

소상공인 디지털 마케팅 역량 강화

전주시·전주정보문화산업진흥원, 디지털 커머스 전문기관 구축·운영 공모 선정

최근 라이브 커머스의 성장세가 커지고 있는 가운데 전주시가 지역 내 소상공인들의 온라인 마케팅 역량을 강화하기로 했다.

전주시와 전주정보문화산업진흥원은 최근 중소벤처기업부의 '소상공인 디지털 커머스 전문기관 구축·운영사업'에 선정돼 오는 2025년까지 디지털 커머스 전문인력 양성에 나선다고 24일 밝혔다.

올해 국비 12억 원 등 총 17억 원이 투입되는 사업은 디지털 커머스 인프라인 구축하고 라이브 커머스 진행과 온라인 홍보 콘텐츠 제작을 도와 지역 내 소상공인들의 디지털 마케팅 역량을 강화하는 게 핵심이다.

우선 시는 팔복동 소재 구 청소년자

유센터를 리모델링해 디지털 커머스 전문기관을 구축하기로 했다.

2,065.63㎡(625평) 규모의 이 공간에 소상공인들의 라이브 커머스 지원을 위한 스튜디오 2곳과 녹음실, 편집실, 교육장, 공유오피스 등을 조성할 예정이다. 전문인력 양성 교육과 홍보 콘텐츠 제작 교육 등도 지원하기로 했다.

이와 함께 시는 침체된 관광산업에 활력을 불어넣을 수 있도록 문화관광 분야 기획상품 개발을 추진한 뒤 국내 우수 소규모 사업자인 NS홈쇼핑의 라이브커머스 채널과 연계한 온라인 마케팅에도 주력하기로 했다.

이에 앞서 시는 소상공인 15명을 대상으로 디지털 경영 전환을 돕기 위한 라이브 커머스 역량강화 교육을 진행

했으며, 네이버 라이브 쇼핑을 통해 레깅스, 보드게임, 핸드워시 등 생상품을 판매할 수 있도록 지원하기도 했다.

또 지난 2018년부터 추진해온 스마트 미디어센터의 1인 미디어 크리에이터 양성교육을 통해 119명의 크리에이터를 양성했다.

김승수 전주시장은 "코로나 이후 달라진 경제 상황에 대비하고 침체된 지역경제를 활성화하기 위한 수단으로 디지털 커머스가 핵심적으로 중요해졌다"며 "소상공인들의 홍보·마케팅을 지원하고 판로를 열어줌으로써 지역경제를 살리고 신산업 분야 일자리 창출을 주도해 나가겠다"고 말했다.

/김윤상 기자

'꽃보다 선비, 전주동헌을 거닐다'

전주전통문화연수원, 6월 12일~11월까지 선비문화 체험프로그램 운영

"전주한옥마을에서 자녀와 함께 선비문화를 체험하세요."

전주전통문화연수원은 다음 달 12일부터 오는 11월까지 '꽃보다 선비, 전



전주한옥마을에서 즐기는 1일 선비체험 활쏘기 모습.

주동헌을 거닐다' 프로그램을 운영한다.

이 프로그램은 ▲선비가 선비를 만나다, 사상경례(예절체험) ▲선비의 심신단련 활쏘기, 궁궁체험 ▲선비의 호연지기, 말타기 ▲사진에 담긴 선비의 열, 기념사진 찍기(한복 사진촬영) 등으로 구성됐으며, 1회당 12명(자녀 동반 시 4학년 이상)으로 제한해 운영된다.

참가비는 1인당 2만 원으로, 희망자는 전주전통문화연수원 홈페이지(www.dongheon.or.kr)에서 신청할 수 있다.

다음 달에는 12일과 19일 두 차례 진행될 예정이다. 행사일시 등 기타 자세한 사항은 전화(063-281-5271~4)로 문의하면 된다.

허갑수 전주시 한옥마을지원과장은 "이번 프로그램을 통해 코로나19 장기화로 지쳐 있는 시민과 전주한옥마을을 찾는 관광객들에게 정신적 차이를 돕고 활력을 되찾아주는 기회가 되길 바란다"고 말했다.

/김윤상 기자

농산물 활용 전주 대표 관광식품 상품화 위해 동네빵집에 기술이전 추진

전주시가 지역 특산품인 미나리를 활용해 만든 가공식품을 상품화한다.

전주시농업기술센터(소장 황권주)는 미나리빵과 쌀초콜릿 등 우리 농산물을 활용해 개발한 가공식품을 전주를 대표하는 관광식품으로 상품화할 수 있도록 지역 내 제과점에 기술이전을 한다고 24일 밝혔다.

시는 기술을 전수받을 지역 내 제과

점을 모집한 뒤 다음 달부터 기술이전 교육에 나설 예정이다. 식품 표준화 및 네이밍 등의 단계를 거쳐 본격적인 제품 판매에 들어가기로 했다. 시는 소비자 반응을 수렴해 가공식품 제조 과정에 반영되도록 한다는 방침이다.

기술이전 대상은 지역 내 제과점 중 영업신고 후 동일 장소에서 15년 이상 운영한 자로, 대형 프랜차이즈가 아닌

지역 동네빵집만 가능하다. 이전 비용은 무료다.

시는 오는 28일까지 기술이전 교육을 받을 제과점을 모집하기로 했다. 희망업소는 교육신청서와 영업신고서 등을 구비해 전주시농업기술센터 먹거리정책과(완산구 기린대로 213)로 방문하거나 전화(063-281-6736)로 신청하면 된다.

/김윤상 기자

'전주 문화관광 콘텐츠' 해외언론 주목

전주다움 토대로 한 한식·한옥·한옥마을 등 관광자원 소개 소프트웨어 키워

대한민국 관광거점도시인 전주의 문화관광 콘텐츠가 세계 101개국에 송출되는 글로벌 방송사인 아리랑 TV를 통해 소개되는 것은 그만큼 대한민국이 자랑하고 싶은 도시, 세계인들이 오고 싶은 도시가 됐다는 것을 의미한다. 이미 전주는 아리랑 TV 등 국내 언론은 물론 미국 CNN과 뉴욕타임스, 영국 '더 가디언' 등 해외 유력언론들이 앞다퉈 전주가 지닌 문화 콘텐츠와 관광자원을 소개하면서 소프트웨어 키워드를 키워왔다. 이처럼 해외언론들의 주목을 받으면서 전주는 가장 전주다운 문화를 기반으로 매력적인 세계여행도시로 거듭날 기반을 갖추은 셈이다.

대표적으로 아리랑TV는 이번 협약에 앞서 인도네시아와 베트남 등 아시아권 1인 미디어 활동가 5명과 함께 지난해 관광거점도시인 전주를 소개하는 홍보영상 촬영했다. 문화체육관광부의 지원을 받아 제작된 이 홍보영상에는 한옥마을 중심지로 관소리, 부채춤, 활쏘기 등 소개, 남부시장 청년물, 막걸리체험 등이 담겼으며, 미국 폭스라이프와 스타채널 등 해외 주요TV 광고와 중화권 뉴스, SNS 등을 통해 송출됐다.

또한 영국의 여행매거진인 '트레블 위클리'는 지난해 8월 아시아 여행에 관심이 있지만 예약이 어려워지는 여행자를 위해 전문가의 조언을 받아 가볼만 한 여행지를 소개한 '올해와 내년에 방문할 아시아 최고의 여행지' (Ask the operators: Best places to visit in Asia this year

and next)에서 전주를 꼭 가봐야 할 여행지로 손꼽았다. 1969년 창간된 트레블위클리는 4만5,000명 이상의 구독자를 보유하고, 연 평균 약 780만 명이 웹사이트에 방문하는 유명 주간잡지이다.

이어 CNN 인도네시아는 최근 '윤스테이로 알려진 한국 한옥숙소 7선'이라는 기사를 통해 한국을 대표하는 한옥숙소 중 하나로 전주한옥마을에 위치한 '삼락헌'을 추천했다.

전주의 한옥뿐 아니라 전주의 멋을 상징하는 한복도 미국의 유력언론인 뉴욕타임스를 통해 주목을 받았다. 뉴욕타임스는 지난해 10월 방탄소년단(BTS)과 블랙핑크, 사이니, 엑소 등 K-POP 스타들의 한복을 조명하면서, 스타들이 한복을 착용한 이면에는 짧은 감각으로 전통을 재해석한 한복 디자이너가 있다고 언급하며 전주에서 활동중인 황이슬 디자이너를 소개했다. 전주에서 태어나고 자란 황 디자이너는 현재 전주에서 생활한복 브랜드인 '리슬'을 운영하고 있으며, 모던한복·신한복이라고 불리며 현대적인 미감이 가미된 생활한복의 대표주자로 손꼽힌다.

전주의 소프트웨어는 뉴스 기사뿐 아니라 방송 예능프로그램에서도 영향력을 나타냈다. 이탈리아방송 협회(RAD) TV는 지난해 5월 코로나 팬데믹 이전 촬영된 리얼리티 쇼인 '페키노 익스프레스 (Pechino Express)'를 방영했다. 이 프로그램에서 전주는 태국과 중국을 거쳐 마지막으로 살아남은 팀들의 최종

대결 장소로 활용됐으며, 이 과정에서 경기전과 남전교 등 한옥마을 일대의 아름다운 가을 모습과 한복을 입고 색다른 체험을 즐기는 출연자들의 모습이 소개됐다.

여기에 전주는 세계 배낭여행자들의 바이블로 통하는 여행잡지 '론리플래닛'으로부터 지난 2016년 아시아 3대 관광명소로 선정됐으며, 이 내용이 CNN을 통해 전 세계에 소개됐다. 또 지난 2018년에는 영국의 '더 가디언(The Guardian)'이 유네스코 음식창의도시 전주를 집중 조명하며 '한국에서 음식으로는 상대할 곳이 없는 도시'로 소개됐으며, '리시'의 최대 미디어사 중 하나인 '폼소플라우다'의 편집국장도 직접 전주를 찾아 전주를 미식의 도시로 취재해 소개했다.

이외에도 세계적인 여행평론잡지인 미국의 '무비메이커'는 지난 2017년 전주국제영화제를 '세계에서 가장 멋진 영화제 25'에 아시아권에서는 유일하게 소개했으며, 호주 여행전문지인 '트래블러'는 평창 동계올림픽 기간에 꼭 가봐야 할 도시로 전주를 꼽기도 했다.

김승수 전주시장은 "국가의 시대가 가고 도시의 시대가 왔다. 도시의 시대를 끌어가는 핵심가치는 도시의 정체성이며, 전주는 '전주다움'을 가장 잘 찾아내고 지켜가는 도시"라며 "앞으로도 전주다움으로 도시경쟁력을 높이고, 시민들이 행복하고 다른 세계시민들에게는 선한 영향력을 미치는 세계적인 문화도시로 성장하겠다"고 강조했다.

/김윤상 기자

전주시, 불법광고물 시민수거보상제 시행

전주시가 쾌적한 거리환경을 조성하기 위해 불법광고물을 수거해오는 시민들에게 보상을 지급하기로 했다.

시는 총사업비 1억8,000만 원을 들여 만 65세 이상 시민과 기초생활수급자, 차상위계층, 불법광고물 자율정비 협약 민간단체 등을 대상으로 불법광고물 시민수거보상제를 시행한다고 24일 밝혔다.

수거대상 광고물은 ▲시 지정계시대 이외에 설치된 불법현수막 ▲가로등·전신주·지상변압기함 등 공공시설물이나 건물 외벽 등에 부착된 벽보 ▲상가 지역과 도로변, 차량 등에 무단 배포된 명함형 광고물과 전단지 등이다.

단, 공공주택 단지나 건물 옥내에 배포된 광고물, 신문지 내 전단지, 배포되지 않은 광고물 등은 제외된다.

보상금 지급 기준은 ▲일반형 현수막 1장당 1,000원 ▲축자형 현수막 1장당 500원 ▲A4용지보다 큰 벽보 100장당 3,000원 ▲A4용지 크기 이하 벽보·전단지·명함형 광고물 100장당 1,000원 등이다. 1인당 보상금액은 1주 5만 원, 월 20만 원까지다.

참여를 원하는 시민은 수거한 불법광고물과 신분증, 통장 사본을 지참해 가까운 동 주민센터에 제출하면 된다. 보상금 지급은 예산이 소진될 경우 조기 종료될 수 있다.

/김윤상 기자

정읍경찰서 교통범죄수사팀 상습 보험사기 피의자 검거

정읍경찰서(서장 김영록)는 지난 2020년 4월부터 2021년 1월까지 9개월 동안 생활비 마련을 위해 공범 차량을 고의로 총격 또는 진로변경 차량 등을 대상으로 12회의 고의사고를 발생시킨 후 상습적으로 보험금을 편취한 피의자(남, 20대)를 구속하고, 공범 3명을 불구속 입건했다.

경찰은 피의자가 야기한 교통사고 조사 중 고의사고가 의심되어 수사에 착수하였으며 금융감독원과 보험회사 및 통신회사로부터 관련 자료를 제출받아 분석하고 피해자 진술과 동영상 등 증거를 확보해 범행 사실 일체를 밝혀냈다.

/정읍=김대환 기자

전주매일 환경캠페인

우리에게 큰 선물을 안겨다주는 대자연 가꿔나가야 합니다