아트 센트럴 홍콩 공동 설립자 팀 에첼스

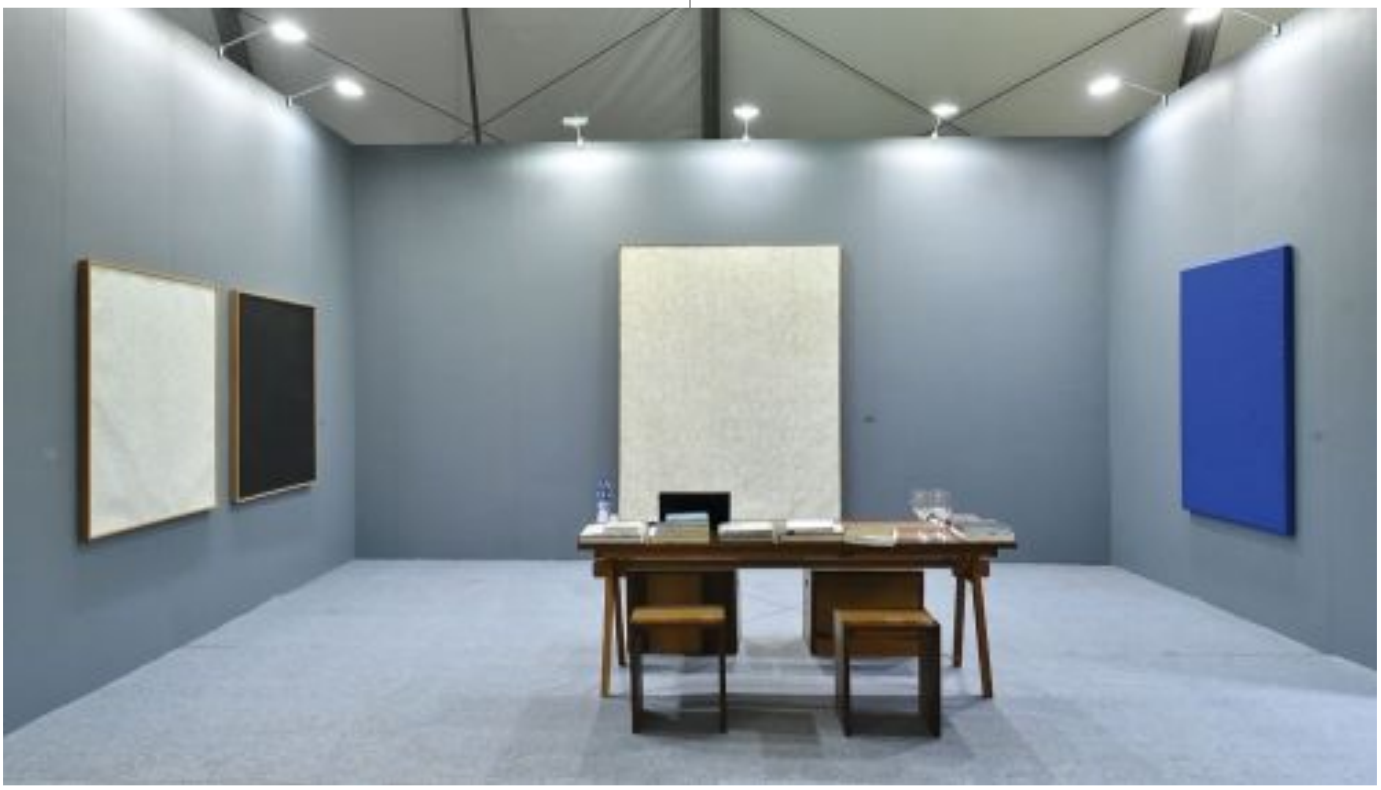
PEOPLE

2016 / 03 / 03

이현

아트마켓, 결정적 무기는 '지역성'
아트 센트럴 홍콩 공동 설립자 팀 에첼스

한국문화예술위원회 '2015년 미술품 해외 시장개척 지원사업'의 일환으로 개최된 '글로벌 아트마켓 프로젝트'가 1월 23일 서울 대토론회를 시작으로 부산 대구 전주에서 지역 릴레이 워크숍을 마쳤다. 2월 26일 대학로 예술가의 집에서 진행된 '해외 미술시장 전문가 초청 특강'은 프로젝트의 마지막 행사다. 글로벌 아트마켓 현장에서 활발하게 활동 중인 전문가를 초청해 국제 미술시장 최신 정보와 한국 미술시장의 대안 모색 등에 대해 토론했다. Art-는 아트 센트럴 홍콩의 공동 설립자인 팀 에첼스(Tim Etchells)-와의 단독 인터뷰를 통해 한국 미술시장의 성장 가능성 및 성공적인 아트페어 운영 전략 등을 물었다.



홍콩 아트페어 아트 센트럴의 갤러리현대 부스 전경 2015

Art 경쟁 과열의 아트마켓 씬에서 차별화된 전략으로 '지역성'을 강조했다. 지역의 지리적 위치나 문화적 조건을 공략하는 이 방법이 한국 미술시장에도 적용 가능하다고 보는지.
—물론이다. 아직 KIAF/ART SEOUL(이하 KIAF)에 방문한 적이 없어서 정확하게 말하기 어려운 부분은 있지만, 동북아시아의 메이저 아트페어로 성장할 가능성이 있다고 본다. 하지만 지역 아트페어가 성장하기 위해서는 우선 지역 자체가 흥미로워야 한다. 그런 측면에서 서울은 잠재력은 높지만 국제적으로 알려진 특징이 적어 아쉽다.

Art15 London 행사 전경

Art 한국에서 가장 큰 규모의 아트페어인 KIAF는 국제적인 아트페어라고 하기에는 국내 갤러리 위주로 꾸려지는 경향이 있다.(2015년 기준 국내 130, 해외 52개) 해외 갤러리를 유치하는 데 있어서 중요한 요인은?
—관건은 '타이밍'이다. KIAF는 9~10월 중에 개최되는데, 10월에는 Frieze나 FIAC 같은 대규모 아트페어가 개최된다. 그곳에 참여하지 않으면서도 끌어올 수 있는 갤러리를 찾아야 한다. 아예 개최 날짜를 바꾸는 것도 한 방법이다. 하지만 무엇보다 중요한 요인은 역시 지역성이다. 단순히 아트페어만 운영하기보다는 그 도시에 오고 싶게 만들어야 한다. '서울 아트 위크' 페스티벌을 개최해 다양한 프로그램을 함께 진행하거나 음악, 음식 같은 엔터테이먼트 활동을 곁들여 흥미로운 분위기를 조성하는 것도 좋다.

아트 센트럴 외부 전경

Art 홍콩 런던 시드니 등 여러 지역에서 아트페어를 성공적으로 설립해 왔다. 한번 설립된 아트페어를 지속적으로 운영하는 일도 쉽지 않아 보인다.
—아트페어라는 행사는 규모가 크고 견고해 보이지만, 사실 굉장히 연약하다. 갤러리나 컬렉터를 둘러싼 상황이 너무 경쟁적이기 때문이다. 오래 운영하기 위해서는 일단 좋은 팀을 구성한 뒤, 계속 팀원을 바꿔가면서 변화를 주는 게 중요하다. 또한 언론, 갤러리와 우호적인 관계를 구축하고 지속적으로 소통하면서 파트너 관계를 유지해야 한다.

Art 2016 아트 센트럴 개최가 한 달 정도 남았다. 올해의 주요 특징은?
—34m의 거대한 텐트 안에서 열리기 때문에 다른 아트페어에서 볼 수 없는 색다른 경험을 할 수 있다. 100여 개 갤러리가 참여해 규모가 작고 개방적인 구조여서 보다 자유로운 상태에서 관람이 이뤄질 예정이다. 특히 아트페어 주변에 길거리 음식을 마련하고 DJ를 섭외함으로써 마치 클럽에 온 듯이 젊고 에너지 넘치는 분위기를 조성할 것이다.