

유럽 콘텐츠 산업동향

2023년 07호

(스페인 & 이탈리아 패션 시장 동향)



스페인 & 이탈리아 패션 시장 동향 보고서

TREND&FORECAST OF FASHION MARKET IN SPAIN&ITALY

2023년 07호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	<p>▶ 스페인 패션 시장 동향</p> <ol style="list-style-type: none">스페인 패션 시장 개요<ol style="list-style-type: none">시장 규모 및 수출입 동향스페인 국가경제지표 회복스페인 패션산업 관련 주요기관 및 패션행사<ol style="list-style-type: none">스페인 패션산업 관련 주요기관주요 패션행사스페인의 공룡기업 인디텍스(INDITEX)<ol style="list-style-type: none">인디텍스 개관인디텍스의 경영 전략인디텍스의 미래, 지속가능성(Sustainability)	스페인 패션 시장 인디텍스(INDITEX) 자라(Zara) 패스트패션
	<p>▶ 이탈리아 패션 시장</p> <ol style="list-style-type: none">이탈리아 패션 시장 동향<ol style="list-style-type: none">주요수치 및 동향이탈리아 명품 의류업계 재편성이탈리아 패션산업 관련 주요기관 및 패션행사<ol style="list-style-type: none">주요기관: Confindustria moda, CNMI주요패션행사이탈리아 주요 패션그룹 및 투자 프로그램<ol style="list-style-type: none">OTB(Only The Brave) 그룹프라다(PRADA) 그룹Made in Italy 펀드	유럽 의류산업 이탈리아 패션 시장 지속 가능한 패션 프라다(Prada)

작성 | 한국콘텐츠진흥원 유럽비즈니스센터

배포 | 2023.11.14



심층이슈

I. 스페인 패션 시장 동향

작성순서

1. 스페인 패션 시장 개요

- 1) 시장 규모 및 수출입 동향
- 2) 스페인 국가경제지표 회복

2. 스페인 패션산업 관련 주요기관 및 패션행사

- 1) 스페인 패션산업 관련 주요기관
- 2) 주요 패션행사

3. 스페인의 공룡기업 인디텍스(INDITEX)

- 1) 인디텍스 개관
- 2) 인디텍스만의 경영 전략
- 3) 인디텍스의 미래, 지속가능성(sustainability)

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 스페인 패션 시장 개요



1. 시장 규모 및 수출입 동향 1)

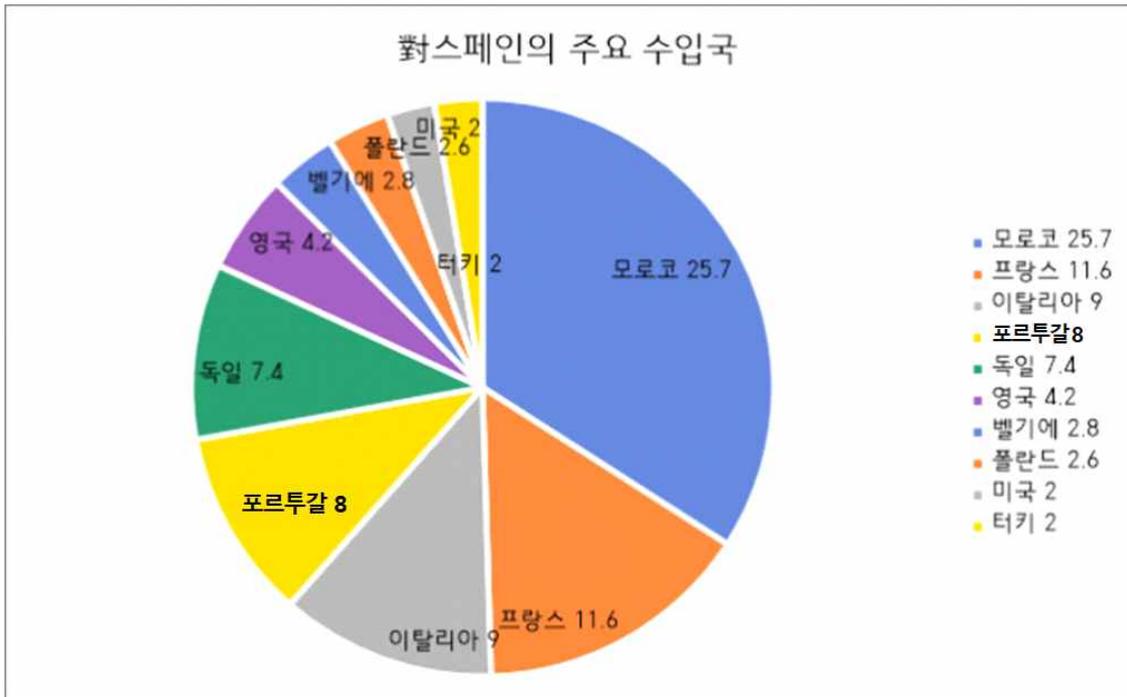
✔ 패션 시장 규모

- 스페인은 포르투갈, 이탈리아, 독일, 프랑스와 함께 텍스타일 생산 유럽 5대 중주국임
- 스페인 INE(통계청) 및 EURATEX(유럽섬유유통연맹)에 따르면 2022년 스페인 섬유산업의 규모는 전년 대비 10% 증가한 66.5억 유로에 달하며 역대 최고치를 기록함. 이는 2019년 매출액인 58억 유로보다 14.7% 증가한 수치임
- 2022년 포스트 팬데믹의 빠른 회복세를 보인 스페인 섬유산업시장은 시장 전체 규모의 32%에 달하는 수출 지표의 회복으로 인함
- Statista 경제지표에 따르면 스페인 섬유 시장의 부가가치는 우크라이나 전쟁과 에너지 위기라는 악재 속에서도 2023년에 17억 5천만 유로에 이를 것으로 예상, 4.11%의 복합 연간 성장률이 예상됨

1) INE, EURATEX, Statista

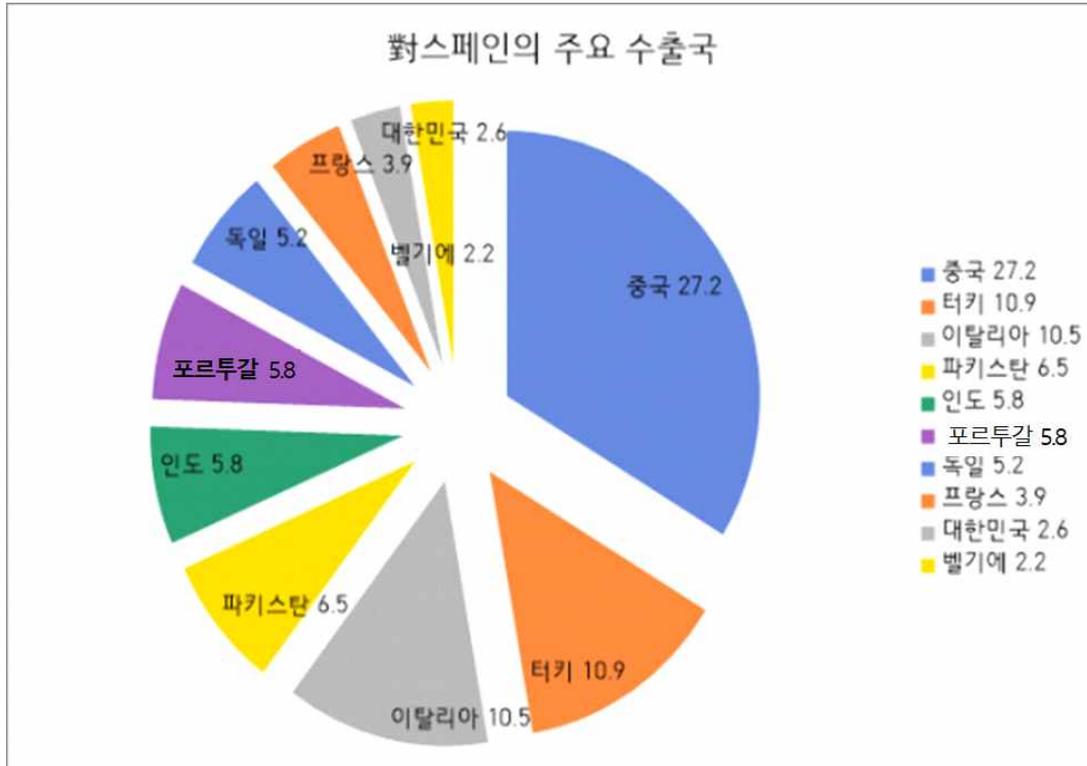
☑ 패션 시장 규모

- 스페인의 주요 수입국으로는 전체 수출량의 25.7%를 차지한 모로코(전년 대비 22.5% 증가)가 있으며, 그 뒤를 각각 프랑스(11.6%), 이탈리아(9%), 포르투갈(8%)이 차지, 스페인의 주요 수출대상은 유럽시장(45.6%)임



[그림 1] 對스페인의 주요 수입국, 출처: Statista

- 스페인의 주요 수출국으로는 27.2%를 차지한 중국이 선두를 달리며, 그 뒤를 이어 각각 터키(10.9%), 이탈리아(10.5%), 파키스탄(6.5%), 인도(5.8%)가 차지함
- 스페인의 주요 섬유 조달지역은 아시아로 총 53% 차지함
- 한국도 對스페인 수출국 9 위로 주요 수출국 10 개국 중 2.6% 차지함



[그림 2] 對스페인의 주요 수출국, 출처: Statista

2. 스페인 국가경제지표 회복

☑ 엔데믹 스페인, 전 분야 제조산업에 훈풍 및 회복하는 경제지표 2)

- 2022년 스페인 총 산업 매출액 734억 유로 달성, 전년 대비 21.5% 증가, 이중 제조산업이 전체매출의 80% 차지함
- 2021년 스페인 산업자산 가치 GDP 대비 12% 성장률 보임
- 스페인 국가재정의 경우, 팬데믹 비상조치의 점진적 종료 및 경제활동 재개에 따른 기록적 회복 효과로 공공적자가 감소했고(2021년 GDP의 6.9%, 2022년 4.8%) 국가 부채 비율도 소폭 감소함(2021년 GDP의 118.4%, 2022년 113.2%)
- 2022년 對스페인 외국인 투자, 제조산업 및 IT, 커뮤니케이션 분야 강세로 총 342억 유로, 전년 대비 14% 증가

☑ Next Generation EU 3) 경제 활성화 대규모 투자 프로그램

- 2020년 5월 27일 COVID-19 팬데믹의 막대한 피해에 대응하고자 EU 집행부에서 창설한 Next Generation EU
- 2021~2027년 중장기 EU 국가들의 경제 부양 활성화 정책을 위해 총 8조 69억 유로

2) FOUNDATION IFRAP

3) next-generation-eu.europa.eu

공동투자 결정(일부 대출형태), 스페인의 경우 2021~2023년 기간 700억 유로, 2024~2026년 940억 유로 지원금을 받고 있음 4)

❖ MIBEL 천연가스 가격 상한제 5)로 제조업체들에 유리한 조건 선점

- 2022년 6월부터 2023년 5월 31일까지 스페인과 포르투갈은 이베리아 전력수급시장에 일시적 천연가스 가격 상한제를 도입, 첫 6개월 40 유로/MWh 상한선 유지 후 월별 순차적 가격 상승 결정
- MIBEL 이라 불리는 동 법령은 유럽연합(EU) 집행부에 의해 현재 2023년 12월 31일까지 연장됨
- 이는 이베리아반도가 EU 타 국가들보다 전력망 연계가 부족하다는 특수성을 고려한 점임

2023년 월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
€/MWh	56.1	57.2	58.3	59.4	60.6	61.7	62.8	63.9	65

[그림 3] 이베리아반도 전력수급을 위한 천연가스의 월별 순차적 가격상승표 (2023년 4월~12월), 출처: EU 집행부

2 스페인 패션산업 관련 주요기관 및 패션행사 >>>

1. 스페인 패션산업 관련 주요기관

❖ 모다 에스파냐(Moda España), 스페인 패션산업연맹 6)

- 2013년에 창설되었으며, 현재 FEDECON의 대표이기도 한 안젤 아센시오(Angel Asensio)가 의장을 맡음
- 모다 에스파냐 내에 FEDECON(스페인 의류제조사연합), AEGP(스페인 편직그룹), ASEFMA(스페인 가죽 제품 제조업체협회), ACME(스페인 패션디자이너협회), ACOTEX(섬유, 액세서리 및 가죽협회), SFA(스페인 모피협회), REGALO FAMA(선물용품 제조 및 도매업자협회), AEDM(패션법률전문가협회), ASIRTEX(이베리아 섬유재활용협회), AMSE(스페인 지속 가능한 패션협회), APBE(스페인 웨딩패션협회), ASEPRI(스페인 아동제품협회), 스포츠 제품 유통업체(AFYDAD) 소속협회가 있음

❖ FEDECON(스페인 의류제조사연합) 7)

- 1977년 의류제조업자들의 권익을 보호하기 위해 창설된 FEDECON은 국가 차원에서 유일하게

4) 프랑스 재무국(Direction Générale du Trésor)

5) 에너지경제연구원, EU집행부

6) modaespana.org

7) fedecon.es

스페인 의류산업을 대표하는 독립 비영리 법인단체임

- FEDECON 는 회원사들에 정보제공 및 수출진흥, 노동협약 단체교섭 및 협상에 참여함

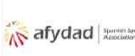
❖ ACME 스페인 패션디자이너협회 8)

- 84 개의 패션 및 액세서리 분야 디자이너 회원사 보유한 스페인 하이엔드패션 디자이너협회
- 2021 년 총 7 억 6,400 억 유로 매출 기록
- 연간 2 차례 마드리드 패션위크 기간 중 디자이너들의 컬렉션 선보임
- 패션위크 기간 'Madrid is Fashion' 프로젝트 주최

2. 주요 패션행사

❖ 마드리드 MB 패션위크(Mercedes-Benz Fashion Week)

- 유럽 5 대 전시 및 박람회 컨벤션 센터인 IFEMA Madrid 9)(24,000m²) 에서 MB 패션위크를 주관함
- 연간 2 차례 S/S, F/W 컬렉션 선보임
- 마드리드시의 후원 및 스페인 대통령의 참관 등 마드리드를 국제무대 주요 도시 패션위크와 어깨를 나란히 하고자 노력
- 2023 년 2 월 15~19 일 총 5 일간 42 명의 디자이너 브랜드 패션쇼 소개
- 2023 년 9 월 12~17 일 총 6 일간 40 명의 디자이너 브랜드 소개. 1 일 연장된 패션위크, 오프로 진행하던 도심 퍼레이드를 공식 일정으로 챙겨 넣음

스페인 패션산업연맹(Moda España) 소속 협회			
	fedecon.es		www.agrupaciontextil.org
	asefma.com		creadores.org
	www.acotex.org		spanishfurassociation.es
	www.regalofama.com		asociacionderechoymoda.com
	www.asirtex.org		esmodasostenible.org
	www.facebook.com/asociacionprofesionalesdebodas		www.afydad.com
	asepri.com/es-es/inicio-corporativo		

[그림 4] 스페인 패션산업연맹 소속협회, 출처: Moda España

8) creadores.org

9) www.ifema.es/en/mbfw-madrid/what-is

3 스페인의 공룡기업 인디텍스(INDITEX)



1. 인디텍스 개관

☑ 인디텍스의 역사

- 창시자 아만시오 오르테가(Amancio Ortega)가 부인 로잘리아 메라(Rosalía Mera)와 함께 1963년 이브닝 가운을 제작하는 작은 아틀리에로 시작, 스페인 라코루냐주에 1975년 자라(Zara) 의류 리테일 1호점 오픈함
- 1985년 인디텍스(INDITEX) 홀딩 창시, 1988년 포르투(Porto)를 시초로 1989년 뉴욕, 1990년 프랑스 파리 등 전략적 도시로의 글로벌 리테일러로 확장
- 2000년 스페인 라코루냐 지방 아르테이호(Arteixo)시에 물류 자동화 시스템을 갖춘 본사설립
- 2001년 마드리드 주식시장 상장
- 2011년 창시자 오르테가의 퇴진과 함께 Pablo Isla(2005~2022), Óscar García Madeiras(2021~현재) 등 전문경영인의 투입

☑ 인디텍스 주요수치

- 2023년 현재 전 세계 90여 개국, 총 5,800여 개의 매장을 운영하고 있음
- 2022년 자라(Zara), 총 1,300만 달러 상당의 브랜드 가치 세계 7위 등극, 2022년 한 해 각각 9위, 11위에 머문 까르띠에(Cartier), 디올(Dior)보다 높은 브랜드 가치를 기록함

2023	2022	Logo	Name	Country	2023	2022	2023	2022
1 =	1		Nike		\$31,307M	\$33,176M	AAA-	AAA-
2 =	2		Louis Vuitton		\$26,290M	\$23,426M	AAA	AAA
3 ^	4		Chanel		\$19,386M	\$15,260M	AAA-	AAA-
4 v	3		Gucci		\$17,839M	\$18,110M	AAA	AAA
5 =	5		Adidas		\$15,660M	\$14,636M	AAA-	AAA-
6 =	6		Hermès		\$14,165M	\$13,499M	AAA	AAA-
7 ^	11		Dior		\$13,152M	\$9,027M	AAA	AAA
8 ^	9		Cartier		\$12,538M	\$12,419M	AA+	AA+
9 v	7		Zara		\$11,049M	\$12,997M	AA	AA+
10 ^	12		Rolex		\$10,711M	\$8,350M	AAA	AAA
11 v	8		H&M					
12 v	10		UNIQLO					

[그림 5] 글로벌 TOP 10 어패럴 브랜드 가치 2022~2023 (출처 : Brand Directory)

- 인디텍스 그룹의 대표 브랜드인 자라(Zara) 외에도 마시모두띠, 오이쇼, 풀앤베어, 베르슈카 등 10여 개 브랜드가 있음



|그림 6| 인디텍스 그룹 브랜드

2. 인디텍스의 경영 전략

✔ 패스트 패션, 자라 시스템 구축 10)

- Gap 과 H&M 이 의류 디자인과 판매에만 몰두했다면, 스페인 그룹은 수직적으로 의상 콘셉트 디자인부터 물류, 매장진열까지 일원화 통합에 투자하고 자사 제품의 60%가량을 스페인의 19개 공장에서 생산하고 나머지 수요의 90%를 유럽에서 하청 계약함
- 기존 클래식 어패럴 기업의 의류제품이 디자인 콘셉트부터 생산되어 매장에 진열되는 데까지 평균 40주 걸리는 시간을 2~4주로 단축함
- 매장 내 고객들의 반응을 즉각 디자인과 제품생산에 반영하는 온 디맨드(On Demand) 전략, 첫 주에 매출수익을 올리지 못하는 제품들은 곧바로 철회

✔ 전략적 도시와 핵심지역에 매장 위치 11)

- 뉴욕의 34번가, 런던의 옥스퍼드 스트리트, 파리의 오페라가 등에 자리 잡은 자라 매장
- 온라인 판매비율의 증가와 옴니채널 시스템 구축 12)
- 팬데믹 기간, 유럽 내 여러 차례에 걸친 락다운으로 판매 급감(-28%), 영업이익 70% 급감, 이후 매출 수익률이 낮은 매장들의 과감한 정리와 2020~2022년 온라인플랫폼 개발에 27억 유로 투자
- 온라인 판매비율 2019년 19%, 2021년 25.5%에 이르렀고 2024년까지 매출의 30%까지

10) lsa-conso.fr

11) lsa-conso.fr

12) L'usine-digitale, Retailfranchisingco

끌어 올리려는 경영 전략

- 2021년 그룹의 옴니채널 시스템을 위한 디지털 혁신 인디텍스 오픈 플랫폼(Inditex Open Platform)으로의 이전 완료
- RFID 테크놀로지를 통해 고객들이 실시간으로 자라 매장 내 재고 확인 가능해짐

❖ 무광고 전략 및 고객체험 중시하는 매장 투자 13)

- 타 경쟁사가 전체매출의 3~4%를 광고비용으로 지출하는 반면 자라는 0.3%만을 지출함
- 직접광고 대신 럭셔리 그룹에 준하는 쇼윈도 비주얼 마케팅에 투자, 전 세계 오프라인 매장 내 고객 방문 수 높임
- 연간 3~4번 고객 방문이 이뤄지는 타 매장보다 매달 바뀌는 매장 내 신제품들로 Zara 매장은 연간 고객 1인 평균 17번의 방문 수 기록
- 인플루언서 및 고객들의 소셜네트워크 활용 전략

3. 인디텍스의 미래, 환경 지속가능성(sustainability)

❖ EU 집행부 패스트 패션 종식을 위한 법안 추진 중 14)

- 전 세계 의류산업으로 인한 탄소배출량은 4% 이상, 수질오염은 20%로 추정됨 15)
- 2023년 6월 1일 유럽(EU) 의회는 지속 가능하고 순환적인 직물을 위한 유럽연합 전략에 대한 권고안을 채택, 환경오염의 주범이 되는 패스트 패션의 산업구조를 종식하려는 조치 채택 권고함
- 동 안건은 2030년까지 EU 경제구역에서 유통 판매될 모든 의류제품은 재활용한 섬유를 함유한 내구성 뛰어나고 수선 및 재사용, 재활용 용이한 직물 및 원단 사용을 의무화하는 법안 입법화 추진중
- 동시에 공급망 전반에 걸쳐 생산 과정에서는 인권, 사회적 권리, 노동법은 물론 환경과 동물 복지도 존중해야 함
- 또한, 판매되지 않고 반품된 섬유 제품의 폐기를 금지할 것을 요청하여 기업의 그린워싱 종식과 진정한 녹색 전환을 위한 환경규제의 지속적 입법활동 연계
- 컨설팅 회사인 McKinsey는 작년 보고서에서 EU가 목표로 하는 섬유폐기물 처리 및 재활용 규모를 창출하려면 2030년까지 60억~70억 유로의 투자가 필요할 것으로 추정함

❖ 인디텍스의 2030 탄소 배출 50% 감량을 위한 4대 행동영역 발표 16)

- 1) 소재 : 2030년까지 환경에 미치는 영향을 줄이는 섬유 소재 사용, 전체소재의 40%는 재활용 소재, 25%는 차세대 신소재, 25%는 유기농 및 재생농업 소재, 나머지 10%는 Textile

13) Fashion network, Unifers Retail

14) EU의회

15) 엘렌맥아더재단(EMF)

16) Inditex Annual General Meeting(2023.7.11.), Inditex 홈페이지, Fashion network, Conservation International, WWF, 한국섬유신문

- Exchange 17)와 같은 기관이 정한 척도에 맞춰 선호되는 섬유로 대체될 것임
- 모다 리(Moda Re) 프로그램 : 2023년 1월 섬유폐기물을 관리하는 사회연대경제 이니셔티브 스페인 협동조합 모다 리 의류제품의 재활용 프로그램에 3년간 총 350만 유로 투자 약속
 - 2022년 5월, 100% 폐기 의류로 만든 고품질 재활용 섬유 인피나(Infinna)를 생산하는 핀란드 기업 인피니티드 화이버(Infinited Fiber)사와 1억 유로 계약성사, 2024년 모든 인디텍스 제품의 재활용 섬유 비율을 30%, 오는 2030년에는 40%까지 끌어올릴 목표
- 2) 공급망 혁신: 공급망 전반에 걸쳐 사회적, 환경적 변화 촉진
 - 사회 변혁 : "직원 중심(Workers at the Centre)" 전략, 2025년까지 공급망 내 300만 명의 근로자 인권 보호(human rights) 및 사회적 보장
 - 환경 변혁 : 2025년까지 공급망 내 물 사용량 25% 감량 목표, 이외에도 배출물, 화학제품 관리 및 에너지를 중심으로 하는 환경 변혁 프로그램 추진
 - 3) 생물 다양성: 최대 5백만 헥타르의 보호, 복원 또는 재생을 위한 프로젝트 지원 18)
 - 재생농업 시스템 구축을 위해 비영리 환경기구인 국제환경보존협회(Conservation International)와 1,500만 유로 지원 서약, 인디텍스의 기부 목적은 2026년까지 100만 헥타르의 농작물과 방목지를 재생농업 시스템으로 전환한다는 목표로 국제환경보존협회(Conservation International)와 케링(Kering) 그룹 합작, 2021년에 출범한 자연재생 기금(Regenerative Fund for Nature)의 활동을 확대하는 것임
 - 2022년 12월 세계자연기금(WWF)에 1,000만 유로 지원 통해, 유럽, 아프리카, 아시아, 남아메리카 지역 에코 시스템 복원사업을 2022년부터 3년간 진행 예정
 - 4) Zara Pre-Owned 와 같은 순환성 이니셔티브를 지속해서 확장
 - 자라, 'Pre-Owned' 중고 의류 구매/판매 플랫폼을 출시
 - 브랜드 고객에게 Zara 의류 독점적으로 재판매, 기부(타사제품도 포함) 또는 수리할 기회 제공
 - 인디텍스는 패스트 패션의 선두주자로 환경오염의 주범이라는 부정적 이미지를 개선하고 순환경제시스템에 부응하려는 노력
 - 동시에 점차 성장하고 있는 중고 마켓의 유럽 메이저 플랫폼 Vinted, Vestiaire Collectifs, LeBonCoin 등과 견주기 위함. 2022년 프랑스 중고시장 매출액은 60억 유로에 달함
 - 2022년 말 영국에서 처음으로 개시, 2023년 9월에는 프랑스 런칭, 2023년 연말까지 스페인과 독일에 Pre-Owned 플랫폼 런칭 계획, 2025년 자라 매장 전체로 확대 예정

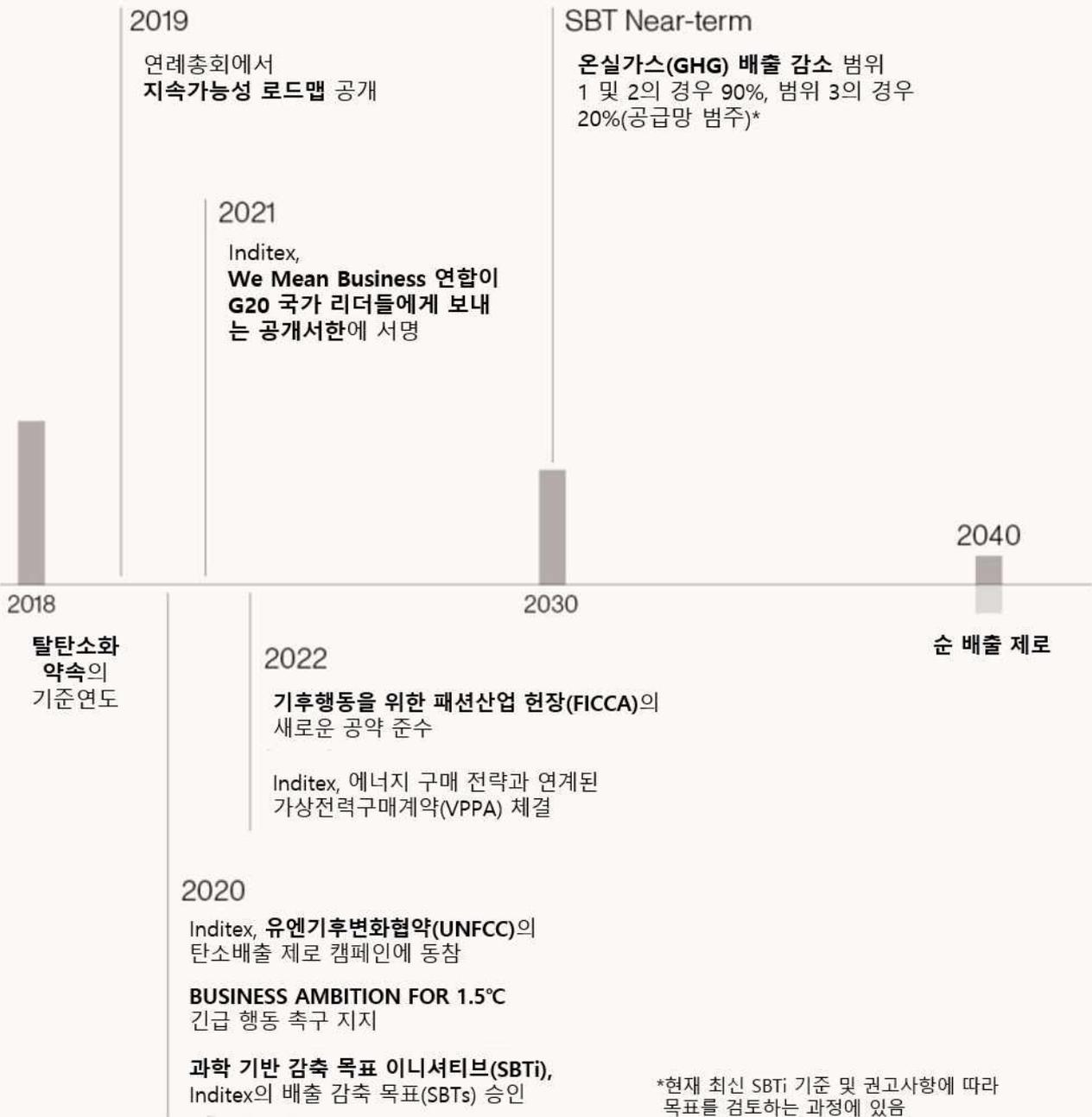
17) textileexchange.org

18) Inditex Press



|그림 7| 2023년 9월 7일 런칭한 “PRE-OWNED” 중고플랫폼을 일면에 둔 자라 프랑스 홈페이지

탄소중립을 향한 우리의 길



|그림 8| 인디텍스, 2040년 탄소 중립을 실천 계획안, 출처 : 인디텍스 홈페이지

I. 이탈리아 패션 시장

작성순서

1. 이탈리아 패션 시장 동향

- 1) 주요수치 및 동향
- 2) 이탈리아 명품 의류업계의 재편성

2. 스페인 패션산업 관련 주요기관 및 패션행사 이탈리아 패션산업 관련 주요기관 및 패션행사

- 1) 주요기관
- 2) 주요 패션행사

3. 스페인의 공룡기업 인디텍스(INDITEX) 이탈리아 주요 패션그룹 및 투자 프로그램

- 1) OTB(Only The Brave) 그룹
- 2) 프라다(Prada) 그룹
- 3) Made in Italy 펀드

1 이탈리아 패션 시장 동향



1. 주요수치 및 동향

✔ 이탈리아 패션 시장 규모 19)

- 2022년 이탈리아 섬유·의류·가죽 및 액세서리 산업 전반 20)의 매출액 983억 유로에 달하였고 전년 대비 18% 증가, 2023년은 4% 성장, 1,022억 유로에 달할 것으로 예상함
- 2022년(1~10월) 이탈리아 섬유·의류 산업 전반 수출 강세 총 19% 증가 : 유럽(+18.2%), 미국(+39.1%), 한국(+31%), 아랍에미리트(+34.2%) 등
- 이탈리아 섬유산업의 수출총액 2021년 11억 유로 대비 2022년 40억 유로 달성, 반면에 수입은 24억 유로에 그침
- 2022년 이탈리아 섬유산업 분야 매출액은 81억 유로로 전년 대비 32.4% 증가
- 우크라이나 전쟁 장기화로 인한 원자재 및 물가상승, 에너지 가격 급등 여파로 2023년 성장 주춤

✔ 유럽의 패션 공장 이탈리아

- Eurostat 21)에 따르면 유럽 내 TOP 10 섬유·의류산업 제조생산 국가로 이탈리아가 평균 40%

19) Fashion network, Italie-france.com 이탈리아-프랑스 경제일간지

20) 섬유, 의류, 신발, 가죽제품, 뷰티제품 및 안경 포함

21) Eurostat Structural Business Statistics

이상을 차지하여 생산국 1 위이고, 가죽 및 모피의 경우 70%가 넘고, 신발의 경우 55%에 육박함

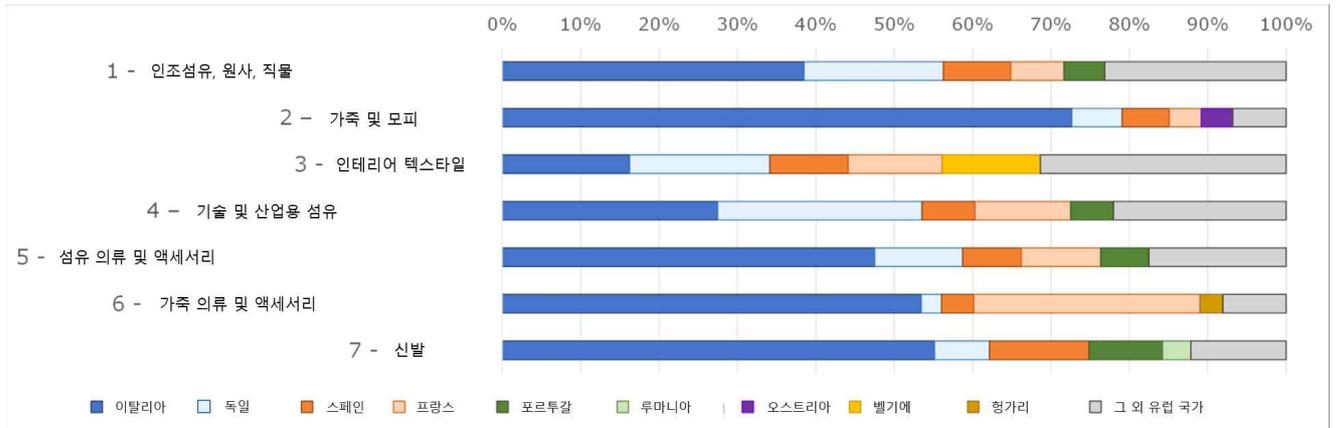


그림 91 분야별 유럽 상위 생산국

❖ 이탈리아 의류·섬유 산업단지

- 비엘라(Biella), 코메(Côme), 프라토(Prato), 스키포-티엔-발다노(Schio-Thiene-Valdagno) 4 대 섬유 산업단지에서 전체 60%의 수출량을 생산
- 비엘라(전체 수출물량의 32.4%) 지역 산업연합체인 UIB(Unione Industriale Biellese)에 따르면 협회가입 400 여 업체 중 41%는 섬유산업에 15%는 기기산업 분야에 있으며, 85%가 고용인원 50 명을 넘지 않는 중소기업임

❖ 이탈리아 국가적 차원의 자원순환 노력 22)

- 이탈리아 정부는 유럽연합(EU) 지침 2018/851 에서 정한 날짜보다 3 년 전인 2022 년 1 월 1 일부터 지자체의 섬유폐기물 분리수거 의무를 채택함
- 이와 관련하여 이탈리아는 국가경제회복 및 탄력성 플랜(PNRR)을 구축, 소비 전·후 의류 수집 인프라 건설 및 시설 현대화, 직물 리사이클링 공장 건설에 재정할당 (일명 “Textile Hubs”라고 함)
- 또한, 확장된 생산자 책임(EPR) 체제의 도입을 준비하여 유럽국가 중 자원순환 및 지속가능성 경영 유도를 선점하고 있음

2. 이탈리아 명품 의류업계의 재편성 23)

- ❖ 팬데믹 여파에 따른 인수, 합병, 매각, 투자 등 이탈리아 의류업계 급격한 구조변화와 가속화된 온라인 디지털화, 지속가능성(Sustainability)의 대두

22) 이탈리아 환경에너지안전부 홈페이지 www.mase.gov.it/ www.canaleenergia.com

23) Fashion Network

1) 해외에 매각되는 이탈리아 클래식 명품 브랜드

- ✔ LVMH 그룹, 에밀리오 푸치(Emilio Pucci) 지분 100% 인수

 - 이미 펜디(Fendi) 인수에 이어 2000 년도부터 에빌리오 푸치 브랜드의 67% 지분을 소유한 LVMH, 2021 년 6 월 푸치의 상속자인 Laudomia Pucci로부터 나머지 34% 지분 인수함
- ✔ L Catterton 사모펀드, 이탈리아 럭셔리 브랜드 Etro 의 지분 60% 인수 (2021 년 7 월)

 - 1968 년 설립된 Etro, 전 세계 58 개국 140 여 매장을 보유
 - LVMH 와 Catterton 의 합자 사모펀드인 L Catterton 의 지분인수로 Etro 브랜드 가치가 5 억 유로에 이를 것으로 예상
- ✔ 중국 포순(Fosun)그룹, 이탈리아 명품화 세르지오 로시(Sergio Rossi) 인수

 - 중국 대기업 포순 인터내셔널(Fosun International)의 패션 및 럭셔리 사업부는 2018 년에 인수한 랑방 메종의 이름을 따서 랑방 그룹(Lanvin Group)으로 명칭변경, 2021 년 이탈리아 명품 클래식 신발 브랜드인 세르지오 로시 인수
- ✔ 영국 인터넷 홈쇼핑 대표기업 파페치(Farfetch), 이탈리아 패션그룹 NGG(New Guards Group) 브랜드 플랫폼 인수 및 신규브랜드 런칭

 - 2019 년 NGG 패션 브랜드 플랫폼을 인수한 파페치, 럭셔리 패션 산업을 위한 글로벌 기술 플랫폼으로 전략 발전
 - NGG 는 현재 오프화이트(Off-White)를 비롯해서 마셀로 불론(Marcelo Burlon), 언레이블 프로젝트(Unravel Project), 팜앤젤스(Palm Angels), 헤론 프레스턴(Heron Preston), 알라누이(Alanui), 기린(Kirin), 페기구(Peggy Gou), 오프닝 세레모니(Opening Ceremony), 앰부시(Ambush), TWO(There Was One) 브랜드 보유
 - 파페치와 NGG 는 2021 년 10 월 여성복 프레타포르테 신규브랜드 TWO(There Was One) 런칭
- ✔ LVMH 와 함께 프랑스 명품 그룹의 양대산맥 케링(Kering) 그룹 이탈리아 명품 브랜드 영입을 위한 지속적 노력

 - 이미 90 년대 말부터 구찌(Gucci)를 두고 경쟁을 벌인 두 그룹은 2001 년 케링(Kering)이 구찌의 지배주주가 됨
 - 독립운동을 고수하던 조르지오 아르마니, 최근 투자가들과의 협상 가능성 제안. 이탈리아 패션그룹 염두에 두었지만 결렬될 경우 프랑스 그룹의 개입도 가능성 있음
 - 돌체앤가바나는 협상제의를 받았으나 독립운영 고수와 함께 신탁 설정
- ✔ 이탈리아 남성복 명품 브랜드 코르넬리아니(Corneliani), 파산 위기에서 구원 투자금 수혈

 - 2021 년 3 월 코로나 19 팬데믹 타격으로 파산 위기를 맞은 코르넬리아니, 주주사

- Investcorp 와 이탈리아 정부로부터 투자금을 각각 700 만 유로, 1,000 만 유로 수혈받음
- 1930 년 이탈리아 만투 지역에서 알프레도 코르넬리아니(Alfredo Corneliani)에 의해 설립

2) 새로운 이탈리아 패션 주역의 대두

✔ 이탈리아 OTB(Only The Brave) 패션그룹의 질샌더(Jil Sander) 인수합병

- 디젤(Diesel)의 모회사이며, 메종 마르지엘라(Maison Margiela), 빅토르 앤 로프(Viktor & Rolf), 마르니(Marni), 아미리(Amiri), 스테프 인터네셔널(Staff International)과 브레이브 키드(Brave Kid)를 보유하고 있는 렌조 로소 회장이 진두지휘하고 있는 OTB(Only The Brave) 그룹이 지난 2021 년 3 월 질샌더 100% 인수합병 발표
- 1968 년 질샌더 독일 디자이너에 의해 설립, 2008 년부터 일본 온워드 홀딩스(Onward Holdings)그룹 소유, 2019 년까지 온워드의 유럽 자회사가 관리함
- 2017 년부터 활동하고 있는 아트 디렉터 루시(Lucie)와 룩 마이어(Luke Meier)는 세련되고 미니멀한 스타일을 성공적으로 재창조했다는 평가받음
- OTB 그룹의 2020 년 총매출은 13 억 1,700 만 유로 영업이익(EBITDA)은 1 억 7,600 만 유로

✔ Moncler, 럭셔리 스포츠웨어 스톤 아일랜드(Stone Island) 100% 인수

- 2020 년 12 월 7 일 이탈리아 럭셔리 패션그룹 몽클레르(Moncler)가 경쟁사인 스톤 아일랜드를 기업 가치 11 억 5,000 만 유로에 인수한다고 발표, 2021 년 1 분기에 인수 완료
- 스톤 아일랜드는 1982 년 엔지니어이자 텍스타일 디자이너인 마씨모 오스티(Massimo Osti)에 의해 창립, 1983 년부터 카를로 리베티(Carlo Rivetti)의 합류, 93 년 리베티가 마씨모 오스티로부터 회사를 인수함

✔ 이탈리아 럭셔리 쿠티르 메종 Zegna 뉴욕 증권 거래소 상장(2021 년 7 월)

- 1910 년 설립된 Zegna 메종은 2020 년 말 전 세계 80 여 개국에 296 개 매장 직영
- 62% 지분은 설립자 Zegna 가족이 보유하고 있음

✔ 이탈리아 중저가 패션브랜드 OVS 가 Stefanel 브랜드 인수

- 1959 년 창설된 고품질 편직 전문 패션 브랜드 Stefanel 브랜드를 이탈리아 중저가 패션 체인브랜드인 OVS 가 2021 년 초 인수함. Stefanel 대표 Stefano Beraldo 는 320 만 유로 제안, Stefanel 브랜드 및 컬렉션 아카이브, 23 개 매장을 인수하고 94 명의 직원고용유지를 포함함

✔ Made in Italy 펀드, 이탈리아 럭셔리 브랜드 GDCS, Dondup 의 영입 ²⁴⁾

- 매니지먼트사 콰드리비오 그룹(Quadrivio Group)과 커뮤니케이션 에이전시 팜비앙코와

24) Fashion network

합작으로 창설한 'Made in Italy 펀드'가 2020년 11월 럭셔리 스트리트웨어 GCDS 브랜드 인수, 2021년 3월에는 컨템포러리 기성복 브랜드 돈두프(Dondup)를 L Catterton 사모펀드로부터 인수함

2 이탈리아 패션산업 관련 주요기관 및 패션행사



1. 주요기관

✔ 이탈리아 패션연맹(Confindustria Moda)²⁵⁾

2017년 출범한 이탈리아 패션연맹은 이탈리아 제조의 우수성, 지속가능성을 주요 전략 목표 중 하나로 삼은 기업 및 협회들의 연합체

- 60,000여 패션 분야 회원 기업 및 총 1,082억 유로 매출, 이 중 74.4% 수출
- 패션연맹에서는 회원사들에 지적 재산권, 무단카피 문제, 상업 계약(유통, 판매, 공급, 라이선싱 및 프랜차이즈 계약) 및 판매 대리점과의 국내 및 국제 계약과 관련하여 법률 지원을 제공, R&D, 직업교육, 노사관계 등의 서비스를 제공하고 있음
- 공식 홈페이지 : www.confindustriamoda.it
- 소속 협회 리스트
 - SMI(Sistema Moda Italia)(이탈리아 섬유·의류연합)
 - ASSOPELLETTIERI(이탈리아 가죽제품 협회)
 - AIP(이탈리아 모피협회)
 - ANFAO(전국 광학 제조협회)
 - ASSOCALZATURIFICI(신발협회)
 - FEDERORAFI(금·은·보석제조협회)
 - UNIC(이탈리아 피혁제조협회)

✔ 이탈리아 국립패션협회(CNMI)

- 1958년에 창설된 이탈리아 패션협회는 이탈리아 하이엔드 패션디자이너 협회로 밀라노 패션위크 주최기관임
- 공식 홈페이지 : www.cameramoda.it
- CNMI 4대 활동분야
 - 1) 밀라노 패션위크 주최 및 이탈리아 패션의 프로모션
 - 2) 신진작가 양성 및 발굴 : 직업교육, 인재양성 및 독립 디자이너 지원
 - 3) 디지털화 : CNMI 홈페이지를 통한 커뮤니케이션 및 인플루언서, 매체들과의 협력 관계, 패션위크 영상 방영

25) www.confindustriamoda.it

· 4) 지속가능성(Sustainability) : CNMI Sustainable Fashion Awards 주최 등

2. 주요 패션행사

✔ 밀라노 패션위크

- 공식 홈페이지 : <https://milanofashionweek.cameramoda.it/it>
- 밀라노패션협회(CNMI)의 주관하에 연간 2 차례 여성복과 남성복 각각 S/S, F/W 를 선보이고, 또한 아프로 패션위크(Afro Fashion Week)를 주관하고 있음
- 밀라노 패션위크는 파리, 뉴욕, 런던과 함께 세계 4 대 패션위크임
- 2023 년 9 월 19~25 일 진행된 2024S/S 밀라노 패션위크는 Milano Moda 대학원 패션쇼와 신진 디자이너 홍보 전용 쇼룸인 CNMI 패션 허브의 출범으로 시작, 아이스버그(Iceberg), 안토니오 마라스(Antonio Marras), 다니엘라 그레기스(Daniela Gregis), 부다페스트 셀렉트(Budapest Select), 오니츠키 타이거(Onitsuka Tiger), 펜디(Fendi), 델코어(Del Core), 마르코 람발디(Marco Rambaldi), 알베르타 페레티(Alberta Ferretti), N 21 by Alessandro Dell'Acqua, 로베르토 카발리(Roberto Cavalli), 세르지오 아졸라리(Sergio Azzolari), 에트로(Etro), 디젤(Diesel) 브랜드의 뉴컬렉션 소개

✔ 피티 이마지네 우오모(Pitti Immagine Uomo)

- 공식 홈페이지 : <https://uomo.pittimmagine.com/>
- 1972 년 이탈리아 디자이너들을 홍보하기 위해 설립된 피티 우오모, 피렌체에서 한 해에 두 차례 열리는 동 행사는 전 세계 남성 전문 하이패션의 집약소가 됨
- 제 104 회 피티 이마지네 우오모 2023 년 6 월 13~16 일 4 일간 성황리에 개최, 총 방문객 17,000 명 맞이함. 이 중 5,300 명은 해외바이어로 전년(2022 년 6 월) 대비 24% 증가세로 시장회복

3 이탈리아 주요 패션그룹 및 투자 프로그램

»»

1. OTB(Only The Brave) 그룹

OTB

✔ OTB 의 역사

- 1978 년 렌조 로소(Renzo Rosso)가 그 당시 청바지 제작 주요 생산제조업자였던 아드리아노

골드슈미드(Adriano Goldschmied)와 함께 디젤(Diesel) 브랜드 창시

- 1985년 디젤 경영권 100% 획득
- 2000년 Staff International 인수로 차후 OTB 그룹이 차례로 인수하게 될 프레타 포르테 브랜드들의 생산 및 유통을 효율적으로 관리할 수 있게 됨
- 2002년 OTB 그룹 창시, 차례대로 2002년 마르탱 마르지엘라(Martin Margiela), 2008년 빅토르 앤 롤프(Victor&Rolf), 2012년 마르니(Marni), 2021년 질샌더(Jil Sander) 명품 디자이너 브랜드 인수

✔ OTB 주요수치 26)

- 2022년 1,743만 유로 매출액 달성
- 전 세계 6,000명의 근로자
- 매출의 80% 수출
- 전 세계 90여 개국, 총 5,800여 개의 매장을 운영하고 있음

✔ OTB 소속 브랜드 27)

- OTB 기원 브랜드인 디젤: 청바지와 편안한 캐주얼 위주의 디자인 선보이며 스톤워시 등 당시 드물었던 특화된 공장가공법과 럭셔리 제품으로의 차별화에 성공, 1990년대 해외 진출. 1998년 프레타포르테 명품라인인 Stylelab 런칭, 후에 Diesel Black Gold로 명칭변경. 2020년부터 벨기에 디자이너 글린 마튼(Gleen Martens)이 아트디렉터를 맡아 밀라노 패션위크에서 컬렉션을 선보이고 있음
- 메종 마르지엘라: 1988년 아방가르드의 선구자인 벨기에 디자이너 마르탱 마르지엘라에 의해 파리에 창설, 2002년 OTB 그룹 설립과 함께 영업됨. 2008년 마르지엘라의 사임 이후 2014년부터 존 갈리아노(John Galliano, 구 Dior 아트디렉터)가 아트디렉터로 영입되어 매출 40% 신장(1억 4천만→1억 9,000만 유로) 28)
- 마르니: 콘수엘로(Consuelo)와 지안니 카스티글리오니(Gianni Castiglioni) 부부가 1994년 설립한 메종으로 화려한 색감과 예술적 감각으로 98년 액세서리, 2002년 남성복 컬렉션, 2003년 주얼리, 2005년과 2009년은 아이웨어 라인 선보였고, 2006년에는 온라인 판매 플랫폼 창설. 2010년부터 Current/Elliott 브랜드와, 2012년에는 H&M과 콜라보 하였고, 2013년 마르니 향수 런칭. 2012년 12월 렌조 로소의 OTB에 합류함
- 빅토르 앤 롤프: 1993년 빅터 호스팅(Viktor Horsting)과 롤프 스노렌(Rolf Snoeren)이 설립한 메종으로 동년 신진 디자이너의 등용문인 프랑스 이에르 페스티벌 패션쇼에서 대상 수상, 1998년부터는 오프쇼우 쇼에 참여해 실험적 콘셉트를 아방가르드하게 실현. 2000년 프레타 포르테로 전환하면서, 2003년 남성복 런칭, 2005년 향수 플라워밤(Flowerbomb) 출시,

26) OTB 홈페이지 및 Fashion network

27) OTB 홈페이지 및 Fashion network

28) Fashion network

2008년부터 OTB 에 인수된 후 레조 로소와 파트너십 관계

- 질샌더: 1968년 독일 디자이너 질 샌더가 함부르크 근교에서 첫 번째 부티크 오픈, 1980년 프랑크푸르트 주식상장. 미니멀리즘 디자인으로 1993년부터 파리, 밀라노, 시카고 진출, 2000년 Prada 그룹에 매각됨, 2008년부터 일본 중견기업 온워드 홀딩스(Onward Holdings)사에 소속, 2021년 3월 OTB 에 영입됨
- 스테프 인터네셔널(Staff International) : 2000년 OTB 에 영입, 패션 R&D, 기성복 및 액세서리 제조생산, 옴니채널유통 및 마케팅 등 본 기업만의 노하우를 바탕으로 패션 에코 시스템 내 멀티서비스 제공
- 브레이브 키드(Brave Kid) : 2011년 설립된 아동복 제조생산유통사로 디젤, 존 갈리아노, 디스퀘어드 2(Dsquared2), 마르니 및 트루사르디(Trussardi) 아동복 라인의 생산 및 유통 담당
- 아미리(Amiri): 2014년 로스앤젤레스에서 마이크 아미리(Mike Amiri)가 창설한 브랜드로 글래머러스 락 스타일의 하이엔드 패션, 2019년 OTB 의 자본이 부분적으로 투입됨

2 프라다(Prada) 그룹

PRADA

✔ 프라다의 역사

- 1913년 마리오 프라다가 창설한 가죽가방 및 신발제작 브랜드, 1970년대부터 미우치아 프라다의 활약으로 세계화에 성공
- 1988년 프레타 포르테 라인 런칭
- 1993년 젊은 여성복 브랜드 Miumiu 런칭
- 1994년 남성복 런칭
- 1997년 스포츠웨어 라인 런칭에 이어 2000년 프라다 향수를 선보임

✔ 주요수치

- 2022년 프라다의 매출액은 전년 33억 7,000만 유로 대비 42억 유로로 25% 증가
- 영업이익은 2021년(4억 유로) 대비 4억 9,000만 유로로 22% 증가

[그림 1] 2022년 프라다 그룹 리포트 주요수치, 출처 : 프라다 홈페이지

✔ 지속가능성 전략 29)

- Kering 그룹과 LVMH 에 이어, 지속가능성(Sustainability) 전략 후발주자로 뛰어난 프라다 그룹, 2015년 12월 14일 'Corporate Social Responsibility' 프로젝트 발표 이후 2019년 '지속 가능 연계 대출(Sustainability Linked Loan, 약칭 SLL)' 5,000만 유로 대출로 패션

분야에서는 최초로 시도. 필립스 그룹과 ING 은행의 주도로 2017년 4월 네덜란드에서 등장한 지속 가능 연계 대출은 기업의 지속 가능 경영(Corporate social responsibility) 성과에 따라 이자율이 연동됨. 국내에서는 지난 9월 KB 국민은행과 SK 그룹이 지속 가능 연계 대출 양해각서를 체결한 사례가 있음

- 2019년 프랑스 비아리츠에서 열린 G7 정상회담의 일환으로 환경 영향력 감소 위해 프랑스 마크롱 정부가 Kering(프랑수아-앙리 피노(François-Henri Pinault) 회장)에 미션을 의뢰해 작성한 The Fashion Pact³⁰⁾에 30대 글로벌 패션그룹(Kering, Burberry, Chanel, Ferragamo, Armani, Hermès, Moncler, Prada, Ralph Lauren, Stella McCartney, Zegna, H&M, Gap, Inditex, Adidas, Nike, Puma, Fung Group, Ruyi, Bestseller, PVH, Capri, groupe Mulliez, Carrefour, Galeries Lafayette, La Redoute, Nordstrom, Selfridges, Tapestry)과 함께 서명
- 지속가능성 내 3대 분야 환경(Environment), 사람(People), 문화(Culture) 지정하고 65% 재생에너지 사용, 프라다 공장 16곳에 태양광 발전 시스템 장착 등 구체적 실천 강령들 실행

3. Made in Italy 펀드³¹⁾

- ✔ 2019년 투자개발사 콰드리비오 그룹(Quadrivio Group)과 컨설팅&미디어 기업 팜비안코(Pambianco)와 합작으로 창설
 - 콰드리비오 & 팜비안코가 2018년에 조인 벤처 형태로 출범한 Made in Italy Fund는 3억 유로를 투자유치에 성공하며, 5년 만에 와인 포함 패션 분야 총 11개 브랜드를 인수함
- ✔ 인수 브랜드
 - 패션: GcDs, Dondup, Pt Torino, Autry, Ghoud, 120% Lino, Rosantica
 - 코스메틱: Rougj
 - 디자인: Mohd
 - 와인: Prosit, Xtrawine
- ✔ Made in Italy Fund 지원 내용
 - 투자유치
 - 회사 경영 강화 및 지원
 - 성장 촉진
 - 시장 포지셔닝 강화
 - 노하우 공유
 - 인수 추진

30) www.thefashionpact.org

31) www.pambianconews.com, www.quadriviogroup.com

- ✔ **Made in Italy 펀드 2차 투자유치³²⁾** MY WARDROBE HQ 홈페이지 화면캡처, 출처: 공식홈페이지

 - 콰드리비오 & 팜비양코는 1차 펀드의 성공적 유치 후 2023년 상반기 “Made in Italy 펀드 II” 출범, 5억 유로 투자유치를 목표로 함
 - 1차 펀드 지원 분야였던, 패션, 디자인, 코스메틱, 와인 부문을 유지하되 2차 펀드에 라이프스타일 분야를 추가시킴

32) www.pambianconews.com

부록 기관 정보 요약



기관명	스페인 패션산업연맹 (ModaEspaña(Confederación de empresas de la Moda de España))
대표자명	안젤 아센시오(Ángel Asensio)
설립일	2013년
주요사업	- 스페인 회원사들의 Made in Spain 라벨 캠페인 - 수출지원 - 국내 패션쇼 및 박람회 지원
주소	Calle Álvarez de Baena,7 28006 - Madrid

키맨정보	안젤 아센시오 (Ángel Asensio)	연락문의	+34 917 450 815 secretaria@modaespana.org coordinacion@modaespana.org
조직도	-		



기관명	스페인 의류제조회사연합(Fedecon)
대표자명	안젤 아센시오(Ángel Asensio) : 패션산업연맹장 겸임
설립일	1977년
주요사업	회원사들에 정보제공 및 수출진흥, 노동협약 단체교섭 협상
주소	C/ Alvarez de Baena, 7 28006 - Madrid - Espagne

키맨정보	안젤 아센시오 (Ángel Asensio)	연락문의	+34 915 158 180 fedecon@fedecon.es
조직도	-		



기관명	ACME(스페인 패션디자이너협회)
대표자명	모데스토 롬바(Modesto Lomba)
설립일	1998년
주요사업	Spanish fashion designer's Manifesto "Madrid is Fashion" 프로젝트
주소	C/ León 24, 28014 Madrid - Espagne

키맨정보	모데스토 롬바 (Modesto Lomba)	연락문의	+34 91 366 24 36 info@creadores.org
조직도	-		



기관명	Confindustria Moda(이탈리아패션연맹)
대표자명	에르콜레 보토 포알라(Ercole Botto Poala)
설립일	2017년
주요사업	법률상담, 리서치센터, 직업교육, 노사관계
주소	Confindustria Moda via Alberto Riva Villasanta 3 - 20145 Milan - Italy

키맨정보	에르콜레 보토 포알라 (Ercole Botto Poala)	연락문의	+39 02 3824 6693 confindustriamoda@confindustria moda.it
조직도	-		



Camera Nazionale della Moda Italiana

기관명 CNMI(이탈리아패션협회)

대표자명 카를로 카파사(Carlo Capasa)

설립일 1958년

주요사업 밀라노 패션위크 주최, 협회소속 디자이너 지원

주소 Piazza Duomo, 31
20122 Milano (MI), Italy

키맨정보

카를로 카파사(Carlo Capasa)

연락문의

+39 02 7771081
cameramoda@cameramoda.it

조직도

-

부록

회사 정보 요약



INDITEX

기관명 인디텍스(Inditex)

대표자명 오스카 가르시아 마세이라스(Oscar Garcia Maceiras)
Oscar Garcia Maceiras)

설립일 1975년

주요사업 글로벌 SPA 패션 브랜드

주소 Edificio Inditex
Avda. de la Diputación s/n
15143 - Arteixo
A Coruña - Spain

키맨정보

오스카 가르시아 마세이라스
(Oscar Garcia Maceiras)
CEO

연락문의

+34 981 185 400
inditexinfo@inditex.com

조직도

-

OTB

회사명 OTB (Only The Brave)

대표자명 렌조 로소(Renzo Rosso)

설립일 2002년

주요사업 디젤, 메종 마르지엘라, 마르니, 아미리, 질샌더, 브레이브 키드 등 하이엔드 디자이너 패션 브랜드 글로벌 그룹
OTB SpA

주소 Via dell'Industria, 2 - 36042
Breganze (VI), ITALIE

키맨정보

렌조 로소(Renzo Rosso) CEO

연락문의

+39 0444 784 500

조직도

PRADA

기관명 프라다 (PRADA)

대표자명 미우치아 프라다(Miuccia Prada), co-CEO
파트리치오 베르텔리(Patrizio Bertelli) co-CEO

설립일 1913년

주요사업 하이엔드 프레타포르테 패션 브랜드

주소 28 Via Antonio Fogazzaro, 20135 Milan, Italie

키맨정보

미우치아 프라다
(Miuccia Prada), co-CEO

연락문의

+39 02 550281
corporatepress@prada.com

조직도

-

유럽비즈니스센터 담당자 연락처

유성훈 센터장	+33 1 42 93 02 84	yoosunghoon@kocca.kr
이해인 주임	+33 1 42 68 00 37	haeinlee@kocca.kr
서현아 주임	+33 1 42 93 02 83	hyunahseo@kocca.kr

유럽 콘텐츠산업동향 보고서

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	유성훈 (유럽비즈니스센터 센터장)
집필자	황진영
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2023년 11월 14일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”