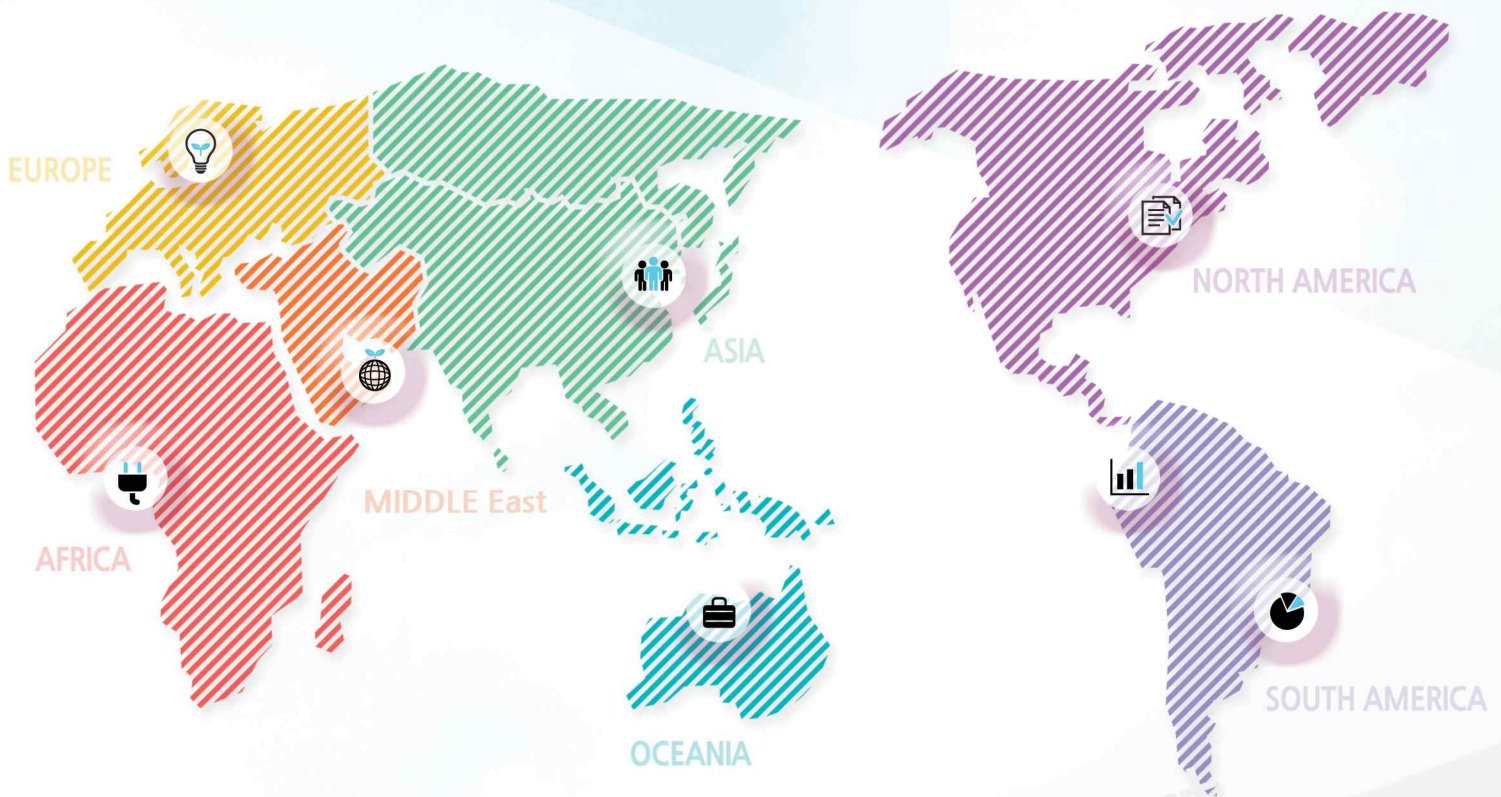




이탈리아 장인기업의 비결과 우리기업과의 협력방안

CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 이탈리아 장인기업의 비결 1

- 1 1. 이탈리아 장인기업의 현황과 특징
- 4 2. 이탈리아 장인기업의 발전요인
- 8 3. 이탈리아 장인기업 성공사례

II. 우리 중소기업과 이탈리아 장인기업의 상생협력 10

- 10 1. 우리 중소기업의 현황과 지원책
- 15 2. 우리 중소기업과 이탈리아 장인기업의 비교
- 16 3. 우리 중소기업과 이탈리아 장인기업의 협력방안

III. 기타자료 18

요 약

이탈리아의 장인기업은 총 140만개로, 약 290만 명이 장인기업에 종사하고 있으며, 장인기업의 95%는 전체 종업원 수 10명 미만의 소규모 형태다. 하지만 이들 장인기업이 이탈리아 전체 GDP의 12%를 생산하는 등, 유럽 경제 위기 속에서 자국경제의 대들보 역할을 해왔다.

이탈리아 장인기업의 발전요인으로는 △가족중심 기업문화와 기술 축적 △생산특화 클러스터를 통한 유기적 협업 △미(美)와 창의성을 추구하는 장인정신 △대기업과의 대등한 비즈니스 관계 △정부 및 EU의 세제 지원 등이 있다.

우리 기업과 이탈리아 장인기업은 품질과 해외 진출을 중시하는 점에서 유사하다. 하지만 가격보다 기술우위와 전수에 주력하고 대기업과 비교적 대등한 관계를 유지해 온 점은 이탈리아 장인기업이 우리기업과 차별화된 점이다. 오랜 세월 생산시설 확충이나 현대화 없이도 대량 주문에 대처할 수 있는 관리기법과 지역 생산협력 체계를 발전시켜 대기업과 능동적인 협업 관계를 발전시켜 온 것이다.

우리기업은 규모에 비해 뛰어난 해외 마케팅 능력을 보유하고 있다. 따라서 유럽지역 시장 포화와 세계화 추세로 신흥시장에 눈을 돌리고 있는 이탈리아 기업들에게 최적의 파트너가 될 수 있다. 우리 기업들은 중국, 동남아 등 명품에 대한 신규 수요가 많은 지역에 유통망을 확보하고 있어, 명품 기술을 보유한 이탈리아 장인기업과 함께 공격적인 시장 진출을 모색할 수 있을 것이다.

I 이탈리아 장인기업의 비결

1. 이탈리아 장인기업의 현황과 특징

□ 이탈리아 경제 개황

- 주요 특징 : 중소기업 위주의 제조업·공업 중심 경제
 - 중소기업으로 구성된 산업별 특화 생산지역이 발달
 - * ‘중소기업’ 정의 : 종사자 수 250인 미만, 연간 매출액 5천만 유로 미만 또는 자산 4천 3백만 유로 이하 기업 (자료원 : Eurostat)
 - * 이탈리아 전체 기업의 99%가 중소기업의 기업으로, 이탈리아 근로자의 70%가 100명 미만의 기업체에서 근무
 - 제조업과 공업이 발달하였고, 북부(공업지역)와 남부(농업지역)간 경제력 격차가 심한 편
 - 프랑스, 독일 등 인근 국가들과 자동차, 항공기 등 기계류 및 의료용품 관련 상호 납품 등 보완적 산업구조 형성
 - 우수한 디자인과 신속한 시장 환경 대응 능력이 강점
- 이탈리아 경제에서 장인기업이 갖는 의미
 - 이탈리아의 중소기업 중 장인을 중심으로 한 소규모의 가족기업을 장인기업이라 함. 이탈리아 장인기업은 가업승계가 활발하여 세대 간 기술전수 및 장인정신의 발전이 가능하였음.
 - 이러한 장인정신과 기술을 바탕으로 생산되는 제품들이 세계적인 명품으로 인정받으며, 이탈리아 경제성장의 견인차가 되고 있음
 - 따라서 이탈리아 정부는 중소기업법 외에 ‘수공예산업분야 관련 법령’을 별도 제정하여, 장인(artigiano)과 장인기업(impresa artigiane)에 대해 정의하고 그 지원 기반을 마련함으로써 장인기업을 육성하고 있음

□ 이탈리아 장인기업 개황

○ 장인기업의 정의

- 장인기업 : 기업 소유주가 직접 생산(수작업 포함)하는 기업으로, 그 분야와 규모에 대해 이탈리아 수공업산업분야 관련 법령에 따라 제한
- 장인기업 분야 : 완제품 및 반제품 생산, 서비스업을 포함. 단, 농업활동, 상업서비스 활동, 중개업은 포함하지 않음(수공업산업분야 관련법령 443/1985 4항)
- 장인기업 규모 : 기업 성격에 따라 종업원 수 제한. (i)연속 동일 제품을 만들어내지 않는 기업은 18명 미만 (ii)연속 동일 제품을 만들어내지만 전체가 자동화되어 있는 기업은 9명 미만 (iii)예술, 전통, 맞춤형 의류 생산 분야 장인기업은 32명 이하 (iv)수송기기 관련 장인기업은 8명 이하, 건설 분야 장인기업은 10명 이하(수공업산업분야 관련법령 443/1985 2-3항)
- 장인기업 설립 형태 : 유한책임회사(Srl) 형태로 설립가능하나 주식회사(Spa)는 불가능

* 이하에서 사례에 인용한 기업들의 경우 장인기업으로 시작하였으나 직원 수 등 규모가 커지거나 주식회사로 전환하여 상기 장인기업의 범주를 벗어나게 된 경우도 포함하였음

○ 장인기업의 현황 : 국가 경제에서 차지하는 비중과 GDP 기여도가 상당함

- 이탈리아에는 약 140만 개의 장인 기업이 있으며 이는 전체 기업수의 약 35%에 해당
- 장인기업이 창출하는 부가가치는 이탈리아 전체 GDP 의 12% 차지
- 장인기업이 국가 전체 고용의 25%를 차지
 - * 고용인원 수가 가장 높은 지역으로는 역사적으로 상공업이 발달한 북부지역. 지역별 고용비율 : 북서부(30%), 북동부(26%), 중부(20%), 남부(20%)
 - * 동 수치는 농업 관련 기업은 제외한 것이며 장인기업의 95%는 전체 종업원 수 10명 미만의 소규모 형태를 유지하고 있음

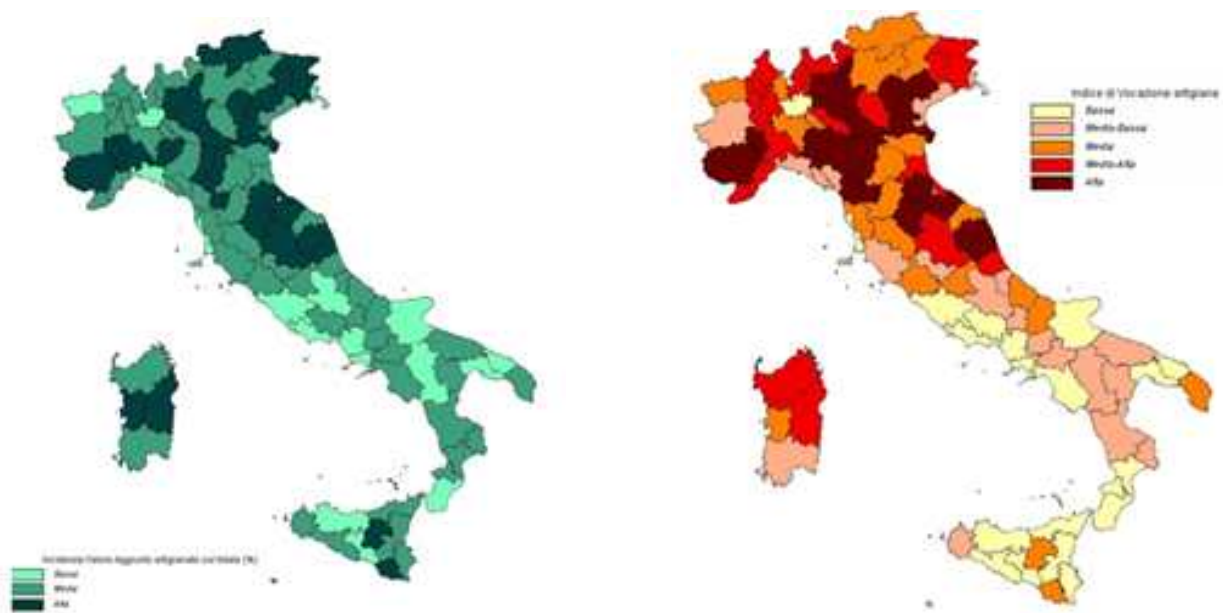
○ 장인기업의 특징 : 가족단위 경영과 클러스터 발달, 기술·창조성의 중시

- 중소규모의 가족기업 : 특정산업 분야에 국한됨이 없이 다양한 산업 분야에

분포. 직업의 귀천이 없고 자신이 선택한 일을 평생 하는 것을 인정해주는 사회적 분위기로 인해 정착

- 산업별 장인기업 클러스터 : 전국에 약 72개 분포. 지역을 기반으로 하여 자연발생적으로 형성. 장인기업 경제활동의 중심 근거지가 됨
- 창조적 감각, 예술성, 고도로 숙련된 기술의 중시 : 세계적으로 알려진 국가 브랜드 'Made in Italy'를 구성하는 주요 요소이자, 장인기업이 글로벌 시장에서 경쟁력을 유지하는 요인

<이탈리아 장인기업 지역별 부가가치 비율> <이탈리아 장인기업 지역별 고용 비율>



* 참고 : 지도상 색이 짙어질수록 장인기업의 부가가치비율/고용비율이 높은 지역 의미

<이탈리아 장인기업 현황>

전체 GDP에서 차지하는 비율	12% (북부(60%), 중남부(40%))
2014년 수출규모	258억 유로 (전년대비 + 3.5% 증가)
2014년 대 한국 수출 증가율	+24.4%
전체 장인기업 수	1,400,000개
장인기업 전체 종사자 수	2,902,000명 (전체 이탈리아 중소기업의 25.6%)
장인기업당 평균 종업원 수	2.2 명
장인기업 우수 분야	섬유, 가구, 신발, 가죽제품, 바이올린, 주얼리
장인기업 클러스터 수	72개

자료원 : Istituto G. Tagliacarne / Istat

2. 이탈리아 장인기업의 발전 요인

□ 가족 중심 기업 문화와 기술 축적

- 가족 중심의 문화로 인해 가족 단위의 가내수공업이 발달. 가내수공업의 규모가 커짐에 따라 자손들이 가업을 승계해나가는 전통이 굳어져 가족기업 문화가 형성됨
- 가족경영을 통해 여러 세대 동안 습득한 기술의 보존·전수가 가능해지고 이는 고급 장인기술 발전의 토대가 됨
- 더불어 가족 경영은 변화에 유연하게 대응할 수 있고, 구성원 간 가치관과 비전을 공유하여 규모가 아닌 개성과 최고를 추구하는 이탈리아 장인정신을 뿌리내리게 함

□ 미(美)와 창의성을 추구하는 장인정신

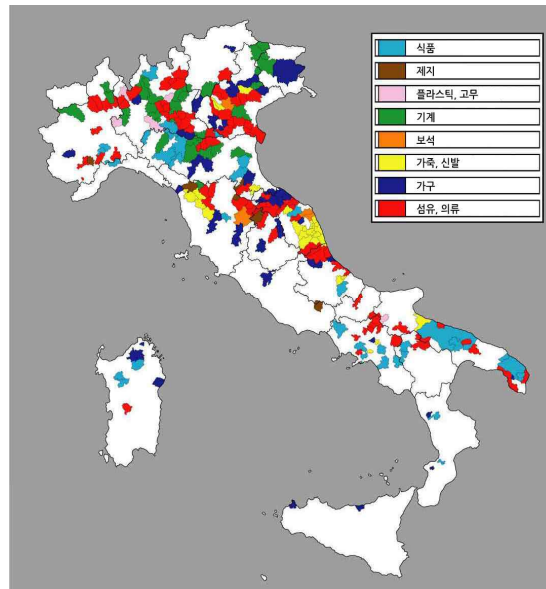
- 이탈리아 장인들은 오랜 시간 한 가지 제품을 수작업으로 소량 제작하는 공정에 전념해오면서 자연스럽게 아름다움과 창의성을 추구하게 됨
- 특히 세세한 부분까지 미적, 기술적 완성도를 높이려는 경향은 우수한 품질의 원동력이 됨

□ 생산 특화 클러스터

- 지역 기반 클러스터의 자생적 출현과 발달
 - 이탈리아는 천연자원 부족 국가로 이탈리아인들은 역사적으로 지역에서 구할 수 있는 재료를 활용한 제조, 제작 기술을 통해 경제적 부가가치 창출을 모색함
 - 지역 내 중소 장인기업들 간 자생적으로 클러스터가 생성되고 발전되어 옴
- 특정 산업 중심 클러스터의 발전과 네트워킹 이점
 - 같은 지역에서 일하는 장인들 간 수평적 네트워크를 형성, 유기적인 협업과 정보 교환 등 시너지를 창출.

- 클러스터 내 특정 산업 관련 장인의 밀집으로 인해 고객 유치 및 협상 시에도 유리한 위치 선점

<지역별 생산 클러스터>



자료원 : Istituto G. Tagliacarne / Istat

□ 대기업과의 대등한 비즈니스 관계 형성

- 장인기업은 생산 클러스터 내 분업과 협업을 통해 오랜 세월 간 생산 시설 확충이나 현대화 없이도 대량 주문에 대처할 수 있었고, 이는 현재에도 대규모 유통망과의 협상 시에 유리하게 작용
- 무엇보다도 장인기업이 여러 세대에 걸쳐 확보한 뛰어난 기술과 노하우는 대기업이 품질향상을 위해 필수적으로 확보해야 할 경쟁력으로 장인기업 협상력의 주요 요인이 됨
- 장인기업에게도 빅 브랜드와의 협업은 높은 수익을 창출할 수 있는 이점이 있어 장인기업-대기업간 상생협력 활발

<사례 : 대기업과 장인기업의 협업>

- 보테가 베테타(Bottega Veneta)의 경우 베네토주 지역 장인과의 협업 활발
- 토즈(Tod's)의 경우 마르케주 신발 제작 장인들에게 공정 위임
- 프라다(Prada)의 경우 피렌체 지역 가죽 장인들과의 협업 활발

□ 가업승계 장인기업에 대한 세제 혜택 및 우대정책

- 가족 중심의 기업 문화가 발달한 이탈리아에서는 상속세제 또한 가업 승계에 발맞추어 발전해 왔음
- 가업 승계 시 기업 상속세 면제
 - 기업을 직계가족에게 승계 시 일련의 조건을 충족할 경우 상속세가 적용되지 않음
 - 면제 조건 : 상속인이 상속 받은 시점부터 최소 5년간 기업 경영 및 지배권을 가져야 하며, 기업이 자본회사 (Srl- 유한책임회사)로 구성되어 있어야 함. 개인회사(Ditta Individuale)는 부동산 이전 등에 대한 과세가 이루어짐
- 장인기업에 대한 대출요건 완화
 - 장인기업은행(Artigiancassa)은 장인기업 혹은 지역 장인기업 조합이 특정 목적을 위해 대출을 할 경우, 적격 지출(eligible expenditure) 금액 100%에 대해 낮은 이자율을 적용
 - 적격 대출 목적 : 공장건설·생산시설 확대·공방 현대화, 기계·차량 구매, 원자재 구매

<참고사항 : 이탈리아의 중소기업 지원 정책>

- 이탈리아 투자기금 (Italian Investment Fund)
 - 12억 유로 규모
 - 중소기업간 합병을 장려하여 기업 규모 확대 및 글로벌 경쟁력 강화 모색
 - 대상 중소기업 : 1천만에서 1억 유로 사이 매출규모를 가진 업체가 대상으로, 약 1만 5천여 개의 이탈리아 중소기업이 해당
- 이탈리아 기업 네트워크 (Rete Imprese Italia)
 - Confocommercio, Casartigiani, Confartigianato, Confesercenti, CNA를 통합한 전국 중소기업 연합 재단
 - 중소기업 간 상호 협력과 상생 추구 및 입법기관과의 효율적 대화 창구 마련
- 메이드 인 이태리 (Made in Italy) 해외마케팅 지원
 - 이탈리아 무역진흥기관(TPO)인 ICE(Istituto nazionale per il Commercio Estero)는

자국 중소기업 생산제품의 브랜드를 Made In Italy로 통합하는 해외 마케팅 정책을 전개

- 민간 지원 SIMEST(Societa' Italiana per le Imprese all'Esteri)
 - 해외 투자 이탈리아 기업에 대한 마케팅 지원 중
 - SACE(Servizi Assicurativi per il Commercio Estero) 설립, 고위험 소재 지역 기업들과 거래하는 중소기업들에 대한 수출보험 서비스 제공하는 등 다각도로 수출 중소기업을 지원 중

□ 이탈리아 장인기업의 애로사항

- 가족 간 불화로 인한 경영난
 - 가업 승계가 이어지면서 기업 수익 구조나 경영체제에 대한 가족 간의 이견이 커져 경영난을 겪기도 함
- 전문경영인의 필요성
 - 세계화 및 정보통신화 등 급속한 환경 변화에 대한 적응이 어려워짐에 따라 전문경영인 영입을 고려하는 장인기업도 증가

<사례 : Gucci>

- 1923년 피렌체에서 Guccio Gucci가 창업, 세계적인 명품 브랜드로 성장한 Gucci는 3대에 이르러 경영체제 관련 가족 간 불화가 심화 1992년 파산위기까지 겪음.
- 하지만 하버드 법대 출신 도메니코 데솔레 회장과 같은 외부 전문 경영진과 미국 텍사스 출신 톰 포드를 수석 디자이너로 등용, 매출 증대를 이루면서 제2의 전성기 맞음

- 경기침체 장기화에 따른 자금난
 - 세계적인 금융위기 및 유럽시장 구매력 감소 등으로 인해 자금난을 겪는 장인기업이 증가
 - 이 경우 M&A 매물로 나오는 경우가 많음
 - 더불어 자녀가 가업승계를 원치 않는 경우도 회사 매각이 불가피
 - 최근 중국 기업들이 이탈리아 기업들을 공격적으로 인수, 합병하여 일거에 무형 자산을 획득하는 경향이 두드러지고 있음

3. 이탈리아 장인기업 성공 사례

□ 사례 1 : 토즈 (Tod's)

<토즈 가죽제품 제작 공정>	<기업 개요>
	- 세계적인 가죽명품 기업 - 1908년 Filippo Della Valle가 이탈리아 중부 마르케주 소도시의 조그만 공방에서 출발 - 2대손 현 회장 Diego Della Valle 체재 하에 신발, 가방, 지갑 등 최고급 가죽 제품을 만드는 하이엔드(High-end) 명품 브랜드 기업으로 입지 구축

- 선대부터 내려오던 작은 신발 공방을 리뉴얼해 1998년 최신식 설비로 교체하였으나 100여명의 장인의 손길을 거치는 전통적 신발 제조기술은 그대로 유지
- 장인정신을 충실히 지키면서 완벽한 품질, 창의성을 보유한 제품생산으로 글로벌 명품소비자들에게 차별화된 브랜드로 자리매김

* 마르케주는 손재주가 뛰어난 인재들이 많아 고급 공예품이 생산되는 곳으로 유명

□ 사례 2 : 마리넬리(Pontifica Fonderia Marinelli)

<마리넬리 교회종 제작 공정>	<기업 개요>
	- 교회 종만 전문적으로 제작해온 장인기업 - 11세기 경 설립 - 세계에서 가장 오래된 주조공장 중 하나

- 현재 종업원 12명의 작은 규모로 가업을 잇고 있으며 전통방식으로 연간 50개 이상의 종을 생산 한국, 아시아, 유럽, 미국 남미에 수출
- 남들이 하지 않는 분야지만 한 분야에 대한 집중과 철저한 후계자 교육으로 세계 일류의 종 생산능력을 보유한 가업승계 성공사례

□ 사례 3 : 콜나고(Colnago)

<콜나고 자전거 창립자 Ernesto Colnago>	<기업개요>
	- 세계적인 자전거 명품 기업 - 1954년 Ernest Colnago가 자신의 집 아래층 25평방미터의 소규모 공방에서 자전거 제작을 시작한데서 유래 - 이탈리아 로드 사이클 대회인 Giro D'Italia의 출범과 함께 동 분야에 특화된 자전거 제작에 집중

- 1987년 명품 자동차의 대명사인 페라리(Ferrari) 엔지니어링팀과의 합작으로 항공 분야에서 사용되는 탄소 섬유를 이용한 프레임으로 자전거 개발에 성공
- 첨단 기술을 자전거에 접목, 지금까지 49명의 로드 사이클대회 챔피언을 배출한 자전거로 명성을 이어가고 있음
- 이탈리아 특유의 장인정신과 수작업 중심의 공정이 첨단 소재 및 기술과 만나 고부가가치 복합 산업으로 발전한 대표사례
- * 이탈리아는 독일과 함께 유럽 2대 자전거 생산국

II

우리 중소기업과 이탈리아 장인기업의 상생협력

1. 우리 중소기업의 현황과 지원책

□ 중소기업 현황

- 2013년 기준, 사업체 수 3,415,863개로 전 산업의 99.9%, 종사자 수 13,421,594명으로 전 산업의 87.5%, 국내총생산(GDP)의 3.3% 차지
- * 중소기업의 정의 : 자산총액이 5천억 원 미만으로, 업종별 3년 평균매출액이 (서비스업)400억 원~(제조업)1500억 원 이하인 기업 (자료원 : 중소기업 기본법 및 시행령)

<중소기업 주요지표 추이>

구 분	단위	2000	2010	2011	2012	2013
기업체수	개	2,707,805	3,122,232	3,231,634	3,351,404	3,415,863
(비중)	%	(99.2)	(99.9)	(99.9)	(99.9)	(99.9)
종사자수	명	8,680,694	12,262,535	12,626,746	13,059,372	13,421,594
(비중)	%	(80.6)	(86.8)	(86.9)	(87.7)	(87.5)
GDP(국내총생산)	천억원	8,208	12,653	13,119	13,420	13,808
(증감률)	%	(-)	(6.5)	(3.7)	(2.3)	(2.9)

자료원 : 2015 중소기업 현황(중소기업중앙회 발행)

<업력별 사업체수>

산업분류	소계	5년 미만	5년~10년미만	10년~15년미만	15년~20년미만	20년~25년미만	25년~30년미만	30년 이상
전산업	3,415,863	1,435,369	783,920	545,458	298,025	167,290	90,298	95,503
	(100.0)	(42.0)	(22.9)	(16.0)	(8.7)	(4.9)	(2.6)	(2.8)
- 제조업	367,172	108,531	82,457	72,048	47,786	27,691	14,745	13,914
	(100.0)	(29.6)	(22.5)	(19.6)	(13.0)	(7.5)	(4.0)	(3.8)

자료원 : 2015 중소기업 현황(중소기업중앙회 발행)

□ 우리 정부의 중소기업 지원책

○ 상속 및 증여 관련 세제 지원 : 가업상속공제와 증여세 과세특례

가업상속공제	증여세 과세특례
1) 가업상속재산 100%	1) 100억원
2) 공제한도 500억원 (업력기준 구체한도 상이)	- 5억원 공제
- 10년이상 200억원	- 30억원 10%, 30억원 초과분 20% 저율과세
- 15년이상 300억원	※ 100억원 초과금액 정상세율
- 20년이상 500억원	※ 상속 시 상속세 과세액에 합산 정산

자료원 : 가업승계 A to Z(중소기업청, 중소기업중앙회 발간)

- 가업상속공제 : 피상속인이 10년 이상 경영한 중소기업 등을 상속인 1인이 승계하면, 가업상속재산가액의 100%(최대 500억원)을 상속 공제.

* 사후관리 의무 : 상속 개시일 부터 10년 이상 가업에 종사하고, 10년 이내에 정당한 사유 없이 해당 가업용 자산의 20% 이상을 처분하지 않아야 함

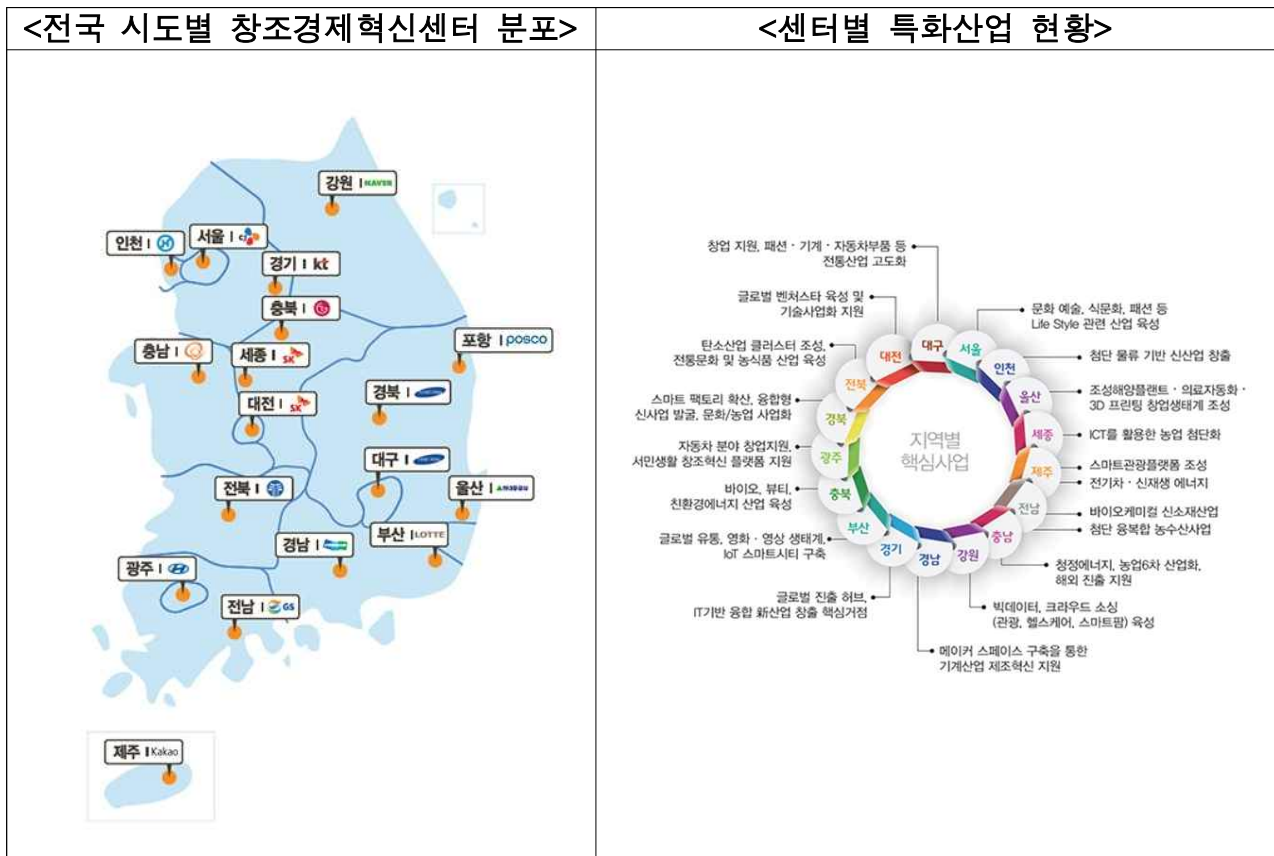
* 조세특례제한법상 중소기업 : 매출액 3천억 원 미만 중견기업(영농분야 및 상호출자 제한기업 집단 내 기업 제외)

- 가업승계에 대한 증여세 과세특례 : 60세 이상인 부모가 10년 이상 경영한 중소기업 등의 주식(개인사업자의 토지 등 사업용 자산은 적용대상이 아님)을 1명이 증여받아 승계하면, 증여재산가액(최대 100억원)에서 5억원을 공제하고, 10%(30억원 초과 시 20%)의 낮은 세율로 증여세 인하

* 사후 관리 의무 : 7년 동안 승계 받은 가업 경영 필요.

○ 창조경제혁신센터 : 중소기업 역량강화 지원

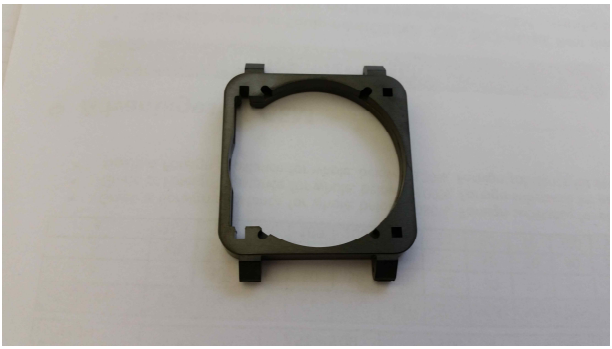
- '14년 3월 중소기업 혁신 및 글로벌 진출, 창업, 지역특화사업 지원 목적으로 설립 추진
- 17개 전국 시·도별, 주요 대기업이 1:1 전담 지원체계 구축, 특화사업 구성
 - * '14년 9월 대구센터를 시작으로 '15년 7월 인천을 마지막으로 총 18개 센터 출범 완료
- 역할 : 지역 특화산업 종사 중소기업의 기술지원, 판로지원, 투자유치 지원



- 마이스터교(Meister School) 도입 : 기술교육 강화 및 명장 육성
 - 마이스터교란, 전문적인 직업교육의 발전을 위하여 산업계의 수요에 직접 연계된 맞춤형 기술 중심 교육과정을 운영하는 특수목적고등학교
 - 산업체와 유기적인 협력을 바탕으로 졸업 이후 우수기업 취업, 특기를 살린 군복무, 직장 생활과 병행 가능한 대학교육 기회 제공
 - 육성 분야 : 모바일, 반도체장비, 자동차, 조선, 로봇, 소프트웨어 등 23개 분야

□ 우리 중소기업 성공사례

○ 사례 1 : 에코시계 - 수출 성공 사례

<에코시계 세라믹 부품>	<기업 개요>
	- 세라믹 시계 부품 전문기업 - 1986년 설립 - 2005년 스위스 바젤 국제시계보석전시회 시계디자인 공모전 표창 - 2008년 스위스·독일·일본에 세라믹 시계 수출

- 명품 시계 산지인 스위스의 HUBLOT와 세라믹 부품 공급 성약. 2014년 150만 달러 상당 공급. 2015년 공급액 250만 달러에 달할 것으로 예상
- 지속적인 품질개선을 통해 스위스 시계 업체들이 요구하는 높은 수준의 샘플테스트 통과. 현재 다수 스위스 명품시계 업체로부터 리브콜을 받고 있음

○ 사례 2 : 삼덕상공 -가업승계 성공 사례

<삼덕상공 김권기 대표와 주력상품>	<기업 개요>
	- 피혁제품 제조회사 - 1953년 설립 . - 2001년 2대 경영자(김권기) 취임 - 가죽 핸드백과 권총집 제작으로 시작했으며, 다양한 남녀 가방으로 제품 확대 - 2000 ISO 9002 품질 보증시스템 승인. 2007년 중소기업청 기술혁신형중소기업 및 벤처기업 선정. 1972년 국방부 조달본부 납품자격 획득 이후 권총집, 가방, 텐트 등 50여 품목 납품 중

- 고급 수제 가죽 서류가방(Cherub)의 글로벌 명품 브랜드화 추진 중
- 해외시장 진출의 첫걸음으로 올해 인천공항 면세점 중소기업권역 운영권 획득

□ 우리 중소기업의 애로사항

- 우수인력 채용 및 장기 재직 유도의 어려움
 - 대기업 선호로 인해 우수인력 유치와 핵심인력의 장기재직 유도가 어려움
- 연구개발(R&D) 추진의 어려움
 - 고가의 첨단 연구 장비 부족으로 자체적인 R&D 추진이 어려움

□ 우리 중소기업과 이탈리아 장인기업 간 협력의 필요성

- 우리 중소기업의 새로운 경쟁 우위 발굴 필요
 - 우리와 이탈리아 모두 자원수입의존도가 90%를 상회하는 자원부족 국가로서 수입한 원자재를 가공, 수출하는 수출지향형 경제구조를 가지고 있음
 - 우리 기업 중에서도 세계를 상대로 수출하는 중소기업들이 많이 있지만, 중소기업의 위상에 대한 국내적 인식과 양국 중소기업 제품·브랜드에 대한 대외적 평가에 다소 차이가 있음
 - 이탈리아 중소기업의 대표적 형태인 장인기업은 세계적인 명품을 생산하고, 'Made in Italy' 브랜드 가치를 제고하며 경기 침체 속에서도 자국 경제를 지탱하고 있음. 우리 기업들은 최근 중국 업체와의 가격 경쟁 심화와 자동차·조선·반도체 등 대기업 위주 수출 품목의 시장 포화에 따라 기술 고도화와 새로운 경쟁우위의 발굴이 절실함.
- 우리 중소기업의 위상과 브랜드 가치 제고를 위한 벤치마킹
 - 이탈리아 장인기업이 장인기술을 바탕으로 명품기업으로 도약한 사례들이 기술과 창의성을 제고하여 고부가가치 제품을 생산하려는 우리기업들에 중요한 시사점을 줄 것으로 기대됨

2. 우리 중소기업과 이탈리아 장인기업의 비교

□ 유사점 : 품질 및 해외진출 중시

- 장기간 소규모 운영, 품질 중시 경영, 해외진출 중시 전략 등에서 유사성을 보임

<우리 중소기업과 이탈리아 장인기업 비교>

분류	우리 중소기업	伊 장인기업
운영규모	소규모	소규모
생산전략	가격·품질 중심 전략	기술·품질 중심 전략
판매전략	해외(수출주도형)	해외(수출주도형)
대기업과의 협업관계	수직적	수평적, 능동적
주요 해외 유통망	전 세계 (아시아시장 진출 강세)	유럽 중심 (아시아시장 진출 미약)
공유가능 핵심역량	규모에 비해 높은 해외영업능력	규모에 비해 높은 기술력/운영 노하우

□ 차이점 : (韓)넓은 해외 유통망 (伊)기술전수 및 대기업과의 대등한 관계

- 伊장인기업은 기술개발 및 전수에 상대적으로 더 많은 자원 투입
- 伊장인기업은 대기업 또는 대형 유통망과의 거래에서 주도권을 유지
 - 현지 생산 클러스터에 기반한 분업 및 협업 체계를 활용, 수백 년간 생산 시설의 확충이나 현대화 없이 대량주문에 능동적으로 대처
 - 우수한 장인기술을 협상력으로 대기업과 일방적인 주문-하청 관계가 아닌 대등한 거래 관계 유지
- 우리 중소기업은 규모에 비해 다양한 해외 유통망 보유
 - 伊장인기업은 유럽 중심의 기존 유통망에 비해 아시아 지역 유통망 진출 실적이 상대적으로 저조하나, 우리기업은 동아시아·동남아시아 지역 수출경험이 많음

3. 우리 중소기업과 이탈리아 장인기업의 협력방안

□ (벤치마킹) 이탈리아 장인기업과 클러스터 배우기

○ 가업승계 장려 : 장인 기술 축적과 전수 늘려가기

- 가족경영 · 가업승계 기업은 단기적인 이익보다는 장기적인 성장을 추구하는 경향이 강하며, 강한 주인의식을 바탕으로 기술을 개발하고 전수하기 용이함
- 우리도 중소기업중앙회 산하의 가업승계지원센터를 통해 ‘차세대 CEO 교육’, ‘명문 장수기업 포상’ 등의 사업을 진행하며 가업승계 기업들을 지원 중
- 명품 기술을 추구하는 기업문화 발전을 위해 가업승계의 역사가 깊은 이탈리아 장인기업과 인력 교류· 기술 협력을 통한 경영 노하우 공유 필요

<사례 : Benetton社의 가족 경영 노하우>

- 이탈리아 북부 베네토주 폰차노에서 가족기업으로 시작, 독특한 광고와 화려한 색의 니트 의류로 세계시장을 석권한 대기업이자, 상장기업
- 디자인 핵심부서 및 생산공정까지 베네통 일가가 포진해 있음에도, 가족 구성원 각자가 서로 중첩되지 않는 전문영역을 보유하여 갈등을 최소화 함

○ 산업 클러스터 육성 : 분업과 네트워킹 이점 누리기

- 소규모의 장인기업이 대량주문에 능동적으로 대처할 수 있었던 중요한 요인은 지역 기반의 자생적 클러스터. 우리도 산업단지와 더불어 대기업을 멘토로 하는 창조경제혁신센터를 설립하여 정책적으로 지역기반 클러스터 육성 중. 이탈리아 클러스터와 교류·협력을 통한 노하우 공유 필요
- 클러스터의 핵심은 분업체제 형성과 네트워킹을 통한 신기술 및 지식 창조. 따라서 단순히 부지와 부수적인 혜택제공만으로 기업들을 유인하기는 부족하며, 클러스터 내에 상생의 네트워크를 활성화시키는 노하우를 배워야 함
- 이탈리아 클러스터가 특별한 입지조건보다는 지역문화를 바탕으로 형성된 것처럼, 클러스터 형성 시 무조건 신산업, 신기술 등 유망산업을 내세우기 보다 지역 경쟁력이 발휘되는 분야를 중심으로 구성주체를 모집해야 함

□ (시장공동개척) 우리기업의 마케팅 능력과 이탈리아 장인기술의 시너지

- 우리기업의 장점은 동아시아 유통망과 해외 진출 경험
 - 우리 경제가 수출지향 전략으로 경제발전을 추구해온 결과, 상당수의 중소기업들이 중국과 동남아시아 지역 시장 개척 경험을 보유
 - 하지만, 역내 교역비중이 50% 이상이고 신뢰에 기반을 둔 오랜 거래 관계를 중시하는 유럽 시장 진출이 더딘 편
- 이탈리아 기업의 장점은 장인기술과 현지 생산 협력체계
 - 이탈리아 장인기업과 장인기업이 납품하는 명품생산 대기업들은 유럽지역 시장 포화와 세계화 추세로 신규 명품 수요가 높아지는 신흥시장으로 눈을 돌리고 있지만, 진출실적 미약한 편
 - 이탈리아는 명실 공히 최고를 자랑하는 장인기술과 현지 생산 협력 체계를 보유하고 있어, 시장 진출의 교두보만 마련하면 높은 시장점유가 기대됨
 - 따라서 우리기업들이 기 구축한 해외 유통망과 해외 진출 노하우를 이탈리아 장인기업의 기술과 합친다면 공격적인 시장 개척이 가능할 것으로 보여짐
- 기술협력, 지분인수나 M&A 등 다양한 형태의 협력 고려 가능

<사례 : Barovier & Toso & Palazzo del Freddo>

- Barovier & Toso
 - Barovier 가문이 1925년 베니스 무라노 섬에서 가족기업으로 시작, 세계에서 6번째로 오래된 가업 승계 기업. 유리공예품을 시작으로 현재 특급 호텔에 최고급 조명제품 납품
 - 1939년 다른 유리공예 명가인 Toso 가문을 사업 파트너로 맞아, 지분을 나누고 협업 체계를 구축. 2010년에는 지분 80%를 사모펀드에 넘김.
 - Barovier 가문은 여전히 경영권을 보장받고 있으며, 재무적 투자자 유치 이후 자금 부담을 덜고 매출 및 기업가치 면에서 성장
- Palazzo del Freddo
 - 1880년 Giacomo Fassi가 로마에서 시작, 엄선된 재료와 공정으로 아이스크림을 생산하는 정통 젤라또 브랜드로 자리 잡음
 - 2008년 5대손 Daniella Fassi 시기, 해테제과가 지분을 인수, 동아시아 시장 진출 확대를 꾀하고 있음

III

기타자료

□ 이탈리아 주요 경제 지표

구 분		단위	2011	2012	2013	2014
GDP(명목)		십억달러	2,197.8	2,013.6	2,024.7	2,136.8
실질GDP 증가율		%	0.5	-2.4	-1.8	-0.4
1인당 GDP(PPP)		달러	32,659	33,137	32,928	33,337
실업률		%	8.4	10.7	12.4	12.9
소비자물가상승률		%	3.6	3.3	1.2	0.4
평균 환율(1달러=)		유로	0.77	0.76	0.78	0.74
정부부채(GDP대비)		%	120.8	127.0	133.1	132.1%
외환보유고		백만유로	123,937	133,701	116,538	114,789
교역규모	수출	십억달러	524.9	478.9	473.5	524.9
	수입	십억달러	549.6	453.5	439.6	471.2
산업구조		농수산업(2%), 제조업(23.9%), 서비스업(74.1%)				
교역품	수출	기계류(18.2%), 금속제품(12.9%), 섬유/의류/가죽제품(11.2%)				
	수입	석유 및 천연가스(17.3%), 금속제품(10.6%), 운송장비(9.5%)				

자료원: 이탈리아 통계청, BANCA D'ITALIA, EIU

□ 주요 관련 기관 정보

○ 이탈리아 측 기관

기 관 명	이탈리아 장인기업협회 (Confartigianato Imprese)
설립연도	1946년
본 부	Via di San Giovanni in Laterano 152, 00184, Roma
기관성격	민간단체 / 회원비와 정부보조로 운영
회 원 사	70,000개
분 야	자동차수리, 공장시스템, 기계, 서비스산업, 식음료산업, 보건, 통신, 예술, 패션, 건설, 교통, 가구
기능/역할	· 지사 1,200개 및 직원 14,000명 · 기업 설립, 자원 조달, 경영전략 수립, 시장진출, 기업승계 등 지원
홈페이지	www.confartigianato.it
연 락 처	Tel : +39 06 703741 Fax : +39 06 0452188

기 관 명	이탈리아 기업 네트워크 (Rete Imprese Italia) (R.ete는 Rappresentanza E TErritorio의 약자)
설립연도	2006년
본 부	Corso Vittorio Emanuele II, 282-4, 00186, Roma
기관성격	민간단체 / 장인기업협회 및 소상공인협회 연합
회원기관 (5개)	Casartigiani, CNA, Confartigianato, Confcommercio, Confesercenti 로 모두 장인기업협회 및 소상공인협회
기능/역할	· 중소(small and medium) 및 초소(micro)규모 기업에 대한 인식 개선과 이들 기업 간 단합 촉진. · 정부(특히 입법기관), 지자체, 외국정부 및 기관을 대상으로 협상 시 단일 창구 역할을 하여 협상력을 높임. (일반적인 국내활동은 5개 기관 대부분 개별적으로 움직임)
홈페이지	www.reteimpreseitalia.it
연 락 처	Tel : +39 06 98378014 Fax : +39 06 68806761 email : info@reteimpreseitalia.it

○ 한국 측 기관

기 관 명	가업승계지원센터 (중소기업중앙회 산하기관)
설립연도	1946년 (근거법 : 중소기업진흥에 관한 제62조의 3)
위 치	서울 영등포구 은행로 30(여의도동) 중소기업중앙회 3층 (우편번호 : 07242)
기관성격	민간단체 / 정부 지정 승인 센터
기능/역할	· 가업승계 지원 : 가업승계 컨설팅, 명문장수기업 포상, 차세대 CEO 교육, 가업승계기업협의회(경영후계자 네트워크) 운영 · 가업승계 제도 개선 : 국내 제도 개선, 해외 네트워크 구축 및 선진제도 연구
홈페이지	www.successbiz.or.kr
연 락 처	Tel : 02 2124 3146 Fax : 02 780 2448



작성자

- ◆ 밀라노무역관 오기호 과장
- ◆ 구미팀 안 령 사원



Global Market Report 15-044

이탈리아 장인기업의 비결과 우리기업과의 협력방안

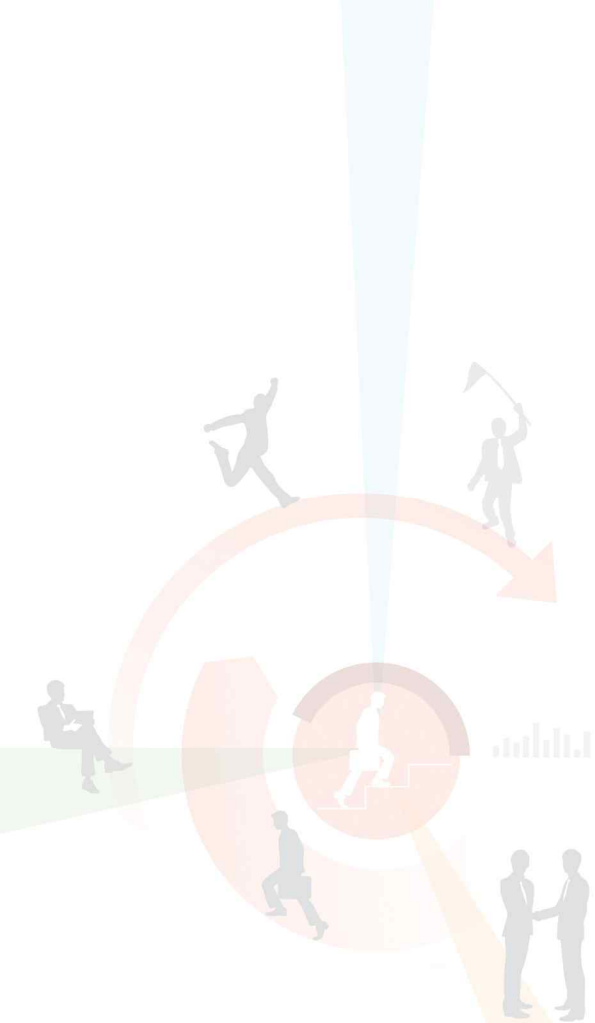
발 행 인 | 김재홍
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2015년 10월
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

ISBN : 979-11-86926-04-8 (95320)

Copyright © 2015 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.



Global Market Report