



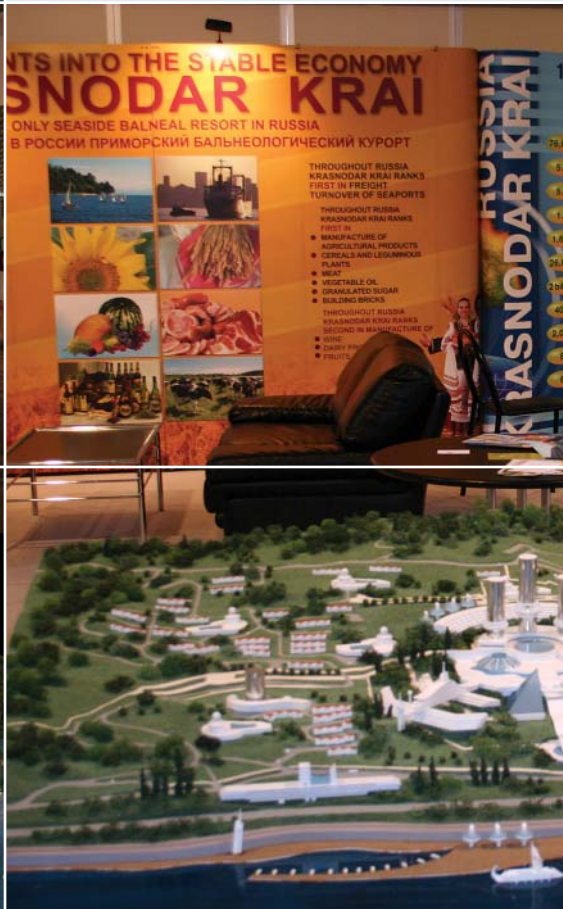


Enjoy Work, Enjoy MIPIM

# 세계 부동산 전문가들이 총 출동된 4일간의 축제

프랑스 남부 지중해변에 위치한 세계적 휴양 도시 칸(Cannes)은 매년 각종 박람회와 축제들로 분주하다. 흔히 알고 있는 것처럼 칸에서 영화제만 열리는 것이 아니기 때문이다. 올 부동산 투자박람회 미핼(MIPIM)을 통해 세계 부동산의 개발 트렌드와 현주소를 조명해보자.

글 신선미 (저스트알 (주) 투자자문팀) 사진 김우희 (저스트알 (주) 상무)









지난 3월 14일~17일에 열린 MIPIM(Marche International des Professionnels de L' Immobilier-The World's Property Market)은 프랑스어로 '국제 부동산 투자 박람회'란 뜻으로, 매년 칸에서 열리는 부동산 투자 축제이다.

일반인들에게 칸(Cannes)은 MIPIM보다는 올해로 59회째를 맞는 '칸 영화제'로 더 유명하다. 칸은 지중해와 접한 프랑스 남부 지역에 위치한 작은 도시로 '쪽빛 해안'이라는 뜻의 코트다쥐르(Côte d'Azur) 지방에 속한다. 칸은 자동차로 30분 거리에 공항이 있어 교통편도 매우 편리하다.

17돌 맞은 MIPIM, 세계적 박람회로 성장, 올해 2277개 회사, 2만여 명 참가 올해로 17번째를 맞는 MIPIM을 주관하는 회사는 Reed MIDEM이다. 1965년에 설립된 이 기업은 프랑스 파리에 본사를 두고 있으며 지금까지 38개국에서 460개의 이벤트를 주관하였다. 아시아 경제 및 부동산 시장의 성장에 주목해 올해 9월 홍콩에서 처음 열릴 'MIPIM Asia'를 주관할 예정이기도 하다.

MIPIM이 처음 개최된 1990년에는 22개국에서 2973명이 참가하는데 그쳤지만 17년이 지난 2006년에 74개국 2277개 회사에서 2만 1415명이 방문했다. 참가자 수가 연평균 13%씩 증가한 셈이다. 이 밖에 언론인들이 570명이나 참관한 것은 박람회의 신뢰도가 어느 정도 검증되었다는 표시로 해석된다.

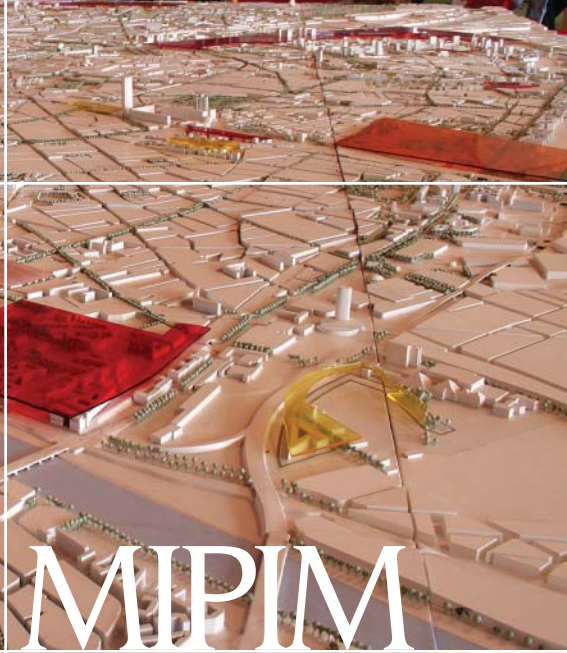
박람회 장소로 사용된 면적은 2만 743㎡, 6275평으로 도심에 있는 웅만한 빌딩 면적에 달한다. 초기에는 참가자의 대다수가 유럽 지역이었던 것이 현재는 중동, 멕시코만 연안 5개 주(플로리다, 알라바마, 미시시피, 루이지애나, 텍사스), 아시아, 동유럽에까지 확장됐다.

MIPIM, 세계 부동산 시장의 흐름을 한눈에 시장은 물건을 파는 사람과 사는 사람이 한곳에 모이는 장소다. MIPIM은 부동산 관계자들이 자유롭게 정보와 물건을 교환할 수 있는 시장과 같다. 부동산이 가지는 고유의 특성상, 부동산이 위치한 곳을 직접 방문하지 않고는 현황과 장단점을 파악하기가 쉽지 않다. 따라서 MIPIM을 통해서 투자자는 더 넓게 투자할 수 있는 기회를 가지게 되고, 개발자는 많은 투자자에게 해당 부동산이 가지는 우수성을 홍보해 자금 조달을 용이하게 할 수 있다. 그러나 MIPIM은 단지 거래만을 위한 박람회는 아니다. 각 부스에서 해당 프로젝트를 홍보하는 설명회뿐만 아니라 세계 부동산 시장의 트렌드와 핫 이슈에 대한 컨퍼런스가 143개나 열리며, 이 컨퍼런스는 세계적인 부동산 데이터뱅크인 IPD(Investment Property Databank)와 함께 기획·운영하기 때문에 신뢰도가 높다. 요트 선상 파티 및 오후 시간대의 칵테일 파티 시간에 부스를 둘러보면 박람회인지 파티인지 구분이 어렵다. 또한 개별 프로젝트를 알리는 차원이 아니라 세간에 잘 알려지지 않은 도시를 홍보함으로써, 투자자들에게 지역 전체 홍보의 장이 되기도 한다.

MIPIM의 참가자는 투자자와 개발자뿐만 아니라 지방자치단체, 부동산 관련 각종 자문사 등







# Cannes MIPIM







부동산에 관련된 모든 분야로 확산되고 있는 추세다. MIPIM의 참가비는 1485유로로 다소 비싸게 느껴지지만 등록자들에게 제공되는 백과사전 두께의 관련 업계 DB만 해도 참가비 정도의 가치가 있다. 게다가 주택, 상업시설, 레저시설, 업무시설 등 다양한 분야의 최신 개발 현황을 눈으로 확인할 수 있고, 부동산 관리 운영에 관한 소프트웨어까지 부동산에 관한 모든 것을 한 곳에서 경험할 수 있다.

**태안, 무주 등 기업도시 해외 투자자에게 인기** MIPIM에서는 매년 Business Centres/ Shopping Centres/ Refurbished Office Building/ Residential Development/ Hotel&Tourism의 5개 부문에 대한 시상이 있다. 각 부문에 3개의 후보를 선정하여 공개 경쟁 후 상을 수여한다. 이 상은 개발자에게는 큰 영예이다. 올해 MIPIM에서 작년에 비해 참가자가 두드러지게 증가한 나라는 러시아로 증가율이 75%에 달했고 165개 회사가 방

문했다. 그 밖에 중동에서도 23개국 이 참가해 전년 대비 21%의 증가세를 보였고, 스칸디나비아 반도 국가들의 증가세도 두드러졌다.

우리나라에서도 이번 MIPIM에서 '관광, 레저도시/아시아 문화 중심도시 프로젝트' 를 테마로 부스를 열었다. 부스의 규모는 약 25평으로 큰 편에 속했고, 전라남도, 현대건설, 문화관광부, KOTRA 등이 연계하여 한국 홍보관으로 운영했으며, 차관 주재로 주요 잠재적 투자자들을 위한 오찬 투자설명회도 개최했다. 우리나라 부스에서 주로 홍보한 도시는 관광 레저형 기업도시로 선정된 태안, 무주, 해남과 아시아 문화 중심도시인 광주이다. 이번 기회를 통해 우리나라는 중동, 프랑스 등의 투자자들에게 호의적인 반응을 얻어 지속적인 유대를 유지할 계획이다.

**칸 영화제보다 지역 경제에 미치는 영향 커** 부동산은 말 그대로 움직일 수 없는 자산이다. 따라서 다른 자산에 비해 정보도 비효율적이고, 제한적일 수밖에 없다. 그러나 MIPIM처럼 매년 부동산 트렌드를 보여주는 박람회는 부동산 시장의 효율성과 투명성을 높이는 데 기여할 수 있을 것이다.

MIPIM은 지역경제 파급 효과도 크다. 박람회가 개최되는 칸에서는 대회 기간 동안 와인 소비량이 그 유명한 칸 영화제 기간보다 두 배나 많고, 모든 호텔이 만원을 이루어 한 달 전에 예약하지 않으면 박람회장에서 다소 떨어진 니스에서도 방을 잡기가 쉽지가 않을 정도다. 또한 대회 자체는 매년 3월 둘째 주 화요일~금요일까지 열리지만, 참석자들이 대부분 MIPIM이 끝난 후 주말까지 체류하기 때문에 지역 경제에 중요한 영향을 미친다. MIPIM이 열리는 팔레 데 페스티벌 (Palais des Festivals) 동쪽에 있는 크루와제트 대로에는 프랑스의 유명한 명품 숭들이 줄지어 서 있어서, 참가자들의 소비 욕구를 충족시켜주기에 충분하다.

2006년 MIPIM의 모토는 enjoy work! 홍보와 파티 및 컨퍼런스가 어우러진 MIPIM 안에서만은 컨셉트 설정을 위해 노력하고, 최적의 Cash Flow 도출을 위한 실무자의 치열함을 뒤로한 채, 충분히 즐기면서 일할 수 있다. ☺