효성, 기능섬유 소재로 유럽 공략

프랑스 패션 전시회 참가로 위상 제고 … 해외 고객사와 공동마케팅

효성이 1월23일부터 26일까지 프랑스 파리에서 열린 세계최대 규모의 란제리 및 소재 전시회 <인터필리에르>에 참가해 유럽시장에서의 위상을 다시 한번 확고히 했다.

전시회에는 Bayer과 DuPont, Asahi Kasei 등 1500여개 화학기업이 참여했으며, 효성은 이태리 POMPEA, REAL 등과 공동마케팅을 펼쳐 고객사에 대한 영업지원을 강화했다.

란제리 완제품 생산기업인 고객사와의 공동 마케팅은 원사 생산기업으로의 한계를 극복하는 데 도움이 될 뿐만 아니라 고객사의 영업에도 큰 도움이 되는 Win-Win 마케팅으로 주목을 받고 있다.

효성은 전시회 둘째날인 1월24일 스판덱스 <크레오라>의 <2005-06 가을·겨울 트렌드 세미나>를 개최했으며, 이태리와 프랑스 현지의 캘빈클라인, 필라, 아디다스, 빅토리아시크릿, 막스앤스팬서 등 200여명의 주요 패션계 인사들을 초청해 성황을 이루었다.

효성은 1월30일부터 2월2일까지 미국 솔트레이크시티에서 개최되는 <아웃도어리테일러>와 2월1일부터 4일까지 독일 뮌헨에서 열리는 <ISPO> 등 스포츠 전시회에도 배너광고를 통해 브랜드 인지도를 높일 방침이다.

효성 관계자는 "2003년에는 국내외 전시회에 10회 가량 참여했으나 2004년에는 참가 횟수를 20여회로 대폭 늘려 국내 뿐만 아니라 유럽, 미국 등에서 효성이 생산하는 스판덱스 <크레오라>, 나일론 <마이판>, 기능성 폴리에스터 <에어로쿨> 등 원사 브랜드의 인지도를 상승시키는 계기를 마련할 것"이라고 밝혔다. <조인경 기자>

<Chemical Journal 2004/01/29>

Copyright ⓒ 2003 by CMRI 화학경제연구원