
2018 해외 MICE 박람회 · 교육 프로그램 참가지원 사업 참가자 결과보고서

□ 참가 프로그램

- 프로그램명: MPI WEC 2018
- 기간: 2018. 6. 2(토) ~ 6. 5(화)
- 장소: Indiana Convention Center, 인디애나폴리스, 미국
- 참가자: 부산관광공사 주민영 대리, 피플앤밸류 전민정 대표이사,
경기관광공사 이효진 대리, 리컨벤션 이봉순 대표이사

□ 참가목적

- 미주지역 MICE 국제기구 활동을 통한 네트워크 구축
- 세계 MICE 시장 동향 및 최신정보 습득을 통한 마케팅 역량 강화
- 국제회의 기획 및 개최지원 관련 실무적 기술 습득
- 위기관리, 소셜미디어, CSR 등 주요 이슈별 벤치마킹 사례 학습
- 업무 효율 및 효과성 증대를 위한 개인역량 강화 방안 습득
- 해외 Meeting Planner (PCO) 교육 프로그램 참가 및 CMP certificate 교육 프로그램 참가
- 구미주 사업 추진에 필요한 선진 MICE 행사 참가를 통한 북미 MICE 시장 동향과 트렌드 학습

□ 주요활동 및 이슈

- The Social in Social Media: Event Tribalization
 - 현재 소셜미디어(Instagram, WhatsApp 등)가 선호되고 있으며, 국제회의 산업 역시 소셜미디어를 간과할 수 없는 상황.
 - 참가자들이 직접 사진을 게재하게 하는 등 소셜미디어에 참여할 수 있도록 유도해야한다.
 - ▷ 회의의 로고 등 노출시킬 수 있는 “셀카장소(Selfie Spot)”를 제공, 소셜미디어에 업로드 될 수 있도록 유도필요
 - 소셜미디어에서 가장 중요한 3C(Credit, Content, Context)를 기억하라
- Latest Trends in Conference Food & Beverage
 - 유럽 및 미주 전역에서 글루텐프리 음식 등 참가자의 개인 취향에 맞는 F&B를 준비하는 것이 트렌드.
 - 75% 이상의 메뉴들이 서빙을 제공하는 사람들에게 알러지에 대한 트레이닝을 진행하고 참가자의 식성, 알러지 유무, 글루텐 여부 등 세세한 부분까지 선택할 수 있게 준비하고 있음
- Meetings in 2028
 - 컨벤션산업시장은 눈에 띄게 변화하고 있으며, 숙박에 대한 제약이 사라져 (에어비앤비 등) 여행에 대한 사람들의 자세가 달라진다.

- 새로운 플랫폼이 계속 등장하고 있으며, 핸드폰은 더 이상 악세사리가 아니게 된다.
- 인공지능을 중심으로 한 혁명으로 접어들게 될 것이며, 예측가능한 일은 인공지능으로 대체될 것이다.
- 로봇이 블루칼라노동자를 대체할 것이며, 드론쇼는 새로운 화두로 떠오를 것이다.

○ Opening Night Celebration at White River State Park

- 야외 공원에서 개최되는 행사에서 공연, 음식, 음료, 다양한 이벤트(체스 놀이, Flower class)에 참가하여 다양한 행사 이벤트 요소들을 체험하고 벤치마킹

○ Lunch/Networking (Georgia Street Food Truck Experience)

- Georgia Street을 블록하여 푸드트럭들을 불러 각국의 길거리음식을 체험하고 점심을 무료로 제공

○ Opening Pep Rally, Morning/Afternoon Pep Rally

- 오프닝 행사와 매일 오전, 오후 Plenary session을 Pep Rally로 굉장히 show적이고 흥이 나는 tool (전문 MC, 공연, breaking/Intermission Music 등)을 가미하여 재미있게 진행
- 오프닝 Pep Rally 전에는 본행사의 모든 자원봉사자와 스태프들이 행사장 입구에서 막대풍선을 흔들고 야유하는 소리를 내며 환영하는 분위기 연출

○ Stop Planning Event, Start Disigning Event 라는 주제로 행사 기획에서 디자인의 활용과 개발에 대한 내용이 많았고, 모든 행사의 내용과 행사장 구성에서 화려하고 우수한 디자인이 돋보였음

○ 차기 교육 행사의 주제와 내용, 그리고 디자인에 대한 의견을 당해 년도 교육행사에서 조사하여 협회에서 1년간 해당 내용을 개발하고 준비하는 모습이 인상적이었음

○ 점심, 만찬 프로그램들이 모두 행사기획자들이 행사에 응용하고 미리 체험해 볼 수 있는 Trial event로 진행됨

○ 점심, 만찬 장소는 지역의 관광 명소 (Lucas Oil Stadium, White River State Park, Indianapolis Motor Speedway)에서 개최함

○ GDPR에 대한 인식과 규범을 준수하고 행사에 적용하여 실행하는 노력을 많이 느낄 수 있었음

○ 네트워킹 세션에서 만난 미국 PCO 참가자들은 미국 내 테러사고에 대한 위험인식에서 테러리즘 방지와 보험 가입 및 보상에 대한 토론이 많았음

- MPI WEC의 내용부분에서 흥미로웠던 점은 다분히 미국식이면서도 엔터테인먼트한 요소들을 적극 활용하고 있다는 것이었다. 연사들이 공연용 핀마이크를 사용하고, 주요행사가 TV 쇼처럼 진행되는 것은 북미 MICE 이벤트 관련 행사들의 공통점이라고 한다. MPI WEC 역시 메인 프로그램의 경우들에서 이러한 특성이 두드러졌다. 예를 들어 행사의 개폐막식부터, 매일 오전 시작되는 “펍 랠리(PEP Rally)” 진행을 맡는 메인 호스트는 여성 코미디언이었고, 이벤트 플래너들을 위한 신박한 상품을 홍보하는 “핫 리스트(Hot List)” 코너는 단순한 상품소개가 아니라 다양한 공연과 쇼, 아카펠라에서 스탠드업 코미디까지 보여주며 참가자들을 매료시켰다. 이러한 요소들은 단순히 재미적인 차원에서 그치는 것이 아니라 참가자들의 SNS를 통해서도 2-3차 언급되는 효과를 낳았다. 한편으로는 프로그램 자체가 동향이자 정보이기 때문에 참가자들은 때로는 함께 웃으면서, 때로는 꼼꼼하게 메모를 하면서 행사에 집중하는 모습을 보여주었다.
- 교육과 네트워크가 주된 총회이기 때문에 빌리지 테마마다 교육프로그램과 워크숍 시간이 빼곡하게 들어있었다. MPI WEC 교육프로그램을 들으며 느낀 점은 참가자들의 MICE 행사 기획력을 향상시키기 위해 실효성 있으면서도 양질의 프로그램들이 준비 되어있다는 것이다. 이미 언급한 것처럼 4가지 컨셉에서 파생된 강연과 워크숍들이 동시다발적으로 진행되기 때문에 관심 주제를 미리 정해놓고 듣고싶은 교육일정을 짜는 것이 효율적이다. 개인적으로는 북미 MICE 시장의 트렌드와 동향, 북미 행사기획자들의 니즈 파악을 알고자 했기 때문에 관련 역량강화 강연을 주로 들었다. 특히 원거리에 있는 북미 바이어들에게 효율적으로 지역을 홍보할 수 있을 SNS 마케팅 관련 강연이 유익했다.

□ 실무적용 가능 아이디어 혹은 추후 사업계획 반영할 내용

- 소셜 미디어를 활용한 마케팅 및 글루텐프리 음식, 알러지 유무 등 참가자의 개인 식성까지 고려한 세밀한 마케팅 방법은 한국 국제회의 산업에서 벤치마킹 할 필요가 있음
- 출력물을 최소화 및 공식 모바일앱 사용을 통한 세션진행공지 등 소모품의 최소화를 통해 ‘그린마이스’를 활발히 시행하고 있음
- GDPR 준수와 수신 동의하지 않은 홍보 이메일 발송을 금지하고, 홍보 메일을 요청하는 고객을 설득하여 법규를 준수할 것
- 행사 참가자와 바이어의 참가를 올리기 위해 SNS 홍보를 활용하고 tracking을 통해 계속해서 다음 홍보의 방법과 보완사항을 follow-up
- Pep Rally 장의 무대를 섬유 소재의 변형 가능한 무대로 제작하여 조명과 무대를 매일 다른 무대 디자인으로 연출
- 행사 기간 중 제공하는 기념품을 각각의 event 중에 참가자들에게 필요한 물품을 제공(야외 행사 시, 선글라스 및 무릎담요 제공)
- 공항에서 참가자 입국 환영 존(zone) 운영하며 웰컴 드링크&음식과 명찰 교부, 셔틀버스 안내
- VR 카메라로 메뉴를 촬영하고, 특수고글을 활용해서 뉴욕에 있는 바이어에게 LA의 메뉴를 VR로 보여줄 수 있는 제품소개가 있었는데, 광역에 걸쳐 다양한 장소의 옵션을 갖고 있는 경기도에 적합한 마케팅 툴이라고 생각했다. 한국관광공사 역시 VR 메뉴 홍보 프로그램 운영 계획을 하고 있어 연계하여 사업계획 반영을 고려하고 있다.
- Run/Walk 혹은 요가 프로그램은 구미주 MICE 행사에서 빠지지 않는 것 같다. 대체로 바쁜아침에 진행되지만 참가자 수도 제법 있다. 참가자들의 국적과 문화에 따라 선호도가 다르겠지만, 달리기나 걷기를 통해 행사장 바깥을 길 잃을 염려 없이 안전하게 둘러볼 수 있고, 같은활동을 통해 다른 참가자들과 쉽게 섞일 수 있는 계기가 되어 항상 참가하는 편이다. 국내에서 개최되는 행사의 경우 구미주에서 온 참가자가 다수라면 부대 프로그램으로 활용할 수 있을 것 같다. 많은 비용이나 예산이 들지 않으면서

도, 지역을 효율적으로 소개할 수 있기 때문이다.

- 어느 정도의 규모를 갖춘 행사가 갖고 있는 프로그램이 참가자들에게 식사와 네트워킹 기회를 제공하는 리셉션이나 만찬이다. MPI WEC 에서는 이런 때 테이블 위의 카드엽서 등으로 협력사의 기여를 상기시키고, 셀피 보드처럼 얼굴에 대면 명사인 것처럼 사진을 찍을 수 있는 소도구들을 두면서 참가자들이 식사시간에 어색함을 깨고, 대화 주제를 공유할 수 있는 소소한 아이템들을 배치했다. 이 역시 많은 예산을 들이지 않고도 분위기를 부드럽게 만드는데 기여하는 요소가 아닌가 한다.
- 기존의 전통적인 회의 방식에서 탈피하여 전시장에서 교육프로그램 연결한 워크샵과 쇼케이스를 다루면서 확장적 연계방식이 새롭고, 콜라보적 프로그램 구성.
- 기조연설등 마이스산업박의 세계적인 연사들의 영감넘치는 Rally가 문화와 접목되어 개최. 세계적인 연사 (Duncan Wardle, Mel Robbins 등) 섭외 행사 참석도 높임
- 행사 홍보 마케팅에 활용되는 소셜미디어 사례들을 어느때보다 다양하게 다룸. fun에 기반을 둔 야외 행사들 뿐만 아니라 쇼방식의 의전 행사와 공연 연출

□ 총평 및 시사점 (전반적인 프로그램 참가 총평)

- 2018 MPI WEC 개최지 인디애나폴리스. 인디애나폴리스는 너무 생소한 도시였다. 내가 알고있는 정보는 자동차경주의 도시라는 것. 그것이 전부였다. 인천 경유 후 미국 국내항공기를 이용하여 다시 움직여야 하는 25시간의 비행, 행사기간 인근 발생한 총기사건은 인디애나폴리스에 대한 첫인상을 좋지 않은 쪽으로 단정짓게 만들었다. 과연, MPI가 이 작은 도시에서 교육을 진행하는 이유는 무엇일까? 되려 궁금해졌다. 2018 MPI 교육총회는

가히 전세계 미팅플래너들이 참석하는 행사인 만큼 많은 것들이 기존에 알고 있던 것과는 많이 달랐다. ‘Stop planning meeting, Start designing(미팅을 계획하지 말고 기획하라)’는 주제에 맞게 행사 전체에서 세심한 배려와 창의적인 기획들을 엿볼 수 있었다. 첫째로, 세션 중 The hot list는 현재 미국에서 가히 hot한 이벤트 업체들의 공연들을 직접 선보이고 소개하는 세션이다. 행사는 격식을 차려야하고, 독립적이어야 한다는 편견을 가진 나에게 직접적으로 업체의 전화번호를 소개하고 홍보를 한다는 것은 아주 신선하게 다가왔다. 특히, 새를 기르는 철장 케이지 안에 사람이 들어가 움직이며 케이터링서비스를 제공해주는 이벤트는 아직도 잊을 수가 없다. 또 하나, 이번 교육에서 눈에 띄었던 점은 참가자들의 네트워킹을 위한 버튼? 이였다. MPI 등록 시 참가자들에게는 스마트키와같은 버튼이 하나씩 부여됐다. 타 참가자와 네트워킹 시 해당 버튼을 맞대고 누르면 서로의 정보가 공유되는 시스템이였다. 버튼하나로 명함을 주고받지 않아도 되니 자연스레 그린마이스가 실현되고, 신선한 방식으로 인해 참가자들과 네트워킹 시 조금 더 수월하게 대화를 할 수 있는 매개체가 되었다. 마지막으로 전시장 내 비치된 다과들이다. 알러지 여부, 글루텐 프리 등 본인의 식성 및 체질에 따라 선택 할 수 있도록 준비되어 있었다. 생각해 보면 MICE 참가자들은 행사가 종료될 때까지 행사장을 벗어나기가 힘들다. 커피 한 잔, 다과 하나를 먹으려 해도 알러지가 있거나 본인 체질에 맞지 않는 사람은 작은 불편함을 느낄 수 있는 부분이다. MPI는 이러한 세심한 부분까지 파악하여 준비했다는 점에서 이 행사가 얼마나 깊은 부분까지 배려하여 기획되었는지 알 수 있는 부분이다. 2018 MPI WEC.. 사실 ‘그들만의 리그’라는 인상이 강했지만 언젠가는 이 리그에서 우리나라의 멋진 미팅플래너들을 만날 수 있게 되기를 기대한다.

- 등록비가 비싸지만 행사의 교육 내용과 연사들이 매년 바뀌고 새로운 주제와 새로운 연사를 섭외하여 교육 내용을 제공하는 점이 좋았고, 커피브레이크, 네트워킹, 오찬, 저녁 리셉션과 기념품(보틀, 가방, 야외행사용 선글라스와 담요 등)이 많음

- 매년 다른 도시에서 행사를 개최하며 많은 행사비용 지출과 참가자들의 소비로 지역 경제에 도움이 되도록 노력하고 해당 도시의 관광지와 인력들(공연팀, 물자, 수송, 자원봉사)을 활용하고 홍보함
- Track별로 아주 많은 세션들이 동시에 개최되어 미리 프로그램을 살펴보고 이번 교육 참가의 목표로 정한 해당 주제의 교육 세션만 골라 들어야 해서 다른 프로그램들을 더 볼 수 없어 아쉬움
- MPI 행사 기간 중에는 모든 호텔의 숙박 요금이 다른 때보다 오히려 더 비싸지지만 행사 참가자들이 많아서 모든 호텔이 fully booked 되었음.
- “이벤트 플래너들을 위한 이벤트 기획” 한다는 것은 “요리사들을 위한 요리 만들기” 같은 상황이 아닐까. 이벤트를 업으로 하는 참가자들이 대다수이기 때문에 MPI WEC는 강연뿐 아니라 기획/운영까지도 일정수준 이상을 보여줘야 하고 실제로 그랬다. 크지 않은 인디애나폴리스 공항의 MPI WEC 참가자들을 위한 독자적인 라운지를 만들고 등록(뱃지수령)-교류-이동의 편의를 한 번에 제공하는 것에서부터, 행사를 ‘빌리지’ 컨셉으로 테마를 구성하는 참신성과 열린 설정에서도 흐트러지지 않는 매끄러운 운영이 인상 깊었다.
- IMEX 프랑크푸르트에서 만난 바이어를 MPI WEC에서 만나면서 이야기를 나누었을 때, 그녀는 MPI WEC 참가 소감을 물으며 “아주 북미적인 행사”를 보고있는 것 이라고 했다. 소속 챗터가 있음에도 불구하고, 아시아가 주제로 된 별도의 내용이 없었기 때문에 머나먼 한국에서 참가하는 입장에서는 조금 아쉬울 수 있었다. 그러나 MPI WEC 참가를 통해 국제회의 시장을 리드하고 있으며 ICCA 2017년 기준 가장 많은 순회전을 하는 북미 회의시장과 이해관계자들을 깊이 이해하고 네트워크를 만들 수 있던 것은 좋은기회 였다고 생각한다.
- MPI WEC 행사를 보면서 “차기행사도 재등록 하고 싶은 회의”가 되려면 무엇이 필요한지에 대한 생각이 떠올랐다. MICE 분야는 유행이 빠르게 변하기에 트렌드에 뒤처지지 않는 정보를 제공해야 하고, 새로운 기술을 적

용하면서도 또 운영이 세련되어야 하는 어려운 조건들이 있기 때문이다. 하지만 MPI에서 가장 인상적이었던 것은 참가자들이 바쁜 교육 일정속에서도 ‘신기해 하는 순간’, ‘함께 웃는 순간’을 꼭 만들어내는 노하우들이었다.

- 올해 주제에서 제시되었듯이 기존 회의 방식의 틀을 깬 것이 올해 행사의 핵심 이슈와 변화였다. 주로 컨벤션센터나 호텔회의장에서 산업별 새로운 기술 및 트렌드에 관한 정보를 연사 주도적인 프리젠테이션을 통해 얻었던 전통적인 방식보다 모바일 폰으로 보다 더 손쉽게, 더 다양한 정보를 받을 수 있는 환경으로 변함에 따라 참가자들을 기존 회의장으로 이끌어 내기가 쉽지 않은 추세이다. 그런 관점에서 올해 행사 프로그램들은 기존의 전통적인 방식에서 탈피한 프로그램 구성과 연출을 보여주었다.
- 세션룸안에서 이루어졌던 교육 프로그램들이 올해 전시장과 연계해 “WEC Village“로 참가자중심의 열린 공간, 상호작용가능한 환경을 조성, 오픈된 토크쇼, showcase 중심의 워크샵으로 보다 더 살아있는 정보와 지식을 현장에서 공유하는 자리로 만들어 졌다. 교육, 네트워킹의 기회, 비즈니스 교류들이 회의장뿐만 아니라, 시설 및 장비 제공자들의 쇼케이스들을 전시장내에서도 창의적이고 재미있게 구성되어 새롭게 해안을 갖는 기회를 갖게 되었다.