

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『유럽 대중음악 페스티벌 시장』

◎ 작성취지

- 침체된 음반 산업 시장에 비해 활성화되고 있는 공연 시장 현황을 분석함으로써 음악 산업의 새로운 대안으로서의 가능성을 검토하고 이해하고자 함
- 유럽의 대중음악 페스티벌 산업 시장을 살펴봄으로써 전 세계적으로 규모와 수가 늘어나는 대중음악 페스티벌을 활용하여 그 개최 효과를 극대화하고 대중음악산업을 활성화 시킬 수 있는 전략을 수립할 수 있는 기초자료로 활용하고자 함
- 본 연구는 International Live Music Conference에서 2010년 시행된 유럽의 110개의 페스티벌을 대상으로 조사한 통계자료를 기본으로 작성되었음.
※ 작성자 : 유지연 (워릭대학 문화산업 박사과정)

◎ 작성 순서

1. 「유럽 대중음악 페스티벌 현황」
2. 「유럽 대중음악 페스티벌 분석」
3. 「유럽 각 국가별 대중음악 페스티벌 개최현황 리스트」
4. 「제안/시사점」

1. 『유럽 대중음악 페스티벌 현황』

◎ 전체적 시장 개요

- 라이브 뮤직 산업 진흥을 목표로 전 세계 공연산업에 종사하는 전문가들이 모여 매년 2회 영국에서 개최되는 협의회인 ILMC (International Live Music Conference)에서 조사한 결과에 따르면, 유럽의 110개 대중음악 페스티벌은 대부분 복수일자, 야외 페스티벌, 수천 명에서 10만 명까지의 관객 범위를 가지고 있으며, 2010년 동안 총 3백만 장 이상의 티켓 판매를 하였음.
- 2010년 유럽 대중음악 페스티벌은 2009년에 비해 전체적으로 10% 이상의 티

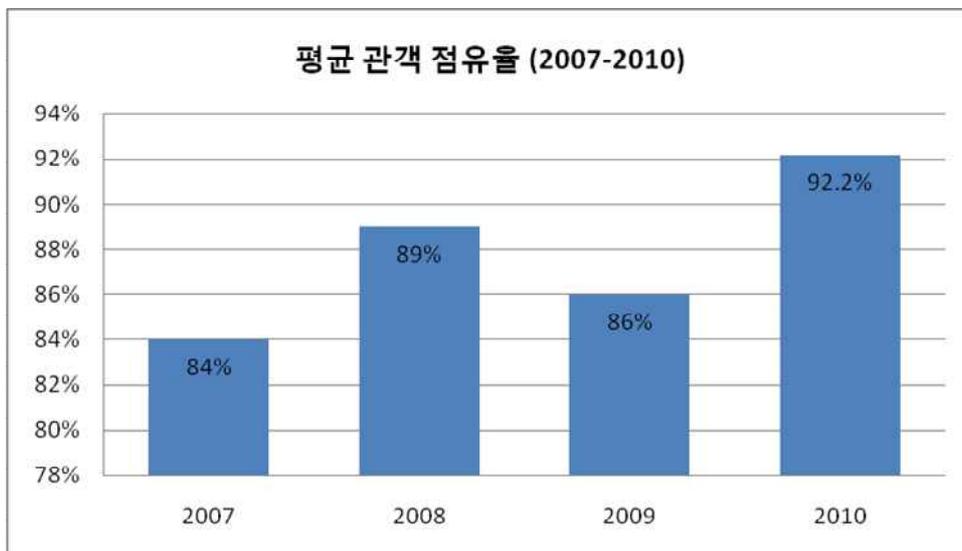
켓 판매 증가를 보임. 주요 대규모 페스티벌은 전년의 수준을 유지하고 있고 다수의 중간 규모의 페스티벌이 지속적인 성장을 보이고 있다고 평가됨.

- 유럽의 음악 페스티벌 시장은 지역에 따라 차이를 보이는데, 주요 음악 시장인 영국, 프랑스, 독일, 네덜란드, 벨기에와 같은 국가는 이미 시장이 포화된 상태라고 분석되고 있는 반면, 폴란드와 같은 국가는 현재 빠르게 성장세를 보이는 있으며 루마니아와 발틱해의 국가들은 아직 시장 발전 초기 단계에 있음. 이와 같이 지역 간 다양한 차이를 보이는 시장이 혼합되어 있음.
- 유럽 전역에 걸친 경제 침체로부터 회복세를 보이며, 앞으로 페스티벌의 전망은 대체적으로 **긍정적인 것으로** 평가되고 있음. 실제로 110개의 페스티벌 기획자들에게 대중음악 페스티벌 시장 전망에 대해 물어보는 설문에서 전체의 66%가 긍정적으로 대답했고 29%가 현재 수준을 유지할 것이라고 답함.

○ **관객 수 현황**

- 2010년 **평균 관객 점유율**은 92.2%로 **2009년도에 비해 6.2% 증가**. 2009년도 관객 점유율은 그 전년대인 2008년도에 비해 3% 감소를 보였기 때문에, 2010년도의 평균관객 점유율 증가는 그 의미가 더 큰 것으로 보임. 그러나 2009년도의 감소에도 불구하고, 그 시기 유럽 전역에 걸친 경제 침체 상황을 고려했을 때 이 결과 역시 어느 정도 긍정적인 결과로 평가될 수 있음.
- 2009년도 유럽 페스티벌의 평균 수용인원은 24,318명이었으나 2010년도에는 28,745명으로 15.4%의 증가를 보임.

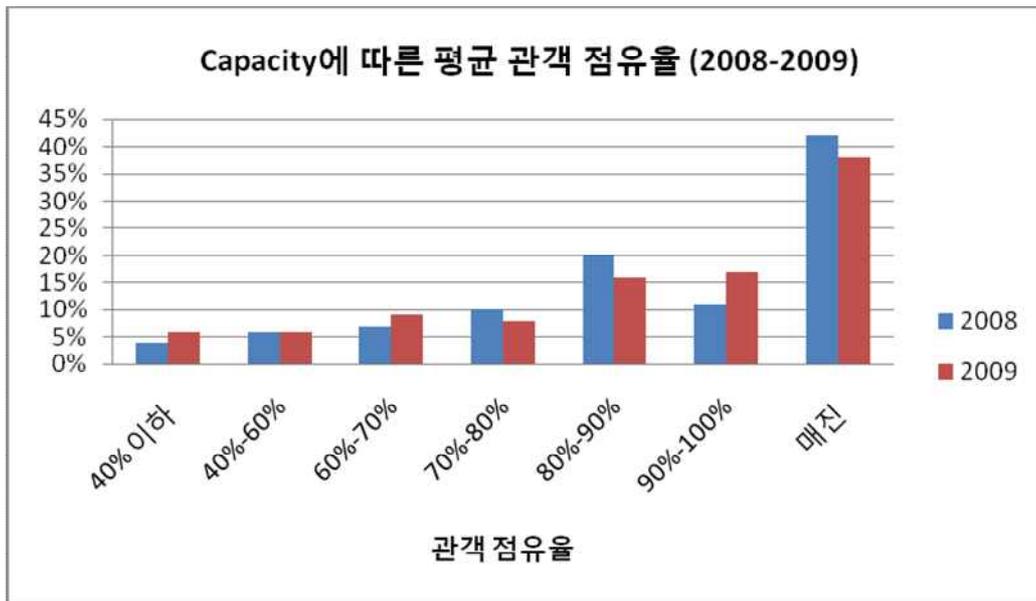
【그림 1】 2007-2010 평균 관객 점유율



출처: ILMC, International Live Music Conference 보고서 편집

- 2008년도에 비해 2009년도 매진된 페스티벌의 비율은 줄어들었으나, 전체 수용인원의 80% 이상의 관객 점유율을 보이는 페스티벌이 대부분을 차지하고 있으며, 이는 유럽 페스티벌의 높은 관객 점유율을 보여주는 증거로 판단됨.

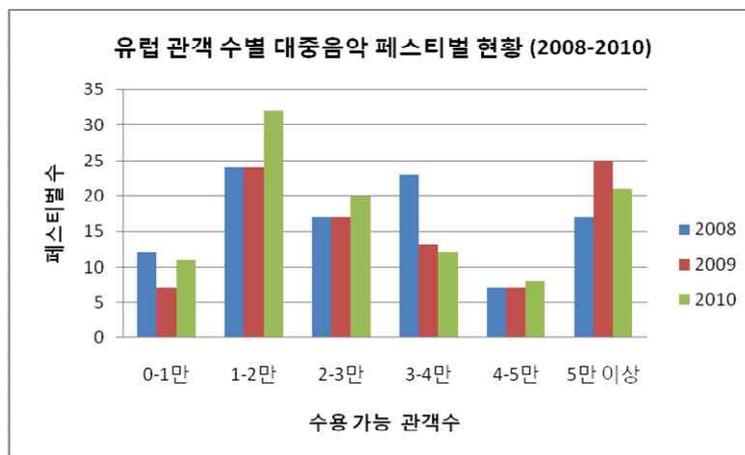
【그림 2】 2008-2009년 수용 인원 에 따른 평균 관객 점유율



출처: ILMC, International Live Music Conference 보고서 편집

- 전체적으로 1-2만 명을 수용하는 중급 규모 페스티벌과 5만 명 이상을 수용하는 대규모 페스티벌이 차지하는 비중이 높음. 이는 유럽의 오랜 전통을 지닌 대규모의 페스티벌과 최근 생겨나고 있는 중소규모 신생 페스티벌의 양극화 현상을 보여주는 것으로 분석됨.

【그림 3】 2008-2010 유럽 관객 수별 대중음악 페스티벌 현황



출처: ILMC, International Live Music Conference 보고서 편집

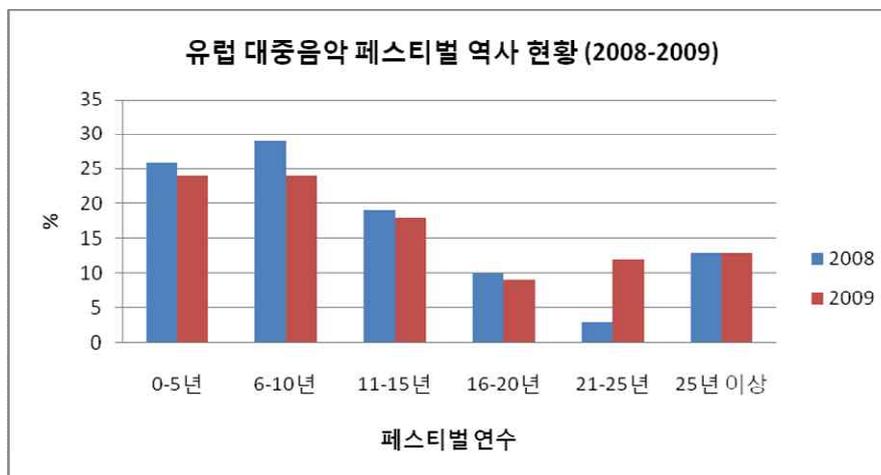
○ 페스티벌 무대수와 규모 증가

- 페스티벌들이 사상 최고의 관객 증가세를 보이자, 이러한 증가세에 맞추어 규모도 증가하고 있는 추세.
- 많은 페스티벌들이 무대수를 늘리고 있으며, 대표적으로는 터키의 Efes Pilsen One Love 페스티벌, 덴마크의 Skive 페스티벌, 영국의 Relentless Boardmasters 페스티벌, 스페인의 Primavera Sound 페스티벌, 스웨덴의 Cully Jazz 페스티벌 등이 2010년 새로운 스테이지들을 추가하였음.
- 또한 영국의 Lovebox와 Sonisphere 페스티벌과 벨기에의 Suikerrock 페스티벌은 프로그램에 일수를 추가하며 규모를 늘림.

○ 페스티벌 역사

- 2009년 전체 페스티벌의 25% 이하가 시작한지 5년 이하의 페스티벌이고, 25%는 20년 이상의 역사를 가진 페스티벌임.
- 탄탄한 브랜드와 고객 충성도가 있는 인지도 있는 페스티벌이 지속적으로 그 혜택을 받는 반면, 신생 페스티벌이 자리 잡기가 쉽지 않은 시장임. 특히 경제 침체가 지속되던 2009년도에는 소수의 신생 페스티벌만이 새로 시작했으며, 그 중에서 거의 유일하게 성공적으로 자리 잡고 있는 페스티벌로 꼽히는 것이 유럽 6개국에서 열리는 하드락/헤비메탈 페스티벌인 Sonisphere 정도임.

【그림 4】 2008-2009 유럽 대중음악 페스티벌 역사 현황



출처: ILMC, International Live Music Conference 보고서 편집

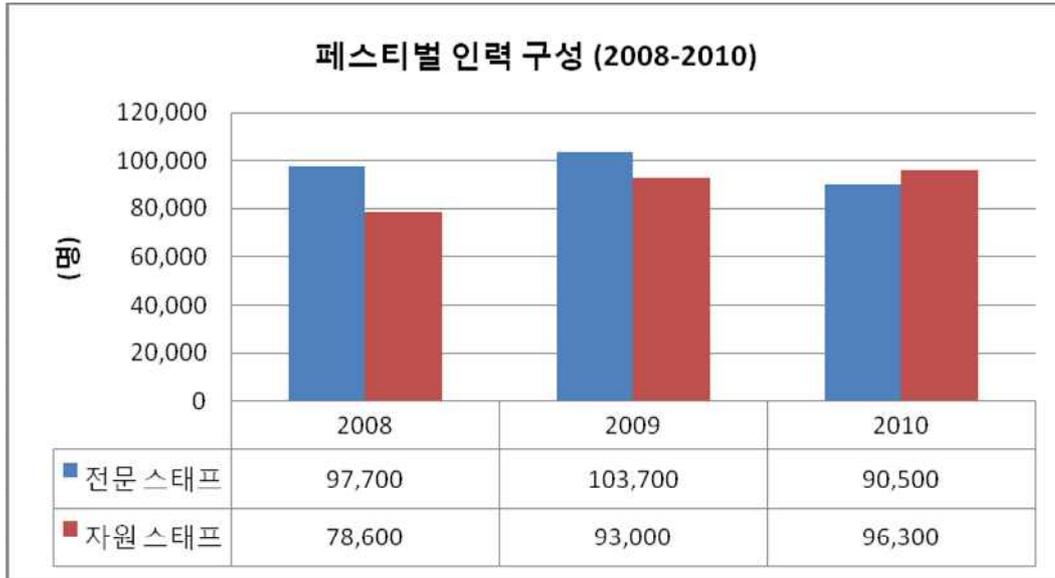
○ 티켓가

- 전체 유료 페스티벌의 평균 티켓가는 €110.57임. 전체 페스티벌의 75%는 전체 일수 티켓과 주말 티켓을 분리해서 판매하고 있음.
- 2010년도 전체 판매의 56%가 온라인을 통해 판매되었고, 박스 오피스가 23%, 현장 판매가 12%를 차지하고 있으며, 이것은 2009년도 결과와 동일함. 다만 현장 판매가 2009년도에 비해 약간 증가하는 추세를 보이고 있는데, 이것은 마지막 순간까지 페스티벌 구매에 신중을 기하다 구매하는 관객의 증가로 풀이됨. 이와 같이 사전 판매가 줄어드는 이유는 경제적 여건의 문제도 있으나 최근의 날씨 변화로 인해 소비자가 더욱 신중을 기하는 현상으로 분석됨. 이는 페스티벌 일자가 다가오며 따라 기상 상태가 긍정적으로 예보된 후 티켓 판매가 갑자기 증가하는 현상과 일치한다 할 수 있음.
- 모바일 티켓 판매도 이전에는 전무했으나, 2010년도에는 1%를 차지하고 있는 것도 최근 주요한 변화 중 하나임.
- 대부분 페스티벌 기획사들은 치솟는 아티스트 개런티와 프로덕션 비용을 커버하기 위해 티켓가를 올리고 있음. 이에 따라 경제 상황을 고려한 다양한 티켓 판매 전략도 등장하고 있는데, 글래스톤베리 페스티벌이 시행하고 있는 전체 금액의 1/4만 6개월 전에 예치금으로 지급하고 티켓을 구매하게 하는 것 등이 대표적인 예임.

○ 경제적 측면

- 2009년 영국의 Association of Independent Festivals (AIF) 의 조사에 따르면, 설문 대상자인 3,300명의 페스티벌 참가자가 평균 £ 408를 썼으며 이것은 지역 비즈니스에 총 £ 1천 6백만의 경제효과를 가져온 것으로 분석됨.
- 페스티벌 인력은 2010년 95,000명의 전문적인 스태프와 96,300명의 자원 스태프로 구성.
- 페스티벌 운영은 전문 인력만으로 운영되는 것이 불가능하기 때문에 이러한 자원봉사 스태프는 일시적 고용이기는 하나, 페스티벌의 성공을 결정하는데 큰 자산이 될 뿐만 아니라 지역 경제 발전에도 기여하는 것으로 평가됨.

【그림 5】 2008-2010 페스티벌 인력 구성



출처: ILMC, International Live Music Conference 보고서 편집

2. 『유럽 대중음악 페스티벌 분석』

○ 유럽 음악 페스티벌의 긍정적 측면

1) 투어리즘 활성화

- 유럽 페스티벌이 성장세를 보이는 이유 중 하나로 ‘festival tourism’ 이 꼽히는데, 이는 과거에 비해 저렴한 티켓가의 유럽 내 저가항공의 등장으로 해외 관객을 모으는데 기여한 것으로 분석됨.
- 자국 관객뿐만 아니라 해외에서 오는 관객의 중요성이 점차 높아지고 있음. 실지로 2010년 조사에 참여한 110개의 페스티벌의 약 68%가 해외에서 온 관객이 전체 관객의 10%를 차지하고 있다는 통계가 이 사실을 입증해 주는데, 이것은 전년 대비 65%에서 증가된 수치임.
- 또한 페스티벌의 주 고객층인 젊은 층은 경제 상황에 크게 영향을 받지 않으며, 경제침체에 따라 오히려 해외여행 등의 휴가 대신에 자국의 페스티벌 참가를 대안으로 선택하고 있기 때문에 다른 레저 산업이 경제 침체에 따라 큰 영향을 받는 것과는 대조적으로 상대적으로 일정수준의 수요를 유지하고 있는 것으로 분석됨.

2) 테크놀로지와의 융합

- 최근 디지털 장비와의 융합이 두드러지게 증가되고 있음. 특히 스마트폰의 폭발적 수요와 함께 공연 티켓 예매가 가능한 모바일 티켓팅 서비스와 페스

티별 사이트 내에서 이용할 수 있는 **다양한 어플리케이션의 개발**로 효과적이고 편리한 서비스 제공 및 관객과의 상호적인 커뮤니케이션이 가능해짐.

- 페스티벌 사이트 내에서 현금을 사용하지 않고 RFID 카드 등을 통한 **결제 시스템**도 늘어나고 있는데, 이는 고객들에게 빠르고 편리한 거래 서비스를 제공한다는 이점뿐만 아니라 기획사측에게는 고객들의 사용 내역과 활동에 대한 데이터베이스를 확보함으로써 더 효과적인 서비스 제공 시스템 구축에 도움을 줄 것으로 기대되고 있음.

○ 유럽 음악 페스티벌이 직면한 문제점

1) 지역 간의 격차

- 유럽 내 지역 간의 경제 상황의 격차가 페스티벌에도 영향을 주는 것으로 나타남. 특히 동유럽 국가의 페스티벌들은 **경제 침체와 환율 불안정**으로 인해서 유럽 국가들에 비해 상대적으로 더 큰 영향을 받는 것으로 나타남. 특히 실업률 증가와 평균 임금 감소는 소비자가 페스티벌의 높은 티켓가를 감당하기에 어려운 상황을 야기시킴.
- 페스티벌 기획사 차원에서도 다른 서유럽 국가에 비해 상대적으로 훨씬 낮은 티켓가는 A급의 헤드라이너를 섭외하기에 역부족이며, 브랜드 스폰서십의 의존도가 상대적으로 높은 동유럽 국가의 페스티벌의 경우 경제 침체로 인한 스폰서십의 감소가 직접적으로 위협적인 요소로 작용함.

2) 위기 매니지먼트

- 야외에서 대규모로 열리는 페스티벌 산업의 특성상 다양한 위협적 요소들을 가지고 있는 것이 사실인데, 2010년 동안 스웨덴의 가장 큰 페스티벌인 Hultsfred는 페스티벌 바로 직전에 취소되었으며 에스토니아의 Rabarock 페스티벌은 4배나 오른 부가가치세 때문에 결국 휴식기를 가지게 되었고, 스페인의 Benicassim 페스티벌의 관객 수는 30%나 감소하였으며, HMV가 개최하는 런던 빅토리아 파크의 High Voltage 페스티벌은 £1백만의 손실을 입음.
- 야외에서 개최되는 특성상 **천재지변**과 관련된 위험성 또한 페스티벌의 성공을 좌우하는 주요한 원인이 됨. 프랑스의 Rock en Seine 페스티벌은 폭우로 취소되었고 핀란드에서 열릴 예정이던 Sonisphere 페스티벌은 폭풍우로 인해 1명의 사망과 40명의 부상을 야기시킴. 이와 같이 급격한 기후 변화와 예측할 수 없는 자연 재해로 인한 대비가 새로운 문제로 나타하면서 페스티벌 기획자들에게 천재지변과 관련된 예산 계획 등이 새로운 과제로 떠오르고 있음.
- 페스티벌의 규모가 커짐에 따라 **안전과 균중 매니지먼트** 또한 더욱 주요한

문제로 등장하고 있음. 실지로 독일의 Love Parade 페스티벌에서는 순식간에 입구로 몰린 관객으로 인해 21명의 팬이 사망한 사건이 일어남. 또한 범죄, 도난, 위조 티켓 판매 등이 최근 증가하여 기획사들은 안전팀을 보강, 강화하는 등 현장에서의 안전 문제에 대비하고는 있으나, 앞으로 페스티벌의 성공여부를 결정할 수 있는 주요한 위협적 요소가 되고 있음.

3) 제작비용 상승

- 설문조사 결과 기획자들이 제일 염려하는 문제 중 하나가 **상승하는 아티스트 개런티**로 나타났는데, 이것은 스폰서 수입의 감소 추세와 맞물려 재정적 측면에 큰 타격을 주고 있음. 현재 밴드들의 개런티가 치솟기 때문에 작은 규모의 페스티벌은 그 흐름을 따라가기가 역부족인 것이 현실임.
- 2009년 영국의 온라인 페스티벌 포털 사이트인 ‘Virtual Festival (virtualfestivals.com)’에서 페스티벌 참가자를 대상으로 한 조사에 따르면, 전체 참여자의 80%가 페스티벌 티켓 구매를 결정할 때 헤드라이너를 제일 중요하게 생각한다고 응답하였음. 따라서 기획자들은 티켓 판매를 위해 A급의 헤드라이너를 섭외해야 하는 문제와 그것을 위해 무리하게 아티스트 개런티를 지불해야만 하는 이중적 문제에 직면하고 있음. 이는 페스티벌의 수익성을 악화시킬 뿐만 아니라 페스티벌 기획 시 다른 부문에 투자할 수 있는 재정적 유연성을 떨어뜨리는 결과를 초래하고 있음.
- **적절한 헤드라이너의 부재** 또한 문제로 분석됨. 페스티벌 수의 증가는 페스티벌간의 경쟁을 야기시키고 있고, 이는 소수의 대중성 있고 티켓파워가 있는 슈퍼스타 아티스트를 섭외하기 위한 경쟁을 부추기고 있음. 또한 소수의 대형 페스티벌과 특정 아티스트와의 독점적 딜이 다반사가 됨에 따라 여타 중소 규모의 페스티벌에게 대형 아티스트를 섭외할 기회가 상대적으로 줄어들고 있음.
- 페스티벌의 무대수의 증가와 무대 규모의 증가는 **인력과 장비의 프로덕션 비용의 증가**를 가져왔으며 이것은 결국 수익을 내기위해 더 많은 관객을 끌어 들여야 한다는 위험성을 안겨주고 있음.
- 정보 보조를 받는 페스티벌과 그렇지 않는 페스티벌간의 격차가 크게 벌어지고 있음. 오직 티켓 판매만으로 운영되는 상업적 기반의 페스티벌은 정부와 지방자치단체로부터 대부분의 재정을 충당받는 페스티벌과 비교하여 재정적 어려움을 겪고 있음.

3. 『유럽 각 국가별 대중음악 페스티벌 개최현황 리스트』

○ 유럽의 대표적 음악 페스티벌

1) 글래스톤베리 페스티벌 (Glastonbury Festival)

- 유럽의 대표적인 페스티벌로 영국에서 제일 크고 오래된 음악 페스티벌. 오랜 개최 기간 동안 지역경제 활성화 등 다양한 긍정적 영향력을 행사해오고 있음.
- 영국 글래스톤베리 지역의 900 에이커 Worthy Farm에서 농장주 마이클 이비스 (Michael Eavis)가 자신의 농장을 개방하여 1970년 처음 개최, 그 후 매년 규모를 늘려 영국에서 가장 큰 페스티벌로 자리 잡음.
- 2010년 3일 전일 티켓 135,000장, 일요일 1일 티켓 5,000장이 판매되었고, 스태프와 연주자만 37,500명에 달함. 티켓 가격은 £185임.
- 2010년 총 무대 수는 60개이고, 2,200명 이상의 아티스트가 참여.
- ‘Love the Farm, Leave No Trace’, ‘Please Take It Home’ 과 같은 캠페인을 전개하여 친환경적인 그린 페스티벌을 만들기 위한 노력을 하고 있으며, 그린피스와 옥스팜과 같은 지역 자선단체와의 연계를 통해 일부 수익을 기부함.

2) 로스킬데 페스티벌 (Roskilde Festival)

- 1971년에 덴마크 로스킬데에서 두 명의 고등학교 학생들에 의해 시작된 덴마크 최초의 뮤직 페스티벌로 현재 북유럽 최대 규모의 문화, 음악 페스티벌로 성장.
- 2010년에는 4일 전체 71,000장의 티켓과 1일 티켓 4,000장이 판매되었으며, 관객의 16%가 덴마크 이외의 지역에서 참가. 총 180팀의 밴드가 참가한 대규모 페스티벌.
- The Roskilde Festival Charity Society가 운영하는 비영리 페스티벌로 모든 페스티벌 수익은 전 세계 사람들을 도와주기 위한 인도주의적 문화 비영리 프로젝트에 쓰임.
- ‘Cut The Crap’ 캠페인을 통해 관객들에게 페스티벌 사이트 내의 친환경적 활동을 장려하고 있고, ‘Green Footsteps’ 라는 기후변화 대비 캠페인을 통해 에너지 소비절약과 이산화탄소 감소를 위한 활동을 벌임.

3) 락 워히터 페스티벌 (Rock Werchter Festival)

- 1975년 벨기에 워히터의 두 명의 젊은 청년에 의해 작은 페스티벌로 시작하

여 유럽의 가장 큰 페스티벌 중 하나로 성장.

- 2011년 4일 전체 67,000장의 티켓과 63,000장의 1일 티켓이 팔렸으며, 일당 평균 15,750장의 티켓이 판매. 일당 83,000명의 관객이 입장.
- 벨기에 최대 뮤직 페스티벌로 탄소 배출량을 줄이기 위한 과감한 투자를 하는 등 환경 친화적 페스티벌을 만들기 위한 노력을 지속적으로 하고 있음.

○ 국가별 대중음악 페스티벌 개최 현황 및 특징

페스티벌명	국가	시작 연도	특징
Rockwave Festival	그리스	1996	그리스 최초의 매년 열리는 대중음악 라이브 이벤트
Lowlands	네덜란드	1993	네덜란드 최대 뮤직페스티벌중 하나
Metropolis Festival		1988	네덜란드 최대 무료 페스티벌 중 하나
Mysteryland		1993	네덜란드 최초 일렉트로닉 뮤직 페스티벌
Parkpop		1981	네덜란드 최대 무료 페스티벌 중 하나
Pinkpop		1970	네덜란드 최대 페스티벌로 21회 매진 기록
North Sea Jazz Festival		1976	오랜 역사의 세계적으로 유명한 재즈 페스티벌
Slottsfjell Festival	노르웨이	2003	인디 음악 페스티벌에서 메인스트림 페스티벌로 급속도로 성장
Skanderborg Festival	덴마크	1980	덴마크의 가장 아름다운 페스티벌로 평가
Melt! Festival	독일	1997	해외 관객 참여율이 높은 페스티벌 중 하나
Passauer Pfingst-Open-Air		1980	오랜 전통과 편안한 분위기의 페스티벌로 유명
Rheinkultur		1983	독일 최대 무료 페스티벌
Stadtpark Open R		1974	독일 최고 야외 공연장에서 개최
Wacken Open Air		1990	헤비메탈 페스티벌
Rock am Ring		1985	독일 최대 뮤직 페스티벌
Love Parade		1989	독일 최대 일렉트로닉 댄스 페스티벌
Positivus Festival		라트비아	2007
Kubana	러시아	2009	신생 야외 뮤직 페스티벌
B'estfest	루마니아	2007	신생 페스티벌로 환경 프로그램 강조
Rock-A-Field	룩셈부르크	2005	룩셈부르크 주요 페스티벌로 성장
Taksirat Festival	마케도니아	1999	작은 규모에서 국제적 규모로 성장
Pukkelpop	벨기에	1985	덴마크 최대 야외 페스티벌 중 하나
Exit Festival	세르비아	2000	세르비아 문화재건의 목적으로 시작
Arvikafestivalen	스웨덴	1992	일렉트로닉 전문 페스티벌
Hultsfred		1986	해외 아티스트의 스웨덴 시장 진출의 장으로서의 역할
Festival Week-end au	스위스	2006	알프스 강가의 친환경적 분위기로 유명

bord de l'eau			
Greenfield Festival		2005	스위스 최초의 락 페스티벌
Gurtenfestival		1977	국제적 포크 페스티벌
Heitere Open Air		1991	스위스 최대 락/팝 페스티벌 중 하나
Montreux Jazz Festival		1967	오랜 전통과 재즈뿐 아니라 다양한 장르와 세계 최고의 라인업으로 유명
Open Air St.Gallen		1977	스위스 최대 뮤직 이벤트
Paléo Festival Nyon		1976	스위스 최초 포크페스티벌로 출발
Winterthurer Musikfestwochen		1976	스위스 최대/최고 페스티벌중 하나
Día De La Música Heineken	스페인	2006	신인발굴을 위한 스페인 최대 인디음악 페스티벌
FIB Benicàssim		1995	해외 관객 참여율이 높은 페스티벌중 하나
SOS 4.8		2008	48시간의 논스탑 음악
Pohoda Festival	슬로바키아	1997	슬로바키아 최대 음악페스티벌
Oxegen	아일랜드	2004	아일랜드 최대 뮤직페스티벌
T in the Park	영국	1994	영국 스코틀랜드의 대표적 음악 페스티벌
Sonisphere		2009	유럽 전역에 걸쳐 열리는 헤비메탈페스티벌
Download Festival		2003	헤비메탈 공연 중심
Reading/Leeds		1971	글래스톤베리 다음으로 큰 규모의 영국 페스티벌
V Festival		1996	상업적 성격이 상대적으로 강함
Big Chill Festival		1994	음악과 멀티미디어의 결합으로 진보적 페스티벌로 평가
Frequency Festival	오스트리아	2001	친환경적/참신한 기획으로 유명
Nova Rock		2005	오스트리아 최대 락 페스티벌
10 Giorni Suonati	이태리	2010	신생 락 페스티벌
I-Day Festival		1999	이태리 주요 락 페스티벌
Rock for People	체코	1995	체코 최대 락 페스티벌
T-Mobile INmusic Festival	크로아티아	2006	2006년 이래 빠르게 성장
Rock'n Coke	터키	2003	터키 최대 야외 뮤직 페스티벌
Burn Selector Festival	폴란드	2009	일렉트로닉과 댄스음악 중심
Open'er Festival		2002	폴란드 최대 야외 페스티벌
Le Printemps de Bourges	프랑스	1977	매년4,000명의 밴드가 참여하는 대규모 페스티벌
Rock en Seine		2003	유럽의 주요 여름 페스티벌로 성장
Ilosaarirock	핀란드	1971	유럽에서 오래된 락 페스티벌 중 하나
Provinssirock		1979	핀란드 최대 페스티벌 중 하나
Ruisrock		1970	유럽 오래된 페스티벌중 하나
Sziget Music Festival	헝가리	1993	헝가리 최대 뮤직 페스티벌

출처: The European Festival Association 홈페이지 및 각 페스티벌 홈페이지에서 편집

4. 『제안/시사점』

- 유럽 음악 페스티벌 시장이 포화되었다고는 하지만 아직 **새로운 시장에 대한 가능성**이 남아있다고 전문가들은 전망. 특히 중앙 유럽이나 동유럽과 같은 시장은 앞으로 새로운 페스티벌에 대한 수요가 남아있음.
- 대중적이고 티켓파워가 있는 소수의 슈퍼스타와 중간급의 아티스트들 간의 격차가 점차 벌어지듯이, **페스티벌 간에도 동일한 양극화 현상**이 나타나고 있으며 이러 한 현상은 앞으로도 지속될 것으로 보임. 안정된 팬 베이스를 확보한 전통 있고 대규모의 페스티벌들은 슈퍼스타 헤드라이너 섭외에도 영향력을 발휘하여 독점적 위치를 확보할 것이며, 브랜드 스폰서십, 미디어 스폰서십을 확보하여 더욱 재정적 유연성을 가지는데 반해, 신생 중소 사이즈의 페스티벌은 재정적 문제와 헤드라이너급 아티스트 확보에 더욱 어려움을 겪을 것임.
- 그러나, 사람들이 원하는 컨셉만 있다면 충분히 성공할 수 있는 여지가 많이 남아 있음. 특히 음반 시장의 축소와는 대조적으로 **라이브 시장이 성장**하고 그 격차가 점차 커지고 있는 현상은 앞으로도 야외 음악 페스티벌이 **지속적으로 성장할 가능성**을 보여주고 있음. 다양한 음악과 가격대의 페스티벌의 등장은 더욱 다양하게 음악 페스티벌을 선택할 수 있는 기회를 소비자에게 제공해 줄 수 있을 것이라고 기대됨.
- 또한 비슷한 헤드라이너들이 비슷한 시기에 유럽 전역에 걸친 페스티벌에 서기 때문에 각 페스티벌마다 차별성을 잃고 한 시즌에 비슷한 라인업의 페스티벌이 대부분인 것이 현실. 따라서 큰 규모의 페스티벌이던 중소규모의 신생 페스티벌이던간에, 이 포화된 페스티벌 시장에서 장기적으로 살아남기 위해서는 좀 더 독창적이고 **차별화된 페스티벌 콘텐츠를 개발**하는 것이 앞으로 중요한 과제 임.
- **신인 아티스트**를 대중에게 알릴 수 있는 기회뿐만 아니라 투어 기회를 제공해 줌으로서 음반으로 줄어든 **프로모션의 기회**를 대체해 줄 수 역할을 통해 음악 산업 전체에 긍정적 영향을 줄 것으로 기대.
- **지역경제 활성화**, 지역 사회 활동 등 다양한 경제적 효과 및 **지역 이미지와 인식 개선**에 긍정적 영향을 제공하는 지역 관광전략으로서도 주요한 역할을 담당 할 것으로 보임.
- 환경을 생각하고 환경 **친화적인 페스티벌**을 기획하는 움직임이 점차 활발해지고 있음. 환경 표준에 부합하는 Green 윤리 실천을 통해 환경문제에 대한 인식을 제고시키고 있으며, 앞으로도 이산화탄소 배출 감소, 쓰레기 재활용 등 친환경적인 접근이 궁극적으로 장기적인 페스티벌의 생존을 위한 중요한 이슈가 될 것임.