%	5,296	0%
대구	25	20%	58	21%	651,611	15%
울산	-	0%	-	0%	-	0%
부산	7	6%	20	7%	12,944	0%
제주	3	2%	7	3%	15,886	0%
전국	124	100%	275	100%	4,485,385	100%

- 2019 오페라 통계 (KOPIS)

	개막편수(편)		상연횟수(회)		예매액(천 원)	
	수	비율	수	비율	수	비율
인천	4	2%	7	2%	45,499	1%
서울	90	38%	170	42%	2,684,043	65%
경기	27	11%	34	8%	175,384	4%
강원	5	2%	6	1%	13,738	0%
충북	2	1%	4	1%	3,528	0%
충남	6	3%	7	2%	17,482	0%
세종	-	0%	-	0%	-	0%
대전	8	3%	21	5%	243,376	6%
전북	4	2%	7	2%	10,930	0%
전남	3	1%	5	1%	52,913	1%
광주	8	3%	14	3%	121,218	3%
경북	9	4%	10	2%	15,677	0%
경남	6	3%	9	2%	40,926	1%
대구	32	13%	57	14%	394,464	10%
울산	7	3%	8	2%	72,904	2%
부산	25	10%	38	9%	209,539	5%
제주	3	1%	5	1%	35,479	1%
전국	239	100%	402	100%	4,137,100	100%

## FGI 내용 정리

### 질문1. 부산 오페라/공연예술 현황

	주요내용
1, 2차 민간 오페라단	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전국 수준에 미치지 못하는 열악한 재정 지원</li> <li>• 전국 최하위 티켓 판매율</li> <li>• 제작 환경의 구조적 문제로 인한 예술가 개런티 문제</li> </ul>
3차 예술단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서울, 대구와 같은 조직화된 기관의 부재로 기형적 제작 환경 시스템</li> </ul>
4차 2030 젊은 예술인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 전체 음악계의 침체</li> <li>• 입시 정원 미달로 미래 성악가 배출이 어려운 실정</li> <li>• 기획, 홍보/마케팅 미흡으로 인한 대중화 실패</li> </ul>
5차 공연기획 및 문화예술행정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오페라 시장성에 대한 냉정한 재고가 필요한 시점</li> </ul>
6차 시민대표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통계 지표상(약 2만 명)에 못 미치는 체감 유료 관객</li> </ul>
7차 부산 축제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산 시내 공연장 자체의 부족</li> <li>• 극장 중심 공연예술과 별개로 활발한 거리예술에 대한 긍정적 시각</li> </ul>
8차 관광-마이스 전문가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공연예술축제-관광 연계 현황에 대해서 논의 결과, 현재 부산 공연예술축제-관광 연계 사례는 부재하며, 축제 관광 마케팅 시스템 또한 부족한 실정</li> </ul>

### 질문2. 관객 개발 방안

	주요내용
1, 2차 민간 오페라단	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장르 특성을 고려한 예술지원 사업 필요성 강조</li> <li>• 전국 수준의 재정 지원</li> <li>• 교육청 연계 미래 관객 개발</li> <li>• 오페라 시민 교육 프로그램 기획 - 관객 눈높이에 맞춘 오페라의 인문학적 요소 발굴</li> <li>• 스타 마케팅, 지역 지형적 특성(해변 및 수변)을 살린 야외무대 활용</li> </ul>
3차 예술단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스타 마케팅</li> <li>• 교육청 연계 미래 관객 개발관의 부재로 기형적 제작 환경 시스템</li> </ul>
4차 2030 젊은 예술인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 화려한 무대 예술로 관객 유입 방안 모색</li> <li>• 제2 창작물, 연출, 기획에 대한 고민 필요</li> <li>• 관객 감상력 교육 프로그램 기획</li> <li>• 부산만의 시그니처 오페라 공연 제작 - '아레나 디 베로나 페스티벌'의 투란도트 사례 제시</li> </ul>
5차 공연기획 및 문화예술행정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오페라 하우스 개관 전, 관객 교육 프로그램 시행</li> </ul>
6차 시민대표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오페라 제작 노하우를 집적시킨 축제 개발 필요</li> </ul>
7차 부산 축제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영유아, 유년기 아동 대상의 지속 가능한 문화예술사업에 대한 기획 및 장기적 지원</li> <li>- 영유아 전용 극장과 같은 특화된 공간 필요성 강조</li> <li>• 타 지역과 연계해 지역 내 새로운 예술가 유입으로 이슈 생산</li> </ul>
8차 관광-마이스 전문가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오페라 축제-부산 관광의 연계 방법</li> <li>• 축제 규모가 작아도 자체 수익을 창출해낼 수 있는 모델을 구축해야함.</li> <li>• 공연 시장성 개발로 관광 연계 방안 모색, 무료 초대권 배부 근절</li> <li>• 축제 카드 발급</li> <li>• 대중교통 PASS권 (탈거리) 연계 상품 개발</li> </ul>

**질문3. 축제 프로그램 구성**

	주요내용
1, 2차 민간 오페라단	• 야외공간을 활용한 찾아가는 오페라
3차 예술단체	• 예술가 개런티 확보를 위한 표준계약서 작성 • 야외 오페라, 오페라 스토리텔링 기반 관광로드 개발 • 미래 지향적인 공연 제작 투자 필요 - 기술 융합 무대 설치, 메타버스 활용 등 • 인터미션 시간을 확보한 야외피크닉, 미식 연계 프로그램
4차 2030 젊은 예술인	• 축제 시그니처 상품(굿즈) 판매
5차 공연기획 및 문화예술행정	• ‘오페라하우스 시범 운영제’를 도입해 면밀한 관객 분석을 토대로 한 축제 프로그램 구상에 대해 강조 • 기초 예술(연극/무용/합창/발레)축제 연계 방안 모색 - 에딘버러 페스티벌 사례 제시, 타 장르 관객 유입 가능
6차 시민대표	• 오페라하우스의 제작 극장화 여부 및 운영주체 결정 이전에 오페라 축제 구상은 시기상조
7차 부산 축제	• 축제에 인문학적 요소를 더해 마케팅 요소를 추출하여 프로그램 구성 제안 • 인터미션 시간을 확보한 야외피크닉, 미식 프로그램 연계 프로그램 • 축제간 연계, 관광 연계 프로그램 제시 - 대상별, 부산 지역 특성을 고려한 관광지 선출, ‘부산콘텐츠마켓’ 연계로 예술가들의 상호 협력장 조성
8차 관광-마이스 전문가	• 오페라하우스가 유니크베뉴로 안착하기 위한 전략 논의 결과, 명확한 볼거리, 다양한 공연 프로그램으로 외국인뿐만 아니라 내국인 관객을 유입할 수 있어야 함. • 오페라하우스를 유니크베뉴로 설정하기에는 작은 오페라단, 작은 공연장과 연계하는 축제 방안과 상충하는 부분이 있음. 대구 오페라축제처럼 오페라하우스 중심의 축제를 진행해야 유니크베뉴로서 의미가 발생함

**질문4. 전문 인력 양성**

	주요내용
1, 2차 민간 오페라단	• 제작 인프라 구축 - 학계와 연계하여 무대 및 의상 전문 디자이너 양성, 창작자 육성 필요 • 상근제 도입으로 예술가 생활권 보장 및 오페라 공연 인력 개발 필요 • 무대 수장고, 연습 공간 필요성에 대해 강조
3차 예술단체	• 제작 인프라 구축 - 공연 소품 및 의상 관리-대여 시스템 구축 (환경오염 완화 기대) - 해외 전문 무대 디자이너, 연출가와 지역 인력과의 교류 방안 제시
4차 2030 젊은 예술인	• 음악, 영상, 무용, 발레 등 다양한 분야의 시상 프로그램 - 소셜 미디어를 이용한 어워즈 진행으로 마케팅 파급 효과 기대 • 무대 제작 기술, 연출, 홍보 관련 커리큘럼 개발, 미래 세대 부산 성악가 양육
5차 공연기획 및 문화예술행정	• 상주 직원제 도입으로 축제 인력의 전문성 강화
6차 시민대표	• 예술가들의 경쟁 위주의 오디션보다 인큐베이팅 시스템 정착에 대한 필요성 강조
7차 부산 축제	• 제작 인프라 구축 - 기획자 양성 필요 • 예술가 재교육이 필요한 시점, 세계적인 아티스트들과의 교류로 기회 확장 제공 필요 • 중복된 인력양성 프로그램의 문제점 지적 - 강의 위주보다는 실무적 능력을 기를 수 있는 프로그램 도입 필요 • 공연예술학교 건립 제안
8차 관광-마이스 전문가	• 공연 마케팅-홍보 인력의 부족, 마케팅과 자원 조달 시스템 필요

**질문5. 협찬·후원/회원제 운영**

	주요내용
1, 2차 민간 오페라단	<ul style="list-style-type: none"> <li>기업 메세나 적극 이용, 홍보대사 위촉 - 시와 연계해 기업에 파격적인 세제혜택 제공</li> <li>카드사, 통신사 연계 포인트제 적극 이용</li> <li>유럽 극장 회원제 현황 공유 - 회원 등급 A~Z별로 구분, 회원 등급별 커뮤니티 조성</li> </ul>
3차 예술단체	<ul style="list-style-type: none"> <li>마케팅 연계 추진</li> </ul>
4차 2030 젊은 예술인	<ul style="list-style-type: none"> <li>‘오페라하우스 시범 운영제’를 도입해 관객 분석을 토대로 기업 ‘네이밍 스폰서십’ 제안</li> <li>축제 프로그램 연계 ‘프로젝트 스폰서십’ 제안</li> <li>협찬과 관련한 주도면밀한 축제의 산업적 연구 필요 강조</li> </ul>
5차 공연기획 및 문화예술행정	
6차 시민대표	<ul style="list-style-type: none"> <li>규모가 큰 메인 스폰서에 의존할 경우, 해당 기업 후원 중단 시 영향 우려</li> <li>일반시민 대상 소액 후원 증액에 긍정적 시각</li> </ul>
7차 부산 축제	<ul style="list-style-type: none"> <li>‘프로젝트 스폰서십’ 도입</li> <li>마케팅적 요소 발굴로 축제 프로그램과 연계하여 축제측에서의 선제적·적극적 접근 필요</li> </ul>
8차 관광·마이스 전문가	<ul style="list-style-type: none"> <li>오페라 축제와 관광·마이스업계(여행사, 숙박시설, 항공사 등)의 협력을 위해 필요한 사항 논의 결과 - 항공사, 호텔의 경우 협약이 순조로울 것이나 여행사의 경우 커미션(인두세)을 요구하는 경우가 많아 협약 체결 시 조건을 면밀하게 검토해야 할 것</li> <li>여행사의 경우, 시설 주차공간 확보에 대한 이슈가 있음</li> </ul>

**질문6. 오페라 제작 비용 및 티켓 가격 책정**

	주요내용
공통의견	<p><b>[오페라 제작 비용]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>대형 작품 기준(오케스트라단 최소 50인 이상) 평균 3억 원</li> <li>소형 작품 기준 5천만 원~ 1억 5천만 원 가량</li> <li>시스템에 많은 지출이 발생하여 예술인 개런티 보장이 어려운 실정임을 호소</li> <li>예술인 개런티 보장을 위해서 기형적 구조 개선 시급</li> </ul> <p><b>[오페라 축제 재정 지원 및 예산 규모]</b> ※ 5차 공연예술 전문가 FGI 내용 중</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>일본의 신국립극장의 경우 국가 지원 예산 60%</li> <li>전 세계 성공한 극장의 재정자립도는 대략 40% 수준</li> <li>대구 오페라 축제의 경우 전체 약 20억의 예산 소요</li> </ul> <p><b>[티켓 가격 책정]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>티켓 가격 책정과 관련해서는 부산 실정에 맞게 조정할 필요가 있음</li> </ul> <p>※국내 클래식 공연의 경우, 3~4등급으로 좌석을 구분하나, 해외의 경우 다양한 티켓 권종으로 장르의 접근성을 확장함</p>

질문7. 축제 시기 및 기간, 장소

	주요내용
공통의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국제 교류, 시외 관광객 유입 목적으로 7-8월 여름 기간을 적정 시기로 선정</li> <li>• 북항 외 부산의 지형적 특성을 이용한 야외무대(해변 및 수변), 지역 문화회관과 유니크베뉴(소극장, 갤러리, 카페, 야외광장무대 등)를 활용한 다양한 장소 활용</li> <li>• 야외무대를 고려할 경우, 부산의 기후적 특성에 대한 우려와 부산 도시 전체 축제 시기를 고려해 5월이 적절하다는 일부 의견 수렴</li> <li>• 오페라 현황과 제작 여건, 공연 진행 등을 고려하여 한 달동안 4 작품이 적절하다고 판단</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기후(바람)로 인한 야외 관람 방해 요소 제거</li> <li>- ‘오페라 하우스’ 실내 공연장 적극 이용</li> <li>- 야외공연장 건축 시 고려해야 할 사항</li> <li>- 기후(바람)로 인한 사고 예방 지출 절감 목적</li> <li>• 부산 도시 전체 축제 흐름 속에서 오페라 축제의 역할에 대해 심도 있는 고민 필요</li> <li>• 교통편을 고려한 공간 섭외</li> <li>• 불꽃 축제와 연계 방안 고려해 10월-11월 시기가 적절하다는 의견이 있었음</li> </ul>



## 부산 오페라 축제 구상 연구

발행인 이미연

발행처 (재)부산문화재단

연구기획 및 수행 (재)부산문화재단 정책연구센터

발행일 2022. 12. 20.

디자인 올드뉴스

### 부산문화재단

부산광역시 남구 우암로 84-1

홈페이지 <http://www.bscf.or.kr>

전화 051-745-7205~8(정책연구센터)

“이 보고서는 책임 연구자(정책연구센터장 조정윤)의 견해로 부산시, 부산문화재단의 정책적 입장과는 다를 수 있음을 밝혀 드립니다. 또한, 동 보고서는 연구자가 오랜 세월 연구조사 한 해외 오페라 하우스 및 축제 내용을 바탕으로 한 구상 연구 보고서로 내용을 인용 할 경우 반드시 출처를 밝혀 주시며, 무단 전재나 복제는 엄격히 금합니다.”

위 저작물은 공공저작물로서 “공공누리 - 출처표시 - 상업적이용금지 - 변경금지”를 준수할 경우 자유롭게 이용할 수 있습니다.

