

# 이태리 가구 산업의 특성에 관한 연구

A Study on the Research of Special Quality of Italian Furniture Industry

이 찬

국민대학교 공업디자인학과 전임강사

## I 서론

### II 이태리 가구산업의 환경

- 2-1 지역적 조건(BRIANZA)
- 2-2 혈연 중심의 중소기업 구조
- 2-3 생산자들의 역할
- 2-4 유통현황
- 2-5 생산 현황

### III 디자인적 특성

- 3-1 건축가들의 디자인 활동
- 3-2 디자인의 다양성

### IV. 주요가구회사별 특성

### V. 결론

### 참고문헌

#### Keywords

Italian furniture industry, environmental aspects, various design languages, architects

## 국문요약

이태리 가구산업의 특성을 파악하기 위해서는 가구산업의 인프라(INFRA)적 측면, 즉 환경적 측면에 대한 분석이 무엇보다 중요하리라 생각한다.

가구산업의 지역적 조건과 상황, 혈연중심의 중소기업의 구조, 기술혁신과 생산성 향상에 심혈을 기울이는 생산자들의 역할, 유통 및 생산현황 등과 같은 조건들이 환경적 특성을 이해하는데 중요한 요인으로 파악된다.

이러한 산업구조의 제반어건하에 건축가들의 디자인 활동으로 다양한 디자인 언어가 공존하는 문화가 형성되어 있는 점 또한 이태리 가구산업의 특성으로 간주할 수 있다.

이에 이태리 가구산업의 특성과 발전배경을 본보기로 하여 국내가구산업의 발전에 시금석이 되고자 한다.

## ABSTRACT

For the purpose of specifying the character of Italian furniture industry, it's very important to analyse environmental aspects, in other words, infrastructure of the furniture industry.

These conditions that regional situation and circumstances, small and medium size of company depending upon the family oriented craftsmanship, roles of producers who are very keen on technical innovation and improvement, distribution structure and production status etc, are important factors to understand environmental characters of the furniture industry.

Moreover, existence of various design languages according to design activities by architects under that industrial structure is also regarded as the characters of that furniture industry.

Through understanding the characters of Italian furniture industry and the driving force of the growth, I would like to propose a role model for our domestic furniture industry.

## I 서론

이태리 가구산업은 디자인 산업중 패션산업 다음으로 중요한 위치를 차지하고 있다. 연간( '93기준)4조원) 가량의 해외수출량으로만 보아도 가구산업의 비중도를 짐작케 해준다. 그러나 이러한 수치적 의미만 가지고는 이태리 가구산업의 속성을 파악할 수는 없다. 왜냐하면 이태리 가구산업의 환경적 측면과 그에 따른 특성을 파악하여 가구산업의 원동력과 발전 배경의 요인들을 알고 나면 생산액 규모라든지 수출총액과 같은 통계적 의미는 별의미가 없다는 사실을 알게 된다. 한 예를 들어 이태리를 대표하는 카시나(CASSINA)사의 매출규모를 볼 때 우리 나라 굴지의 회사와 비교하면 절반수준에 머무르고 있으나 종업원 1인당 생산성은 4배 이상에 다다르고 있음을 알 수 있다.

이러한 소규모의 회사임에도 불구하고 세계 가구시장에서 가장 중요한 비중도를 차지하고 있다는 사실은 놀라운 일이다.

이태리에는 약 35,000여개의 가구회사들이 저마다의 독자적 브랜드를 가지고 세계시장을 누비고 있다. 이렇게 수많은 회사들은 저마다의 아이템별 분화, 재료별 분화, 스타일별 분화 등이 아주 잘 이루어져 있다. 또한 관련산업 업종별 분화도 아주 잘 이루어져 있다는 사실도 알 수 있다. 이는 이태리 가구 산업의 저력이 단지 디자인적 측면 뿐만 아니라 산업의 구조적 측면과 그 외 발전 요인에 대한 중요한 연구자료가 될 수 있다는 것을 입증해 주고 있다. 이에 본 연구는 이태리 가구산업에 대한 환경과 디자인적 특성을 파악하여 이태리 가구의 실체에 대하여 좀더 정확하고 올바른 시각을 가지고 국내 가구산업의 발전에 미려하게나마 보탬이 되고자 한다.

## II. 이태리 가구산업의 환경

### 2-1 지역적 조건(BRIANZA지역)

브리안자(BRIANZA)지역이라 함은 꼬모(COMO), 메다(MEDA), 밀라노(MILANO)를 연결하는 가구산업의 중심지를 말하는데 이곳의 가구산업 발달과정은 역사성과 무관하지 않음을 알 수 있다.

18C까지의 이태리 가구는 유럽에서 큰 비중을 차지하지 못하고 있었다. 프랑스에서 품미한 로코코, 바로크 스타일 중 로코코 스타일은 당시 몇몇 왕가와 귀족들의 가구에서 발견되고 있다. 특히 프랑스의 지배하에 있었던 피에몬테와 같은 북부지방에서 많은 영향을 받았다. 또한 부르봉가의 통치하에 있었던 나폴리 지역에서도 일부 발견되기도 한다. 반면에 롬바르디아 지역의 수도인 밀라노에서는 오스트리아 제국의 영향이 강하였기 때문에 이 지역의

가구는 다른 지역보다 더 육중한 스타일과 동시에 전통적 기법인 조각술이 가미된 바로크 스타일의 가구가 주종을 이루고 있었다<sup>2)</sup>. 그러나 이태리 현대가구의 장을 열게 된 가장 큰 동기는 뫼니 해도 오스트리아의 합스부르크가의 영향이 컸다고 할 수 있다. 밀라노 북쪽에 위치한 아름다운 꼬모 호수 주변으로 합스부르크가의 귀족들의 별장들이 들어서게 되면서 그곳으로 자연스럽게 가구생산자들이 모이게 되었다. 또한 이태리는 다른 유럽제국들 보다는 산업화가 늦었다. 당시의 사회적, 정치적 불안정이 가장 큰 이유였다. 뒤늦게나마 1861년에 사르데냐의 사보이 왕가에 의하여 통일이 이루어졌다. 그 후 경제 삼각지대라는 지역을 중심으로 산업부흥정책을 주도하였다. 경제 삼각지대란, 이태리반도에서 중요한 무역항이었던 제노바와 제조 중심지인 토리노, 소비 중심지인 밀라노를 연결하는 삼각형의 형태를 이루는 지역을 말하는데 밀라노와 꼬모사이의 철도 개통과 함께 브리안자지역은 밀라노라는 거대한 소비시장 덕분에 가구산업의 근대화에 박차를 가하였다. 아이러니컬하게도 산업화가 늦게 이루어진 덕분에 훌륭한 솜씨의 장인기술과 공예정신이 살아남아 있었고 이것이 훗날 가구 산업의 근대화와 접목이 되었다는 사실은 흥미 있는 사실이다. 이렇듯이 브리안자 지역이 가구산업의 중심지로 자리를 잡을 수 있었던 것에는 역사적 배경으로 인해 자연스럽게 훌륭한 기술자와 우수한 소비자를 갖게 되었고 관련 하드웨어 산업도 이곳을 중심으로 분업화되어 집중돼 있는 것도 중요한 요인이었다는 사실을 알 수 있다. 또한 전반적인 가구산업의 지역분화 측면에서 본다면 우디네 (UDINE) 지역을 중심으로한 의자산업의 전문화와 피렌체(FIRENCE)를 중심으로 레디컬 스타일의 가구산업의 집중화 및 남부지방을 중심으로한 전통가구의 지역적 분할도 그 지역들의 지역적 특성과 잘 맞게 조화를 이루고 있다.

### 2-2 혈연 중심의 중소기업 구조

원래 이태리의 주된 기간산업은 국영기업체<sup>3)</sup>(EIRI, ENI, EFIM, ENEL, EGAM, GEPI, FIME)들에 의한 기계 및 중화학공업 분야와 그 외 농업 및 관광산업이 주종을 이루고 있으나 전체 산업구조에 중소기업이 차지하는 비중이 거의 90%에 이르고 수출액의 50%를 차지하고 있다. 이는 중소기업이 전산업에 미치는 영향이 아주 중요하다는 사실을 내포하고 있다.

이태리는 통일이 이루어지기 전까지 1000여년간 도

2)이연숙, 서양의 실내공간과 가구의 역사, 도서출판 경춘사, 1989, P2-3

3) 이태리의 국영기업체는 총부자의 15%를 점하고 있고 중화학공업, 운송, 통신, 보험 등 국가 기간산업의 중추적 역할을 담당하고 있다. 종업원수는 총 종업원의 11%에 달하고 있다.

1) 조선일보사, "세계의 문화시대", 조선일보 1994.5.27일자. 39면

시마다 서로의 지역 특산물을 물물교환하며 생활을 영위해왔던 도시국가 형태로 지속되어 왔다. 이러한 지역특산물은 현재의 상업지역 특성화와 매우 밀접한 연관이 있다. 중세시대의 길드조직에 의한 산업의 분업화, 지역화는 현 이태리 산업구조를 이해하는데 좋은 좌표가 되고 있다. 이러한 지역적 산업분업현상은 통일 후 근대화, 산업화 과정을 거치면서 자연스럽게 지금의 산업구조를 형성하고 있다. 이러한 과정을 거치면서 이태리의 가족 및 혈연중심의 기업 형태는 자연스러운 현상이었으며 가족에게 기업의 기술적 노하우가 승계되는 것은 어쩌면 당연한 논리일지도 모른다. 다른 나라보다 늦은 산업화로 인해 오히려 가내 수공업 형태의 공방이 소규모의 기업형태로 전환될 수 있는 좋은 기회가 되었다는 것은 아이러니가 아닐 수 없다.

통일 후 근대화 과정에서 소규모의 공방들이 기업형태로 전환되어 가족중심으로 승계되었다는 사실은 기업의 이름에서 쉽게 찾을 수 있다. 거의 대부분의 기업들이 가족의 성이나 이름을 사용하여 만든 회사 이름들이 대부분이다. 이러한 현상은 가구회사들에도 많이 보이고 있다. 예를 들어 체사르 까시나(CESARE CASSINA)가 운영하는 까시나社, 비엔비 이탈리아(B&B ITALIA)의 초기 이름인 씨앤비 이탈리아(C&B ITALIA)는 까시나社와 피에로 부스넬리(PIERO BUSNELLI)가 합작해서 만든 이름으로 지금은 부스넬리 2세의 형제들에 운영되면서 비엔비 이탈리아(B&B ITALIA)로 상호변경해 지금에 이르고 있다. 그 외 알베르토 니에리(ALBERTO NIERI), 펠리체 로시(FELICE ROSSI), 프라텔리 사피에티(FRATELLI SAPPIETI), 지오바니 에르바(GIOVANNI ERBA), 카펠리니 인터네셔널(CAPELLINI INTERNATIONAL), 줄리오 마렐리(GIULIO MARELLI), 몰테니앤씨(MOLTENI&C), 사와야엔 모로니(SAWAYA & MORONI) ... 등 많은 가구회사들이 설립자의 이름을 사용하고 2세 3세들에 의해 운영되어 오고 있음을 알 수 있다. 혈연중심의 중소기업형태는 때로는 형제간 분류에 휘말려 도산의 위기도 경험하지만 이태리에서는 대체로 긍정적 산업구조로 인식되고 있음을 알 수 있다. 이는 지속적인 기술축적에 있어 어떤 경우보다 장점을 가지게 되고 가족간 업무의 분할은 한 분야에 대한 지속적 연구가 가능하기 때문에 전문가로서의 자질을 충분히 쌓을 수 있는 기회가 있고 이로 인한 경쟁력은 당연히 강해질 수 밖에 없을 것이다.

### 2-3 생산자들의 역할(기술혁신과 생산성)

이태리의 가구업계를 이끌어 가는 대다수의 매니저에게 디자인만큼 기술적 노하우를 축적하기 위한 투자의욕이 대단한 것을 발견할 수 있다. 예로부터 내려오던 장인 기술과 공예기술을 현대화된 자동화 설비로의 전환에 과감한 정열과 투자를 아끼지 않

는다. 이는 제품의 질과 생산성 향상에 결정적 역할을 하고 있다. 서두에서 밝혔듯이 실제로 까시나와 같은 회사는 350명 정도의 종업원으로 800억 정도의 매출을 올리는 반면 우리 나라 굴지의 회사 경우는 2,500명 종업원 규모 1300억 규모라는 수치로 볼 때 우리 나라보다 1인당 생산성이 4배 이상에 달하는 것을 알 수 있다<sup>4)</sup>.

이러한 높은 생산성을 바탕으로 생산자들이 무엇이든 해결할 수 있다는 자부심은 디자이너에게는 이보다 더 큰 힘이 있을 수 없으리라 확신을 할 수 있다. 이태리에서 가구 디자인을 설계할 때 디테일도면이 없는 이유는 이러한 기술에 대한 뒷받침이 없이는 불가능하리라 생각이 든다.

디자이너의 후원자, 즉 생산자 및 관리자들은 곧잘 이런 코멘트를 잘한다. “우리는 우리자신을 믿는다.” 즉 이태리 디자인을 만드는 것이 디자이너보다는 산업의 구조와 환경과 기술이라는 의미를 내포하고 있다. 이태리 제품에서 발견되어지는 것이 몇 가지가 있다. 그중 중요한 것은 어떠한 규범을 깨뜨리려는 의지와 심어지는 의무와도 같은 현상을 발견할 수 있다. 예를 들어 어느 누구도 안된다고 말하는 기술적 한계를 아베르토 메다(ALBERTO MEDA)는 생산자의 노력 덕분에 초경량 탄소섬유 의자를 만들었는데 모든 사람들에게 충격을 주었다. 생산방법과 기술에 대해서는 알레산드로 멘디니(ALESSANDRO MENDINI)와 같은 역사에 대한 넓은 흥미를 가지고 있는 디자이너조차도 제조업자의 최신방법의 기술을 받아들이지 않으면 그 결과에 대한 위험성을 감수해야만 할 것이다. 이러한 현상은 유명 디자이너의 프로젝트와 전위적인 작품들을 해결해 줄 수 있는 산업의 인식론적 환경과 기술혁신에 대한 애정이 없이는 이행하기 어려운 것이다. 이러한 가구 산업의 환경은 세계 모든 유명 디자이너와 급진적인 디자이너를 총망라해 매력 있는 산업생산 환경으로 인식되고 있다.

또한 이태리의 가구 개발에 있어서, 더 적은 에너지를 소비하고 재료를 적절히 사용하고 자원을 어떻게 이용할 것인가 하는 지식이 더욱 중요시 여겨지고 있다. 이런 요구조건들이 다른 나라에서는 장인기술과 새로운 기술이 대립하고 있는 반면에 이태리에서는 같이 잘 조화되고 더욱이 이들 장인들의 손에 의해 기술혁신이 이루어지고 있는 실정이다. 장인공예와 기술의 상존은 현대 이태리 가구 디자인을 이해하는데 중요한 열쇠가 되고 있다. 이러한 상존은 유럽시장에서 부정적 측면이라기보다는 성공의 처방, 즉 지금의 현대 이태리 가구 디자인의 위치를 만들어 놓은 중요한 요인이 되었다.

4) 한국일보, 1995년 6월 12일자, 한국일보사.

따라서 이태리의 가구산업구조, 디자이너, 생산자들의 "기술"을 받아들이는 것은 다른 나라와의 비교우위를 유지하기 위한 가장 필요한 요소가 되고 있다.

### 2-4 유통 현황<sup>5)</sup>

생산자와 소비자를 매개하는 유통조직은 모든 산업 분야에서 생산기술 못지 않게 중요하다. 이러한 점에서 이태리의 유통구조는 아주 세분화되어 있는 것이 특징이다. 최근의 ISTAT<sup>6)</sup> 통계자료에 의하면 34,000여개의 판매조직을 가지고 있는 것으로 나타났다. 이는 다른 유럽국가에 비해 월등히 높은 숫자를 나타내고 있다. CSIL<sup>7)</sup>의 연구에 의하면 점포당 면적 400m<sup>2</sup>로 나타났고, 종업원수는 평균 2-3인 정도의 수치를 나타내고 있다. 또한 대부분이 가족 구성원이 종업원인 경우가 많았고 점포당 7억5천만 리라(LIRA<sup>8)</sup>)의 매출을 올리고 m<sup>2</sup>당 객당가는 180만 리라의 효율을 나타내고 있음을 알 수 있다. 일반적으로 소규모의 생산업자들은 300-400여개의 판매조직을 관장하고 있고 대규모의 생산업자들은 1000개 이상의 유통조직을 거느리고 있는 것으로 나타났다. 그러나 아래도표와 같이 구매력과 품질이 높고 낮음에 따른 유통구조와 그의 비율이 다르다는 것도 알 수 있다.

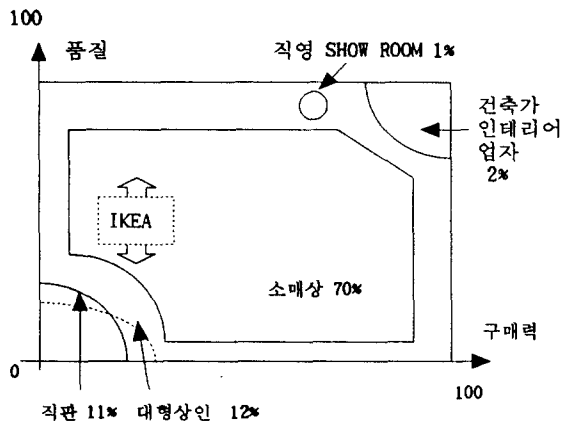


도표1) 구매력과 품질에 따른 유통구조망 현황

상기도표에서 70%에 해당하는 소매상 조직<sup>9)</sup>은 아주 세분화되어 있는 특성을 가지고 있다. 즉 규모, 지역, 취급품목의 스타일별로 서로 다른 양상을 나타내는 특성이 있다. 이케아(IKEA)는 최근 들어 다섯 개 도시의 외곽지역에 대규모의 점포를 만들어 놓고 비약적인 발전을 이룩하였다. 이는 향후 가구산업의 유통구조 및 소비성향에 시사하는 바가 크다는 것을 알 수 있다. 건축가나 인테리어업자의 유통

5) 91년도 이태리 가구협회에서 제작된 "이태리 가구산업의 경쟁력과 발전에 관한 전략"에서 발췌 요약한 내용  
6) 이태리국립 통계청  
7) CSIL : CENTR STUDI INDUSTRIA LEGGER, 이태리 경공업 산업연구원  
8) LIRA : 이태리 화폐단위 원화대비 1:2  
9) 양판점: G.M.S. (GENERAL MERCHANDIZING STORE)

통규모는 미미하지만 구매력과 품질 면에서 최상급의 유통망을 구축하고 있고 디자인 경향에 상당한 영향력을 행사하고 있다.

대형상인의 유통망은 주로 시외각이나 중요한 거리에 위치하여 가구센터 또는 가구빌딩과 같은 구조로 판매형태를 이루고 있다. 이러한 현상은 미국 및 유럽의 다른 나라로부터 영향을 받았으며 앞으로 지속적인 발전이 예상되고 있다.

### 2-5 생산현황

91년 기준/단위: 10억리라

구분	영세규모	수공업생산자	중소규모	대규모	비고
회사수	13,250	430	1,320	23	대규모 기준은 300억 이상을 기준으로 함
총생산액	6,500	720	8,400	1,310	
총종업원	75,00	4,400	51,000	5,225	
총수출액	700	300	3,400		
회사별 평균 생산액	0.5	1.7	6.4	57	
평균 종업원수	5.7	10	39	227	
종업원 1인당 생산액	8.7	167	170	250	부업, OA 가구제의
수출비(%)	10.8	41.7	40.5		

도표2) 가구회사 규모별 분포현황 및 종업원, 생산액 수출액 현황

91년도 밀라노 가구쇼에 참가한 회사기준/단위: 10억리라

구분	DESIGN	CONT/D ES	CONTEM P	CLAS./CO NT.	CLASSIC
회사수	150	200	550	350	500
총매출액	1,450	825	3,550	1,925	1,300
총종업원수	7,350			5,225	8,500
총수출액	480		1,600	960	560
회사별 평균 생산액	9.7	4.7	6.4	5.5	3
평균종업원수	49	10			19
종업원 1인당 생산액	183	167			153
수출비(%)	33.3		36.6	50	43

도표3) 제품 STYLE별 현황

91년 기준 단위: 10억리라

구분	수출액	생산액 기준 수출비(%)
거실, 침실용 가구	1,775	24
소파	1,443	44
테이블, 의자	650	42
OA	410	21
부엌가구	118	5
확장실용 가구	24	7
기타 가구	1,350	30

도표4) 생산품목별 수출총액 및 생산액 기준 수출비

도표2에서 보는 바와 같이 영세규모의 숫자는 많지만 수출비(10.8%)가 낮은 이유는 수출보다는 내수 위주의 특히 지역위주의 판매전략을 갖고 있는 것을 의미함을 알 수 있다. 또한 대규모 회사중 1000억리라가 넘는 회사는 단지 2개 회사뿐이라는 사실은 이태리의 가구산업의 구조를 잘 대변해 주고 있다.

도표3에서는 디자인 성향이 강한 가구회사들의 수출비가 비교적 다른 분야보다 낮음을 알 수 있으나

평균생산액과 1인당 생산비가 다른 업종보다 높은 것을 알 수 있다.

이는 이 분야에 대한 국내 소비자의 성향과 설비투자자의 한 단면을 보여주는 좋은 예가 되고 있다.

도표4를 살펴보면 생산품목별로 세계시장의 이태리 가구 선호도를 즉, 소파 종류와 테이블, 의자 종류가 다른 품목보다 월등한 경쟁력을 갖고 있음을 알 수 있다. 이는 소파종류의 생산방법(POLIURETHANE FORM공법)과 테이블과 의자 산업의 전문화된 생산 시스템을 파악할 수 있다

### 3-1 건축가들의 디자인 활동

14C 이태리에서 꽃핀 르네상스운동은 중세시기의 암흑기를 환히 비추주고 새로운 문명으로의 길잡이가 되어준 햇불이었다. 이 시기에 활동한 미켈란젤로, 레오나르도다빈치, 라파엘로 등은 후세에도 위대한 예술가로 우리에게 남아있다. 특히 레오나르도다빈치, 미켈란젤로는 조각가, 미술가, 건축가 등으로 그들의 활동영역을 총체적 문화의 중재자 또는 창조자로서의 역할로 마음껏 발휘했다.

미켈란젤로는 성베드로성당 리노베이션, 캄피돌리오(COMIDOGLIO) 광장 설계 등 불멸의 건축물들을 설계한 바 있다. 이러한 이유들로 인해 이태리인들은 풍부한 감수성과 상상력, 문화를 바탕으로 찬란한 과거와 다가오는 미래를 중개할 수 있는 매개체 역할을 할 수 있는 사람들을 건축가들이라고 스스로 믿고 있다.

건축이라는 분야는 실용적 예술의 한 분야이지만 예술적인 측면은 항상 건축 디자인에서 기초적인 역할을 하고 있다. 또한 가구라고 하는 분야는 주거문화의 중요한 요소이기 때문에 건축가들의 기본 철학인 삶의 공간에 대한 부단한 연구자세로 인해 자연스럽게 건축가들에 의해 그 역할이 맡겨져 왔던 것이다. 특히 주거생활에서 가구는 삶에 대한 형태와 질을 결정하는 중요한 인자로 인식되고 있다. 이런 이유에서 인간의 삶의 모습을 설계하고 계획하는 건축가들이 가구분야를 리드해 나가는 것은 어쩌면 당연한 논리일지 모른다.

1900년 초의 근대 건축의 태동과 함께 디자인 분야도 산업의 발달과 함께 힘찬 발걸음으로 비약적인 발전을 하나 이태리만은 디자인 산업의 구조적 현상으로 인해 모든 디자인들이 건축가의 손에 의해 발전되어 오고 지금도 역시 대부분의 건축가들이 이 분야를 장악하고 있는 것이 현실이다. 이태리의 경제적 발전과 함께 이들 건축가들의 디자인 역할은 경제적 성장기에 중요한 역할을 했으며 그들의 역할은 세계의 디자인 경향에 지대한 영향을 미쳤다. 건축가들은 디자인산업의 선진국형 구조인 프리랜서, 로열티(FREE-LANCER, ROYALTY)의 정착에도 기여한 바가 크다. 건축가의 자연스런 사회활동 형태인 프리랜서 스타일이 어쩌면 자연스러운 현상

이었다. 자기자신의 확실한 독립적 사고를 유지하며 객관적 시각을 가지고 자신의 서비스와 디자인을 제공하기 때문에 그들 자신의 고유의 개성과 칼라를, 그리고 비평적 사고를 가질 수 있었으리라 생각된다. 또한 교육적 측면에서도 이러한 현상을 낳게 한 큰이유가 있다. 이태리의 디자인 교육은 비교적 다른 나라보다 늦었다<sup>10)</sup>. 또한 현재 디자인 교육은 대부분이 사립학교에서 이루어지고 있으나 국립대학과 사립학교 출신간의 신분적 격차로 인해 당연히 국립대학의 건축과로의 지망을 선호하는 경향이 있다. 실제로 밀라노 공과대학의 건축학부에는 10,000명 이상의 제적인원의 학생수가 등록되어 있을 정도로 전망의 대상이 되어있다. 이태리 현대 디자인 운동의 선각자로 불리는 지오 폰티(GIO PONTI), 프랑코 알비니(FRANCO ALBINI), 카를로 스킨파(CARLO SCARPA)같은 건축가와 이태리 현대 디자인 운동에 있어서 새로운 지평을 제시한 제2기의 건축가들 알레산드로 멘디니(ALESSANDRO MENDINI), 가에타노 페체(GAETANO PESCE), 에토르 쏘사스(ETTORE SOTTASS), 부르노 무나리(BRUNO MUNARI), 엔조 마리(ENZO MARI), 조 콜롬보(J.COLOMBO), 아킬레 카스틸리오니(ACHILLE CASTIGLIONI) 등도 모두 건축가 출신이라는 사실은 건축가들의 디자이너 역할의 현주소를 보여주고 있다. 마리오 벨리니(MARIO BELLINI)의 주장처럼 “나는 건축학교가 당신에게 생활과 관습이 무엇인가에 관한 좀더 나은 이해와 기반을 제공하리라 믿는다.” 라는 말처럼 건축적 이해를 바탕으로한 디자인 방법론이 지배적인 현상이다.

### 3-2 디자인의 다양성

이태리 가구디자인의 특성을 분류하는데는 몇가지의 전제가 필요하다. 즉 몇사람의 디자인 활동이 마치 이태리 디자인을 대표하는 것처럼 오도되고 있는 편견에 대한 부정과, 지명도 있는 일부 건축가들의 지나친 실험위주의 작품에 대한 과대평가의 자체이다. 예를 들어 뎀피스 활동이 가장 이태리다운 것 처럼 판단되어지는 오류가 좋은 사례가 될 수 있다. 가구라는 것은 심미성을 전제로 한 기능성 추구가 최선의 디자인이라는 사실에 주목한다면 뎀피스의 생명이 단명으로 끝난 사실을 이해할 수 있다. 그러나 이러한 전제가 뎀피스의 활동이 이태리 가구디자인에 미친 영향에 대해 절대적으로 과소 평가하기 위한 전제가 아님을 밝혀두고자 한다. 이태리 가구디자인의 특성을 한눈에 정확히 볼수 있는 장이 되는 밀라노 가구쇼의 특성을 단적으로 표현하면 각 회사마다의 재료 및 아이탬별 분류에 따른 디자인의 다양함이 가장 이태리다운 표현이라 말할수 있다.

이에 본 연구에서는 ADI(이태리 산업디자인 협회)

10) 1964년 SALVATORE에 의해 설립된 최초의 사립디자인 교육기관; SCU OLA POLITECNIA DI DESIGN

에서 공식적으로 분류한 9가지의 디자인의 특성별 분류를 참조하여 이태리 가구 디자인의 현주소를 찾아보고자 한다. 또한 IV장의 주요 가구 회사별 특성과 병치하여 가구회사의 디자인적 특성도 함께 고찰해 보기로 한다. 이러한 분류에는 이태리 디자인의 제2의 여명기로 간주할 수 있는 72<sup>11)</sup>년도 부터를 전제한 것임을 밝혀둔다.

또한 참여 디자이너들의 모든 작품경향이 절대적으로 한가지의 언어로 단정되어질 수 없으나 다만 전반적 경향에 관해 분류되었음도 전제한다.

### 3-2-1 역사적 전위주의(HISTORICAL AVANT-GARD)(그림 11,13,14,15,32 참조)



미래파와 러시아 구성주의의 영향을 받았다. 반항과 선동적 기질이 있으나 역사성과 전통성에 대한 깊은 이해와 자세를 견지하고 있는 특성이 있다.

알레산드로 멘디니(ALESSANDRO MENDINI), 스튜디오 알키미아(STUDIO ALCHIMIA), 프랑코 라지(FRANCO RAGGI), 다니엘라 푸파(DANIELLA PUPPA), 마시모 요사기니(MASSIMO ISOA GHINI) 등이 활동하고 있다.

회사로는 까시나(CASSINA), 업엔업(UP&UP), 사와야엔 모로니(SAWAYA&MORONI), 폴트로노바(POLTRONOVA), 드리아테(DRIADE)가 대표적이다.

그림1) ALESSANDRO MENDINI "ZABRO" ZANOTTA. 1984

### 3-2-2 이성주의(RATIONALISM)(그림 10,12,37 참조)



근대 디자인 운동과 바우하우스 이념에 기초하여 "형태는 기능을 따른다"는 원칙아래 이태리의 전통적이고 전형적인 감각을 대입시켜 독자적인 이탈리아 스타일(ITALIAN STYLE)을 탄생시켰다.

마리오 벨리니(MARIO BELLINI), 로돌포 보네트(RODOLFO BONET

TO), 마르코 잔누소(MARCO ZANUSO), 주지아로(G. GIUGIARO), 디자인 그룹 이탈리아(DESIGN GROUP ITALIA), 안드레스 반 옹크(ANDRES VAN ONCK)와 같은 디자이너들이 참여하고 있다.

회사로는 까시나(CASSINA)와 자노타(ZANOTTA)사 외에도 대부분의 회사들 제품에서 이태리적 합리주

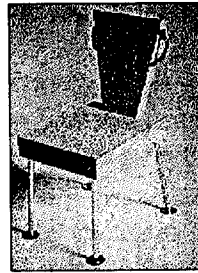
11) 72년도: 새로운 유형의 삶에 대한 전망 (THE NEW DOMESTIC LANDSCAPE)이란 주제로 MOMA에서 개최된 ITALIAN DESIGN전은 당시까지 흥미하던 모더니즘의 해결책을 제시하고 ITALIAN DESIGN이라는 고유명사를 탄생시킨 계기가 되었다.(GIAMPIERO BOSONI, FABRIZIO G. COUFAL ONIER PAESAGGIO DEL DESIGN ITALIANO 1972-1988. EDIZIONI DI COMUNITA MILANO. 1988. P12

12) 선정기준은 디자인 STYLE, 생산아이템, 재료별 구분율 기준으로 하였다.

의 경향이 나타나고 있다.

그림2) MARIO BELLINI "CAB 412" CASSINA. 1977

### 3-2-3 레디컬 스타일(RADICAL STYLE)(그림 16,36참조)



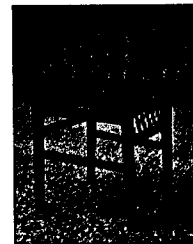
Memphis가 모체가 되는 그룹으로서 우리가살아가는 이시대의 전형적 커뮤니케이션 방법의 새로운 가능성을 제시하여 디자인계에 큰 반향을 불러 일으켰다.

에도레 소사스(ETTORE SOTTASS), 안드레아 브란지(ANDREA BRANZI), 미켈 데 루키(MICHELE DE LUCCHI), 마테오 툰(MATEO THUN), 조지 소턴(GEORGE SOWDEN), 시로 구라마타(SIRO GURAMATA)등과 같은 다국적 멤버로 구성되어 있다.

스튜디오 알키미아(STUDIO ALCHIMIA), Memphis, 아르테미데(ARTEMIDE) 등이 Memphis 제품을 계속 생산하고 있다.

그림3) ETORE SOTTASS "SEGGIOLINA DA PRANZO" STUDIO ALCHYMIA. 1980

### 3-2-4 역사주의 그룹(HISTORICAL GROUP)(그림 26,27,28,29 참조)



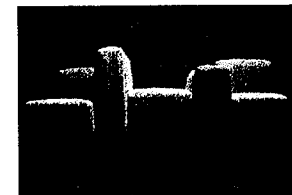
"역사는 지금까지 있어왔던 가장 위대한 실험 창고다."라고 하는 인식아래 전통으로의 회귀를 주장하고 있는 포스트 모던 계열의 양식이다.

디자인 보다는 건축양식에 많은 역할을 하고있으며 알도로시(ALDO ROSSI), 파올로 포르토게시(PAULO PORTOGHESI) 같은 거장들이 참여하고 있다.

몰테니 앤 시(MOLTENI&C), 베르니니(BERNINI), 페를레아(FERLEA) 같은 회사들이 이러한 제품을 생산하고 있다.

그림4) ALDO ROSSI "MILANO" MOLTENI. 1988

### 3-2-5 팝 스타일(POP STLYE)(그림 18,25 참조)



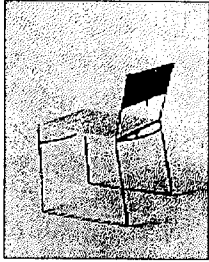
영국과 미국의 팝 아트에 영향을 받아 대중문화가 가지고 있는 경향들에 대한 표현을 하고자 한다. 대표적인 인물로는 미국에서 활동하고

있는 가에타노 페쇄(GAETANO PESCE)와 테니스 산타키아라(DENIS SANTACHIARA), 데 파스, 두브리노 앤 로마치(DE PAS, D'UBRINO&ROMAZZI)의 일부 작품에서 이러한 경향을 보이고 있다.

까시나(CASSINA), 자노타(ZANOTTA), 드리아데(DRI ADE), 카르텔(KARTELL)과 같은 회사에서 이러한 재품을 생산하고 있다.

그림5) GAETANO PESCE "TRAMONTO A NEW NORK" CAS SINA. 1980

### 3-2-6 미니멀리즘(MINIMALISM)(그림 22,23,3 4,38,39,40,41참조)



미니멀 아트(art)의 개념이 도입되 어 본질적인 것 외에는 아무것도 덧붙이지 않은 순수함과 그 자체로서의 완전함을 추구하고 있다. 때로는 가냘프고 약한 느낌을 주고 있으나 미스 반데 로우의 "LESS IS MORE"의 주장과 일맥상통하고 있다.

엔조마리(ENZO MARI), 브루노 무나리(BRUNO MUNARI), 아킬레 카스틸리오니(ACHILE CASTIGLIONI)와 같은 디자이너들이 참여하고 있다.

카르텔(KARTELL), 인터플렉스(INTERFLEX), 발레리 이탈리아(BALERI ITALIA), 피암(FIAM), 드리아데(DRIADE), 치두에(CIDUE)와 같은 회사에서 이러한 재품을 생산하고 있다.

그림6) ENZO MARI "DELFINA" DRIADE. 1974

### 3-2-7 하이테크 그룹(HI-TECH GROUP)(그림 31,35,37참조)

찰스 에임즈의 영향을 받았다고 볼수 있지만 일찌기 이태리내에서는 그러한 영향을 미친 사람이 없었다. 오히려 현재 렌조 피아노(RENZO PIANO), 노만 포스터(NORMAN FORSTER), 리처드 로저스(RICHARD ROGER S) 등에 의해 더 큰 영향을 받고 있는 상황이다. 이들은 기술과 공학적 해결로 디자인을 해결하고자 한다.

리처드 사퍼(RICHARD SAPPER), 잔카를로 피레티(GIANCARLO PIRETTI), 알베르토 메다(ALBERTO MEDA), 피에로 카스틸리오니(P.CASTIGLIONI) 등이 참여하고 있다.

비엔비 이탈리아(B&B ITALIA), 테크노(TECNO)와 같은 회사들이 이러한 제품들을 생산하고 있다.

그림7) GIANCARLO PIRETTI "VERTEBRA" CASTELLI OPENARK.1979

### 3-2-8 실험주의(EXPERIMENTALISM)(그림 1 1, 38 참조)

디자인 프로젝트의 문제해결과 접근 방법이 매우 과학적이고 제품의 사회적 관계에 대한 상관성에 중요한 비중을 두고 있는 그룹으로서 가에 아울렌티(GAE AULENTI), 안젤로 만자로티(ANGELLO MANGIAROTTI), 클리노 카스텔리(CLINO CASTELLI), 스튜디오 디에이(STUDIO D.A.), 스튜디오 미드(STU



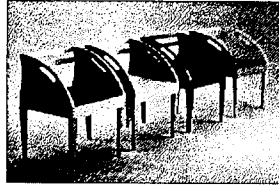
그림8) ANGELO CORTESI "RACCORDO" 1974

DIO MID), 킹 앤 미란다(KING & MIRANDA), 안젤로 코르테시(ANGELO CORTESI) 등이 이 계열에 속한다.

까시나(CASSINA), 피암(FIAM), 드리아데(DRIADE)의 일부 제품에서 이러한 경향을 발견할 수 있다.

### 3-2-9 신 이성주의(NEO-RATIONALISM)(그림 21,24,35,39, 40,41 참조)

이 그룹은 미국의 피터 아이젠만(PETER EISENMAN), 리처드 마이어(RICHARD MEIER)와 같은 건축가들에 의해 영향을 받고 있다. 그러나 아이러니컬하게도 피터 아이젠만은 역으로 이태



리로부터 영감을 얻고 있다고 한다. 이들은 MODERN MOVEMENT의 거장들의 작품을 추종하고 그들의 정신을 계승하려고 노력하고 있다. 마키오 하수이케(MAKIO HASUIKE), 마사모 모로지(MASSIMO MOROZZI), 안토니오 치테리오(ANTONIO CITERIO) 등과 같은 디자이너들이 참여하고 있다.

비엔비 이탈리아(B&B ITALIA), 모로소(MOROSO), 사포르티 이탈리아(SAPORTI ITALIA)의 일부 제품에서 이러한 특징을 찾을수 있다.

그림9) MASSIMO MOROZZI "DRY" MATRIX GIOGETTI. 1988

## IV 주요 가구회사별 특성<sup>12)</sup>

4-1 까시나 (CASSINA spa ( VIA BUSNELLI 1, 20036 MEDA MI. TEL. 0362-3721 FAX. 342246) )

●특성 : 1927년에 창립되어 이태리 뿐 아니라 세계가구의 경향을 선도해 가는 회사. 디자인 개발에 있어서 항상 새로운 기술을 도입하는 첨단 의 설비와 기술을 가지고 있는 회사로서 전통과 장인기술도 중요시하는 경향이 강하다. 또한 기술과 형태에 있어서 항상 새로운 것을 추구하고 가구로서 새로운 주거문화를 창조하는데 기여한 바가 많다. 65년에는 "CASSINA I MAESTRI" 라는 시리즈로 현대가구의 운동을 창시한 명품들만 모아 컬렉션한 바 있다. 또한 CASSINA의 많은 제품들은 세계 유수의 미술관과 박물관에 소장되어 있다.

●주요 참여 디자이너

GIO PONTI, VICO MAGISTRETTI, MARIO BELLINI, PAOLO DEGANELLO, TOSHIYUKI KITA, GAETANO PESCE, ANDREA BRANZI, ETTORE SOTTASS, ERIC GUNNAR ASPLUND, ISAO HOSOE, GIA

12) 선정기준은 디자인 STYLE, 생산아이템, 재료별 구분율 기준으로 하였다.



FRANCO FRATTINI, MASSIO MOROZZI, MAARTEN KUSTER, FRANCESCO BINFARÒ, GIOVANNI LEVANTI, BERTHET VASSET, ACHILLE CASTIGLIONI, THEODORE WADDELL

● 주요 제품 및 디자이너



그림 10) CHAISE LONGUE (65-78) LE CORBUSIER



그림 11) AEO (73) ARCHIZOOM / PAOLO EGANELLO



그림 12) CAB (77) MARIO BELINI



그림 13) WINK (80) TOSHIYUKI KITA



그림 14) VERANDA (83) VICO MAGISTRETTI



그림 15) FELTRI (87) GAETANO PESCE



그림 16) AXALE (86) ANDREA BRANZI



그림 17) SCEUR JEANNE (94) PHILIPPE STARCK

4-2 비엔비 이탈리아(B&B ITALIA spa)

(STRADA PROVINCIALE 32. 22060 NOVEDRATE CO. TEL. 031-795111 FAX. 791592)

●특성: 밀라노 북쪽에 위치한 가구단지 매다에 위치한 회사로써 66년에 까시나에서 분리 독립된 회사이다. 처음에는 씨엔비 이탈리아로 출발하여 74년 부스넬리 형제가 인수하여 비엔비 이탈리아로 개명하여 지금에 이르고 있다. 렌조 피아노가 공장설계를 해서 공장 건축물로도 이름이 높다. 생산품목은 까시나보다 다양하고 특히 오피스 가구분야는 별도로 운영되고 있고 이 분야에서는 지명도가 상당히 높다. 안토니오 치테리오가 디자인한 "SITY" 시리즈가 대표품목으로 거실 개념을 침실 기능과 복합시킨 최초의 소파 시리즈로 유명하다.

제품의 특성은 까시나와 대별될 정도로 현대적, 기능적, 하이테크적인 경향을 가지고 있다. 또한 4번의 콤파소 도로(COMPASSO D'ORO)상을 수상한 바 있다.

● 주요 참여 디자이너

GIÒ PONTI, MARIO BELLINI, MARCO ZANUSO, AFRA & TOBIA SCARPA, ANTONIO CITTERIO, JOE COLOMBO, GAETANO PESCE, PAOLO PIVA, STUDIO KAIROS, ACHILLE CASTIGLIONE, PAOLO NAVA, DENIS SANTACHIARA, GIANFRANCO FERRÈ, GIANFRANCO FRATTINI, VICO MAGISTRETTI, RICHARD SAPPER.

● 주요 제품 및 디자이너

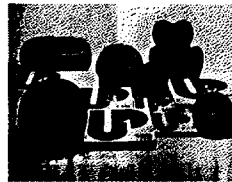


그림 18) U.P. (69) GAETANO PESCE



그림 19) BONANZA (70) AFRA & TOBIA SCARPA



그림 20) BAMBOLE (72) MARIO BELLINI

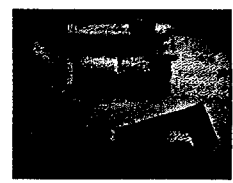


그림 21) SITY (86) ANTONIO CITTERIO

4-3 발레리 이탈리아(BALERI ITALIA spa)

(VIA S. BERNARDINO 39. 24040 LALLIO BG TEL. 035-692690 FAX. 691454)

●특성: 규모는 별로 크지 않지만 누구에게도 실증이 나지 않는 간결하고 심플한 디자인으로 유명하다. 최근에는 "MONO GRAPHS" 라는 시리즈를 내놓아 소비자에게 높은 호응도를 얻고 있다. 또한 필립스탁(PHILIPPE STARCK)의 작품중 세계에서 가장 싸게 만들겠다고(우리 나라 화폐로 24,000 원) 내놓은 CAFÈ CHAIR로 더욱 유명하게 되었다. 주요 생산품목은 의자와 소파가 주종을 이루고 있다.

● 주요 참여 디자이너

PHILIPPE STARCK, ENRICO BALERI, HANNES WETTSTEIN, DENIS SANTACHIARA.

● 주요 제품 및 디자이너



그림 22) CAFÈ CHAIR (92) PHILIPPE STARCK

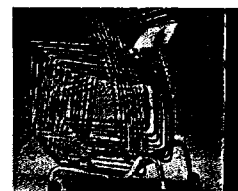


그림 23) JULIETTE (92) HANNES WETTSTEIN

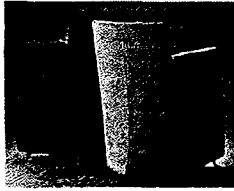


그림 24) CAPRI CHAIR (92)  
HANNES WETTSTEIN



그림 25) MAMMA (92)  
DENIS SANTACCHIARA

#### 4-4 베르니니(BERNINI spa)

(VIA FIUME 17, 20048 CARATE BRIANZA MI TEL. 0362-992022 FAX. 990429)

●특성: 주요 생산품목은 수납장, 책상, 소파, 테이블, 침대의 소품으로 구성되어 있다. 1904년에 설립되어 나무를 주재료로 사용하는 것이 특징이다. 나무의 주된 사용에, 금속, 유리, 대리석, 폴리우레탄, 프라스틱과 같은 보조재료도 과감히 사용하고 있다. 디자인된 제품에 대해 기술적으로 해결해 주기 위한 연구소도 별도 운영하고 있다. 또한 이 연구소가 기능적인 디자인과 예술적, 수공예적인 디자인 2가지 분야로 운영되고 있는 이유는 기술적 노하우를 축적하기 위함이기도 하다.

##### ●주요 참여 디자이너

G.F.FRATTINI, F. POLI, CARLO SCARPA, S. COPPOLA, R. BONZON, LELLA & MASSIMO VIGNELLI, A. & P. CASTIGLIONI, GAETANO PESCE, C. BENEDETTI, TANZI, PAOLO NAVA, DE PAS, D'URBINO&LOMAZZI

##### ●주요 제품 및 디자이너

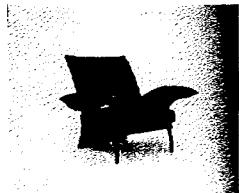


그림 26) PERPAOLO  
PAOLO NAVA

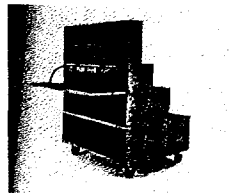


그림 27) RAMPA  
ACHILLE CASTIGLIONI

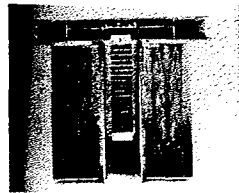


그림 28) SCALIGERA  
FRANCO POLLI

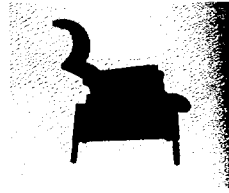


그림 29) SANLUCA  
ACHILLE CASTIGLIONI

#### 4-5 드리아데(DRIADE spa)

(VIA PADANA INFERIORE 12/A 29012 FOSSADELLO DI CAORSO PC TEL. 0523-818650 Fax 822628)

●특성: 68년에 설립되어 디자이너 안토니아 아스토리(ANTONIA ASTORI)에 의해 개발된 시스템 가구에

에 주력하다 최근에는 필립 스타크(PHILIPPE STARCK), 보릭 쉬펙(BOREK SIPEK), 론 어레이드(ROD ARAD)와 같은 전위적 디자이너와 함께 역사적 전위 스타일(HISTORICAL AVANGUARD STYLE)에도 많은 제품을 생산하고 있다. 특히 설립 초기부터 작업에 참여한 안토니아 아스토리는 드리아데社의 산 증인이기도 하다. 76년부터 지금까지 개발한 시스템 가구(OIKOS 시리즈)는 유닛형 시스템 가구의 명품으로 소문나 있다.

##### ●주요 참여 디자이너

DE PAS, D'URBINO, LOMAZZI, NANDA VIGO, ENZO MARI, ANTONIA ASTORI, SOTTASS ASSOCIATI, PAOLO DEGANELLO ACHILLE CASTIGLIONI, ALESSANDRO MENDINI, MASSIMO MOROZZI, BOREK SIPEK, RODOFO DORDONI, JOSEP LLUSCÀ, ELLIOTT LITTMANN, UMBERTO RIVA, PHILIPPE STARCK, OSCAR TUSQUETS, TOYO ITO, RON ARAD.

##### ●주요 제품 및 디자이너



그림 30) OIKOS 1 (76)  
ANTONIA ASTORI

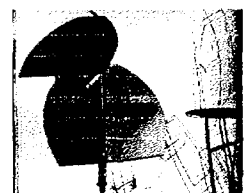


그림 31) LIBA (86)  
BOREK SIPEK

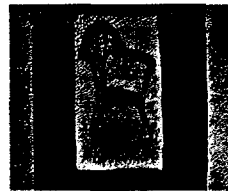


그림 32) ITOS APOSTOS(85)  
ELLIOTT LITTMANN



그림 33) LYBRA (92)  
PHILIPPE STARCK

#### 4-6 카르텔(KARTELL spa)

(VIA DELLE INDUSTRIE 1 20082 NOVIGLIO MI TEL. 02-900121 FAX. 9053316)

●특징: 1949 자동차 액세서리 생산회사로 출발하여 1953년부터 플라스틱 가구제품에만 전력을 하고 있다. 특히 가구분야에서 플라스틱을 사용하여 가구의 아이템과 재료의 한계성을 극복하여 카르텔 회사만의 독특한 아이덴티티를 유지해 오고 있다. 특히 조인트 유닛 방식의 정교함은 카르텔의 플라스틱 성형기술의 우수함을 증명해 주고 있다. 최근에는 필립 스타크가 개발한 제품들이 큰 호응을 얻고 있다.

##### ●참여 디자이너

VICO MAGISTRETTI, ANTONIO CITERIO, GAE AULENTI, ANNA

CASTELLI FERRIERI, CENTRO KAPPA, SIMON FUSSELL, GIULIO POLVARA, GIOTTO STOPPINO, OLAF VON BOHR, ANDRIES VAN ONCK, MATTEO THUN, PHILIPPE STARCK

● 주요 제품 및 디자이너



그림 34) MISS GLOBAL  
PHILIPPE STARCK

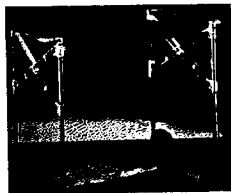


그림 35) OXO  
ANTONIO CITERIO

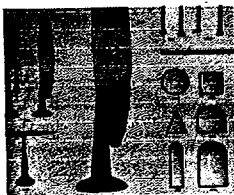


그림 36) DELPHI  
MATTEO THUN

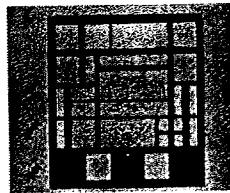


그림 37) CORNER JOINT  
ANNA CASTELLI FERRIERI

4-7 피암 이탈리아(FIAM ITALIA spa)

(VIA ANCONA 1 B 61010 TAVULLIA PS  
Tel. 0721-201346/7/8 Fax 202432)

● 특징: 1973 비토리오 리비(VITTORIO LIVI)에 의해 설립되어 유리만 사용하여 가구를 생산하고 있다. 재료적 한계로 인하여 캐스팅(CASTING) 기술 보다는 컷팅(CUTTING), 밴딩(BANDING), 접합기술을 최대한 사용하여 기능과 형태를 해결하려는 흔적이 보인다. 실생활에 사용되어지는 것 보다는 오브제 역할을 하는 것이 재료와 기술의 한계성을 보여주 고 있다. 그러나 유리가공기술에 있어서는 세계 최고를 자랑하고 있다.

● 참여 디자이너

ANGELO CORTESI, ENRICO TONUCCI, STUDIO L/V, VITTORIO LIVI, MASSIMO MOROZZI, DANNY LANE, T.KATAYANAGI, MAKI O HASUIKE, ENZO MARI, GIUGIARO DESIGN, PHILIPPE STARCK, ROBERTO SEMPRINI

● 주요 제품 및 디자이너

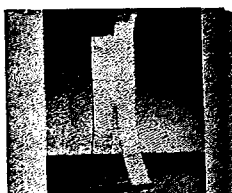


그림 38) LAMETTA (78)  
ENRICO TONUCCI



그림 39) HYDRA (85)  
MASSIMO MOROZZI



그림 40) GHOST (87)  
T. KATAYANAGI



그림 41) DAMA (90)  
MAKIO HAUSIKE

V 결론

이태리 가구산업 발달과정을 역사적 측면에서 볼 때 18C까지는 큰 위력을 발휘하지 못하였으나 근대화 과정에서 밀라노 북쪽지역을 중심으로한 브리안자 지역이 가구생산의 중심지로 자리잡게 되었다. 이로 인하여 브리안자 지역은 가구산업의 핵심적인 지역으로 세계가구시장의 촉각이 집중되고 있다. 매년 4월 밀라노에서 열리는 살로네 델 모빌레(SALONE DEL MOBILE) 전시회 기간의 열기가 이를 잘 반영해 주고 있다. 이때의 열기는 세계각지에서 몰려오는 디자이너, 가구 관련업체 사람들로 인해 호텔, 레스토랑, 여행사 등 모든 경제 구조에 큰 활력소로 작용하고 있다. 또한 이태리 가구산업은 이태리 산업중 중요한 요소로 뿐 아니라 관련산업 전반에도 도미노 현상과 같은 활력적 요소로 작용하고 있다. 예를 들어 조명, 생활용품, 욕실용품... 등 주거에 관련된 다른 영역의 산업에도 지대한 영향을 주고 있다.

이와 같이 이태리 국내 산업에서의 역할 뿐 아니라 세계시장에서의 이태리 가구의 영향력이 지대하다는 것도 새삼 거론할 여지가 없을 것 같다.

이에 이태리 가구산업의 경쟁력과 영향력을 지금까지의 고찰을 통해 다음과 같은 몇 가지 중요한 배경과 요인으로 분석할 수 있다.

첫째, 건축가들에 의한 디자인 활동으로 다양한 디자인 언어를 개발하여 단순한 상품적 가치를 문화적 가치로 끌어 올려 부가가치를 높이고 있다.

둘째, 혈연중심의 중소기업형태와 이로 인한 기술 축척 및 기술개발에 대한 투자는 상품의 부가가치를 높이는 생산성 향상에 기여할 뿐 아니라 디자이너들의 자유로운 창작활동에도 크게 이바지하고 있다.

셋째, 밀라노라고 하는 세계시장의 교두보를 이용하여 브리안자지역을 중심으로한 가구산업의 집중화와 업종별 분업화가 잘 이루어져 있다는 점이다.

넷째, 이태리 가구산업의 밑거름이 되는 유통현황은 독점 형태의 대리점과 같은 구조의 유통조직이 아니라 자유경쟁 원리를 도입한 양판개념의 유통구조로 구성되어 있다. 또한 구매력과 품질의 차이에 따른 확실한 소구층의 분화와 중간상인의 역할로 인해 지역별, 아이템별 분화로 인한 무한 경쟁을 유도하고 있다.

다섯째, 대규모의 생산시스템 보다는 소규모의 다양한 아이템 개발에 의한 생산구조를 지향하고 회사마다의 독특한 전문분야로의 아이템 개발에 따른 생산형태로 인해 세계시장에서의 경쟁력을 확보하고 있다.

이상과 같이 이태리 가구산업의 특성을 디자인적 측면 뿐만 아니라 산업의 구조적 측면과 환경적 측면까지 고찰해 보았다.

이와 같은 특성을 바탕으로 이태리 가구산업은 전 산업분야에서 중요한 위치를 차지하고 있고 다른 디자인 산업분야에 까지 그 영향력을 미치는 것을 알 수 있다.

이에 국내 가구산업에서도 단기적 안목과 투자보다는 장기적 안목과 환경적 측면에 대한 실질적 투자와 그밖에 다양한 디자인 개발이 적극적으로 이루어져야 할 것이다.

## 참고문헌

- NINA BÖRSEN - HOLTSMANN, ITALIAN DESIGN BENE DIKT TASCHEN VERLAG GmbH, KÖLN, 1994
- GIAMPIERO BOSONI, FABRIZIO G. CONFALONIERI, PAESAGGIO DEL DESIGN ITALIANO 1972-1988, EDIZIONI DI COMUNITÀ, MILANO, 1988
- MARIO MASTROPIETRO, AN INDUSTRY FOR DESIGN, 2nd EDITION, EDIZIONI LYBRA IMMAGINE, MILANO, 1986
- PENNY SPARKE, ITALIAN DESIGN, THAMES AND HUDSON, LONDON, 1988
- STRATEGIE PER LO SVILUPPO DELLA COMPETITIVITÀ DEL SETTORE ITALIANO DEL MOBILE, GRAPHICHE MAZZUCHELLI 1991
- FULVIO IRACE, DRIADEBOOK(TWENTY-FIVE YEARS ON DRAWING BOARD), SKIRA EDITORE, MILANO, 1995
- AN ITALIAN YEAR, BBE, TORINO, 1990
- COMPASSO D'ORO ITALIAN DESIGN, ASSOCIAZIONE PER IL DISEGNO INDUSTRIALE 1989
- ABITARE IL TEMPO 1995
- INFOMAZIONE FIERA DI MILANO, ENTE FIERA, 1996
- 이연숙, 서양의 실내공간과 가구의 역사, 도서출판 경춘사, 1989
- 김시홍, 이탈리아 사회연구, 명지출판사 1996
- 김한원, 박원규, 이경훈, 이탈리아 정치와 경제, 이탈리아 연구소, 1994
- 田珍三역, 디자인 문화의 시대, 도서출판, 1990
- OTTAGONO 통권 112-116
- 디자인학 연구 통권 13
- INTERNI GUIDA 1995
- 조선일보사, "세계의 문화시대" 조선일보 1994. 5. 27
- 한국일보사, 한국일보 1995. 6. 12