1_ 8회 연주회의 지휘를 맡은 서현석 강남 심포니오케스트라 상임 지휘자
2_ 처음으로 실내에서 진행된 8회 연주회 전경

성도GL '기업과 예술의 아름다운 만남'

헤이리 심포니 오케스트라 연주회

㈜성도GL(대표이사 김상래)은 지난 10월 2일 토요일 경기도 파주 헤이리 문화예술 마을에서 '헤이리 심포니 오케스트라 제 8회 정기 연주회'를 개최했다. 지난 2007년부터 한국 메세나 협의회를 통해 헤이리 심포니 오케스트라와 중소기업예술지원 매칭 펀드를 맺어 4년째 지속적으로 지원하고 있는 성도GL은 매년 2회의 정기 연주회를 개최하고 있다.

이번 연주회는 헤이리 심포니 오케스트라, 강남 심포니 오케스트라의 상임지휘를 맡고 있는 서현석 지휘자의 지휘로 진행되었으며 한국페스티발앙상블의 음악감독을 맡고 있는 박은희씨의 음악해설로 진행됐다. 또한 턴에이저 음악콩쿨, 한국리스트콩쿨 등 국내외의 수많은 콩쿨을 석권한 이승현 군과 줄리어드와 맨하탄 음대에서 석, 박사학위를 취득하고 현재 성신여자대학교 음악대학에 재직하고 있는 조재혁 교수의 피아노 특별 연주로 오케스트라의 협연 공연이 진행됐다. 이번 연주회는 각계각층의 귀빈 뿐만 아니라, 무료 공연으로 지역주민들과 함께 할 수 있는 시간으로 진행되어 메세나 활동의 의미를 더했다.

성도GL은 이번처럼 문화 행사 진행이 지역사회의 공헌과, 고객과 함께 호흡할 수 있는 좋은 기회가 되었으며 가을날 밤의 운치 있는 자연이 함께 이루어진 공간인 헤이리마을에서 개최할 수 있어 더욱 뜻 깊은 자리였다고 전했다.

문화예술 경영의 모범사례로 꼽히는 성도GL

성도GL은 모범적인 문화예술 경영 사례로 손꼽히고 있다. 여러 이유를 들 수 있지만 무엇보다 김상래 대표가 강한 의지를 갖고 추진한데 따른 것이다. 김 대표는 '문화경영을 통해 고객과 지역사회에 대한 참여와 책임을 지속한다'는 비전을 갖고 문화경영에 뛰어 들었다. 이에 따라 문화경영을 단기적이고 부수적인 영업전략이 아니라 회사의 중심을 잡아주는 하나의 기업철학으로 격상시켰다. 이에 따라 시간이 지나면서 성도GL의 전직원들은 문화 콘텐츠를 세상에 구현시키는 문화지원 사업을 하고 있다는 가치관을 공유하게 되었으며 고객들은 물론 지역 사회를 위해서 헤이리에 복합예술공간인 '공간 퍼플'을 설치하고 헤이리 오케스트라를 꾸준히 지원해 문화기업으로서 굳건하게 자리매김을 하는데 성공했다.

문화경영을 통해 회사의 인지도가 높아졌으며 외부의 긍정

적인 평가가 이어지면서 직원들은 회사에 강한 자부심을 갖게 됐고 이는 업무에도 긍정적인 영향을 주는 선순환의 흐름으로 이어졌다. 성도GL의 문화경영이 본격화된 것은 김상래 대표가 취임한 2002년부터였다. 김 대표는 가장 먼저 시작한 게 관행이었던 음주가무 접대에서 문화 접대로 과감하게 전환하기 시작했다. 문화예술 공연을 예매, 고객사 임직원들에게 보여줬을 뿐 아니라 내부 직원들을 대상으로 한 문화예술 프로그램도 시작했다. 지난 2002년 문화경영 이후에 8년의 세월이 흐르면서 경영 성과도 매년 좋아져 2002년 300억원대였던 매출액이 지난 2009년에는 두 배 가량 늘어난 것으로 파악되기도 했다. 외부에서도 문화경영의 성과를 인정받아 지난 2005년에 기업혁신대상 국무총리상, 2007년 사회책임경영 부문 중소기업청장 표창, 2009년에는 문화체육관광부와 중소기업중앙회가 주최하는 중소기업 문화대상을 연달아 받는 영예를 누리기도 했다.

문화경영의 성공은 '신뢰와 사랑'

김효린 마케팅 팀장은 내외부에서 이처럼 문화경영에 대해 인정을 받을 수 있게 된 것을 여러 가지로 설명할 수 있겠지만 핵심적인 것을 든다면 문화경영에 대한 '신뢰와 사랑'을 들 수 있을 것이라고 말한다. 이는 김 대표가 갖고 있는 문화 경영관이 "문화예술을 통한 이해관계자들과의 공감과 소통, 창조경영의 모멘텀"이며 "문화 경영이야말로 창조적 소통과 윤리경영을 가능케 하는 원동력"임을 믿기 때문이다. 즉, 문화경영이 단순히 CEO의 취미생활에 기반을 둔 것이 아니라는 점을 분명히 하면서 이를 위해 직원들과 함께 머리를 맞대고 문화경영이 왜 성도GL의 핵심 가치가 될 수 있는지를 소구했다. 그 결과 단순히 인쇄용 필름, 기자재 판매로만 인식됐던 가치를 문화와 연결시키게 되었다. 회사의 비전이 '문화 콘텐츠를 세상에 구현시키는 일종의 문화지원 사업'이라는 가치관을 정립하게 된 것이다. 이에 따라 '우리의 신념'은 '성도GL은 개인과 조직이 가지고 있는 그래픽의 꿈과 상상을 세상에 구현하게 함으로써 인류문화 발전에 공헌하고자 한다'는 문장으로 시작해 '문화경영을 통하여 고객과 지역사회에 대한 우리의 참여와 책임은 지속될 것이다. 성도GL은 그래픽 드림을 가능하게 함으로써 문화발전에 공

3

헌하는 그래픽 솔루션 파워하우스이다'로 끝난다. 김 대표는 전 직원이 문화경영을 강조하는 가치관을 공유하는 것이 문화경영의 시작이라고 보고 전략, 전술, 시장, 제품은 시대에 따라 달라질 수 있지만 전 직원이 공유하는 가치관은 쉽게 변하지 않기에 문화경영을 기업 철학으로 승화시켰다.

고객과 외부에 드러난 것이 원칙을 지키며 함께 하는 기업임을 알리는 '신뢰'를 실현하는 것이었다면 내부적으로 '방점'을 찍은 것은 바로 '사랑'이었다. 성도GL이 적극적인 문화경영을 펼치는 이유는 문화활동을 통해 직원들이 예술가들의 창조성과 감수성을 느꼈으면 하는 취지 외에 애사심을 높이고자 하기 때문이다. 애사심은 자연스레 좋은 업무 성과를 가져온다는 것이 김 대표의 생각이며 그는 직원들이 문화를 제대로 향유하고 즐기기 위해서라도 복리후생에 신경 써야 한다고 믿는다. 성도GL은 자세하게 밝힐 수는 없지만 직원들을 위해 조금이라도 더 많은 복리후생을 제도적으로 지원하기 위해 노력하고 있다. 또한 직원들이 직장을 생계 유지를 위해 할 수 없이 다니는 곳으로만 인식한다면 개인이나 회사에게 모두 바람직하지 못한 것이기에 직원들이 회사를 통해 행복을 느낄 수 있기를 기대한다. 그리고 이를 조금이라도 뒷받침하기 위해 직원들에 대한 '사랑'을 실현하고자 하기에 내부적으로는 '사랑'에 방점을 찍고 있다.

문화경영은 기업의 사회적 책임 실현에도 기여

김 대표는 책임, 믿음을 갖고 문화 경영을 하고 있다고 말한다. 사업을 함에 있어 가장 중요한 탁월한 소통을 촉진하는 것이 바로 문화 경영이기에 문화가 주는 감동을 고객에게 그대로 전달하고 싶다는 생각이다. 뿐만 아니라 성도GL은 문화경영을 통해서 직원과 고객뿐 아니라 지역사회를 위한

주요 공연곡

제6회 대표 프로그램
로시니의 오페라 '윌리엄 텔' 서곡, 비제의 오페라 '카르멘' 중에서 '투우사의 노래' 등

제7회 대표 프로그램
조두남의 '뱃노래', 푸치니의 오페라 '라보엠'

제8회 대표 프로그램
그리그의 피아노를 위한 콘체르토와 오케스트라 마이너 16번곡, 거쉰의 랩소디 인 블루

3~4_ 5회 연주회 모습. 5회부터 성도GL의 후원이 시작됐다.
5_ 지역주민과 함께 한 6회 연주회
6_ 헤이리의 심볼로 자리잡은 헤이리 심포니오케스트라의 7회 연주회 모습

4

5

6

문화지원에도 적지 않은 공헌을 하고 있다. 지난 2008년에는 50억 원을 들여 경기도 파주 헤이리에 연면적 1990㎡(602평) 규모인 복합 예술관 '공간 퍼플'을 세웠다. 공간 퍼플은 복합 예술 공간으로 다양한 미술 전시를 무료로 제공 하고 있다. 미술관 운영 비용과 상주 직원들의 인건비로 전시회 비용을 제외하고도 연간 4억 원 이상이 든다. 지금까지 아오키 노에, 최만린, 이강소, 곽인식, 이우환 등 국내외 최정상급 예술가들의 작품을 무료로 관람할 수 있는 기회를 제공해 예술을 통한 사회 환원을 실천하고 있다. 사람에 대한 신뢰와 사랑을 핵심 가치로 하는 문화경영을 최고의 가치로 두고 이를 적극 실천하고 있는 성도GL의 문화경영 행보는 어떻게 이어질지에 업계 내외의 관심이 모아지고 있다.

김상호 부장 kshulk@print.or.kr