

유럽 콘텐츠 산업동향

(프랑스 패션 시장 동향 및 전망 보고서)

2023년 12호



유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF EUROPE

2023년 12호

구분(장르)	제 목	Key Word
심층이슈	I. 프랑스 패션 시장 동향 1. 시장 규모 및 추이 2. 프랑스 주요 글로벌 기업 패션 동향	프랑스 패션 시장 글로벌 명품패션기업
	II. 프랑스 및 유럽 패션 시장 전망 1. 패션·섬유산업 내 지속가능성 가속화 2. 패션의 지속가능성과 중고의류 시장	그린딜 낭비방지법 AGEC 중고의류 시장

작성 | 한국콘텐츠진흥원 유럽비즈니스센터

배포 | 2023.11.29



심층이슈

I. 프랑스 패션 시장 동향

순서

1. 시장 규모 및 추이
2. 프랑스 주요 글로벌 기업 패션 동향

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 시장 규모 및 추이



✓ 프랑스 패션 시장 매출액(내수소비시장 기준)¹⁾

- 2022년 프랑스 의류업계(잡화 제외) 총매출액 규모는 262억 유로로, 2019년 278억 유로 총매출 수준을 아직 회복하지 못함
- 2022년 프랑스 섬유·의류 분야 총매출은 2021년 대비 3.9% 증가했으나, 데코/가정용 및 아동용 패션의 경우 각각 7.1%와 2.5% 감소하였고, 여성복과 남성복이 각각 5.2%와 11.3% 증가함
- 2022년 프랑스는 의류 131억 9,000만 유로, 식물 53억 7,000만 유로를 수출하여 전년 대비 각각 25%와 14% 증가, 2019년 대비 각각 23%와 12.9% 성장함²⁾
- 유통구조 유형별 매출 증감률을 보면, 2021년 대비 2022년 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 0.4% 증가, 온라인 전용(Pure players) 판매의 경우 12.3% 감소하였고, 백화점은 22.7%로 크게 증가함. 도시 외곽에 주로 위치한 중저가 키아비(Kiabi), 프리마크(Primark), 라 알(La Halle) 등 대형유통 브랜드의 경우 5% 증가세를 보였고, 자라(Zara), 에이치앤엠(H&M), 유니클로(Uniqlo)를 비롯한 SPA 브랜드는 7% 증가함
- 온라인 판매의 경우 3년 전인 2019년 결과와 비교했을 때 13% 증가함
- 의류 유통 전체매출 중 인터넷 비율을 살펴보면, 2019년부터 순차적으로 2019년 14.7%, 2020년 21.2%, 2021년 20.7%, 2022년 18%를 차지하고 있으며, 2023년은 물가 상승 및 경기침체의 이유로 16.5%로 전망됨³⁾

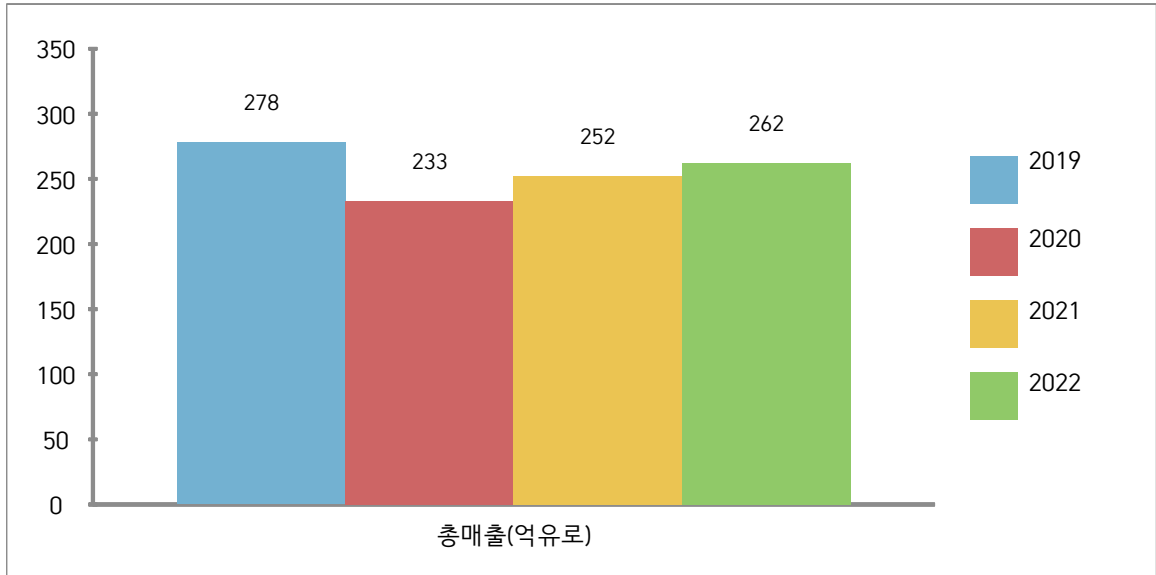
1) 출처: 프랑스 패션학교 IFM(Institut Français de la Mode) Panel, 프랑스 국립 통계 경제 연구소, INSEE

<https://www.defimode.org/wp-content/uploads/2023/02/Bilan-22-16-fevrier-23-FB-GM-VF.pdf>

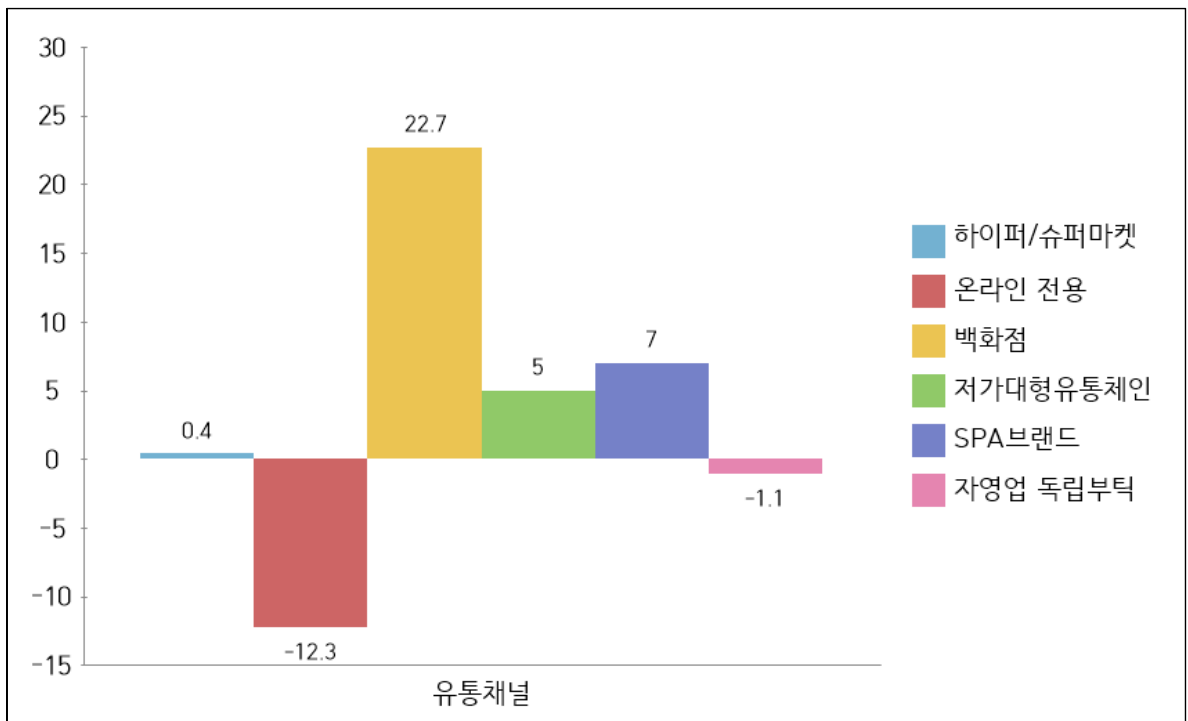
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/series/109939800?INDICATEUR=3188572&NAF2=2377827>

2) 출처: 프랑스 패션 전문 언론, Fashion Network

<https://fr.fashionnetwork.com/news/La-france-maintient-ses-exportations-de-textile-habillement-dans-un-contexte-difficile,1551484.html#:~:text=En%202022%2C%20la%20France%20avait,rapport%20C3%A0%20l'exercice%202019.>



[그림 1] 프랑스 패션 의류업계(잡화 제외) 총매출액 동향 (2019~2022년), 출처: INSEE, IFM

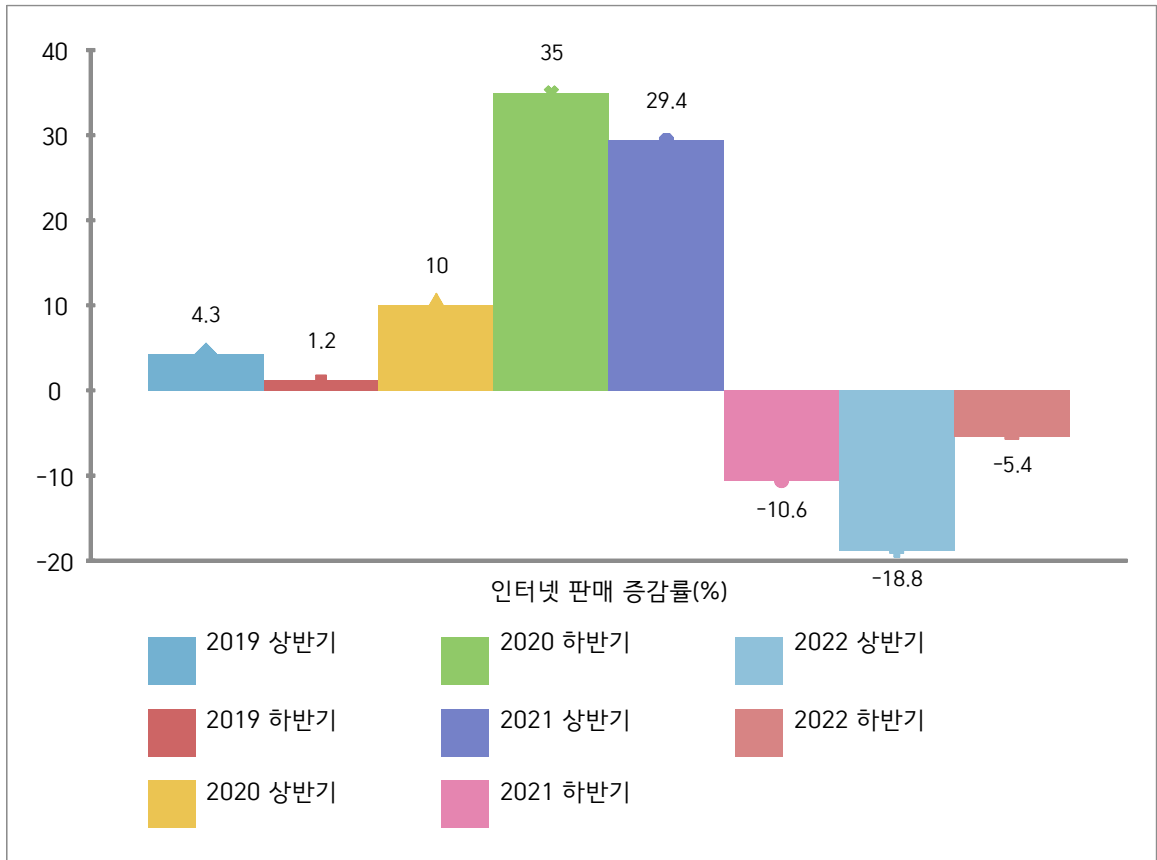


[그림 2] 프랑스 패션의류업계 유통망 동향(2021/2022년 비교), IFM Panel

3) 출처: 프랑스 패션학교 IFM Panel, 프랑스 패션 전문 언론 Fashion Network

<https://www.defimode.org/wp-content/uploads/2023/02/Bilan-22-16-fevrier-23-FB-GM-VF.pdf>

<https://fr.fashionnetwork.com/news/E-commerce-vers-les-16-5-de-parts-de-marche-de-la-mode-en-2023-,1557281.html>



[그림 3] 인터넷 판매 증감률(2019~2022년 상/하반기), 출처: IFM Panel

Top 10 Most Valuable Apparel Brands

© Brand Finance Plc 2023



[그림 4] 브랜드 가치 세계 10대 패션기업, 출처: Brand Finance

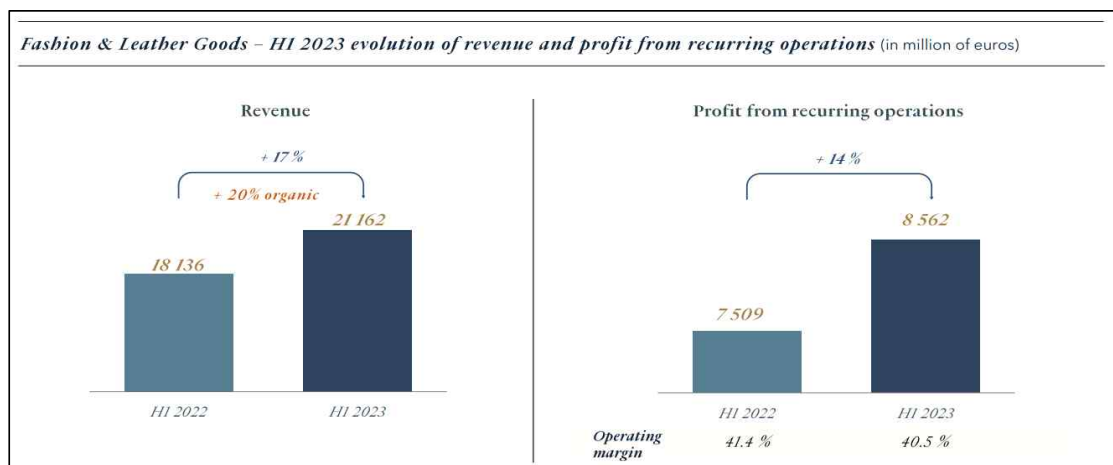
- 브랜드 파이낸스(Brand Finance)⁴가 선정한 브랜드 가치 세계 상위 패션 기업 10 곳 중 5 곳이 프랑스 기업임. LVMH는 나이키 다음으로 2위에 올랐으며, 전년 대비 12% 증가한 263억 달러를 기록함. 그 뒤를 이어 샤넬이 194억 달러(+27%)로 3위, 케링(Kering) 그룹 소속 구찌가 178억 달러(-1%)로 4위를 차지했으며, 에르메스(+5%), 디올(+46%), 까르띠에(+1%)가 각각 142억 달러, 132억 달러, 125억 달러를 차지함

2 프랑스 주요 글로벌 패션기업 동향



✓ LVMH⁵

- 그룹 내 와인, 화장품, 주얼리 및 유통을 제외한 2023년 상반기 패션과 가죽제품 매출은 총 211억 유로로 2022년 상반기 대비 17% 성장(181억 유로)했으며, 영업이익은 85억 유로로 14% 증가(75억 유로)함
- LVMH 패션 및 가죽제품 분야의 프랑스 내 매출액은 8%이며, 아시아 시장이 50%, 프랑스 시장을 제외한 유럽이 17%, 미국 17%로 수출이 전체 매출액의 92%를 차지함



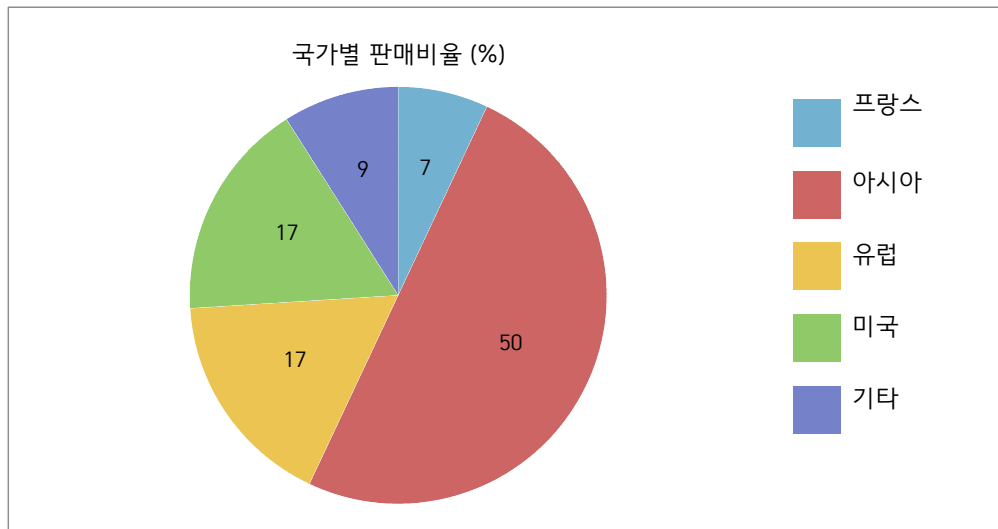
[그림 5] LVMH 패션 & 가죽제품 분야 2023년 상반기 매출액 및 영업이익, 출처: LVMH

4) 출처: 글로벌 브랜드 평가 컨설팅 기업, Brand Finance

<https://brandirectory.com/rankings/apparel/>

5) 출처: 프랑스 패션기업, LVMH

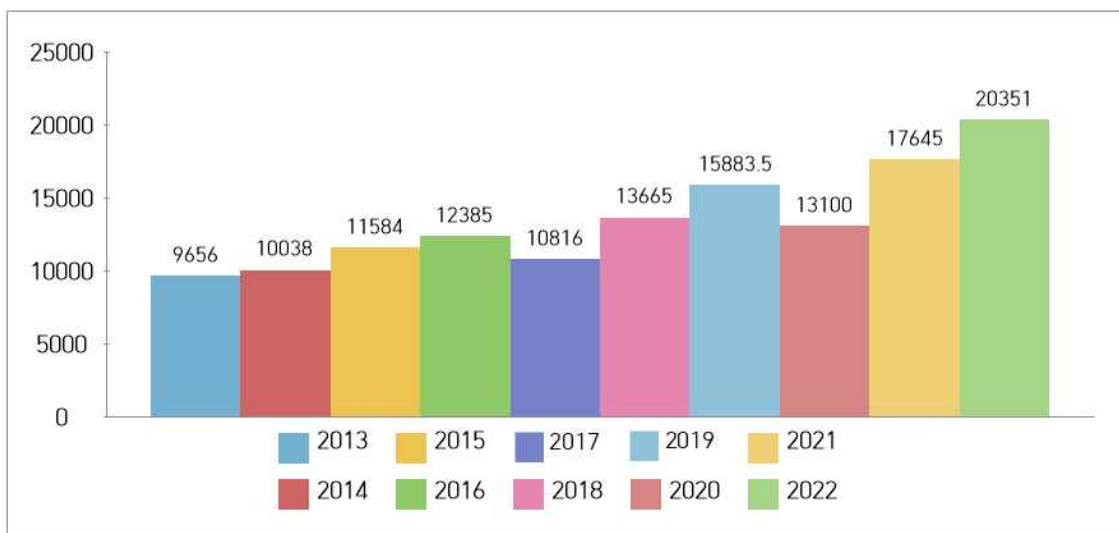
www.lvmh.fr/les-maisons/



[그림 6] 2023년 LVMH 패션 및 가죽제품 분야 지역별 매출 비율 현황, 출처 : LVMH

☑ 케링(KERING)⁶⁾

- 구찌, 브리오니(Brioni), 생로랑, 보테가 베네타, 발렌시아가, 알렉산더 맥퀸을 소유한 프랑스 소재 다국적 럭셔리 패션그룹 케링의 2022년 총매출액은 203억 5,100만 유로임. 이는 2013년 96억 5,600만 유로에 비해 200% 신장했고, 2021년 매출액 176억 4,500만 유로 대비 15% 증가했으며, 영업이익은 72억 5,500만 유로로 12% 증가함



[그림 7] 케링그룹의 10년간 총매출액 추이(2013~2022년), 출처 : Statista

6) 출처: 케링 공식 홈페이지

<https://www.kering.com/fr/finance/a-propos-de-kering/>

✔ **에르메스 인터네셔널(HERMÈS INTERNATIONAL)⁷⁾**

- 에르메스 인터네셔널의 2023년 1~9월 매출액은 100억 6,300만 유로로 2022년 동 기간 대비 22% 증가함. 삼사분기 매출액은 33억 6,500만 유로로 전년 동 기간 대비 16% 상승함
- 2023년 1~9월 지역별 증가세를 보면 일본 25%, 아시아(중국, 한국, 싱가포르, 태국, 호주) 21%, 북미 20%, 유럽 20%, 프랑스 22%의 두 자리 증가세를 보임
- 동 기간 제품 품목별 매출 증가세는 가방 및 가죽제품 19%, 의류 및 잡화 29%, 실크 및 텍스타일 17%, 향수 및 화장품 8%, 시계 24%, 기타 데코 및 주얼리 24%로 나타남

✔ **샤넬⁸⁾**

- 다양한 명품 브랜드를 소유한 LVMH 및 케링과 달리 알랑(Alain)과 제라르(Gérard) 베르하이머(Wertheimer) 형제가 독자적으로 경영 유지하는 샤넬은 2022년 총매출액 160억 유로(172억 달러)를 기록하며 전년 대비 증가율 17%를 달성함. 같은 기간 수익성은 6% 개선되어 영업이익률 33.5%를 기록함
- 그룹매출의 50%를 창출하는 아시아 태평양 지역에서 2022년 14% 성장으로 활동 이익을 얻었으며, 미대륙에서 팬데믹 이후 9.5% 매출액을 신장함

7) 출처: 프랑스 패션기업, Hermès

https://assets-finance.hermes.com/s3fs-public/node/pdf_file/2023-10/1698077004/hermes_20231024_ca3t_fr.pdf

8) 출처: 프랑스 언론, Le Monde

https://www.lemonde.fr/economie/article/2023/05/25/les-ventes-de-chanel-franchissent-la-barre-des-16-milliards-d-euros-en-2022_6174824_3234.html#:~:text=de%20l'habillement-,Les%20ventes%20de%20Chanel%20franchissent%20la%20barre%20des%2016%20milliards,son%20si%C3%A8ge%20social%20%C3%A0%20Londres.

II. 프랑스 및 유럽 패션 시장 전망

순서

1. 패션·섬유산업 내 지속가능성 가속화

- 1) 지속 가능한 섬유산업과 순환 경제를 위한 정책

2. 패션의 지속가능성과 중고의류 시장

- 1) 중고의류 시장 현황
- 2) 중고의류 시장 형태 및 주요 유통망

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게

KOCCA

1 패션·섬유산업 내 지속가능성 가속화

>>>

1. 지속 가능한 섬유산업과 순환 경제를 위한 정책

✓ 유럽 그린딜(Green Deal European) 출범⁹⁾

- 2019 년 유럽 연합(EU) 경제의 지속가능성을 확보하기 위한 유럽 연합의 로드맵인 EU 그린 딜 소개
- 2030 년까지 탄소배출 55% 감량(1990 년 대비), 2050 년까지 탄소 배출 0% 목표
 - 2020 년 한 해 EU 1 인당 평균 섬유 소비는 토지 400 m², 물 9 m³, 원료 391kg 을 필요로 하며, 탄소 270kg 을 배출함
- 자원 이용과 분리된 경제성장
- 소외 시민과 소외지역 발생하지 않도록 지원

✓ 프랑스의 낭비방지법 제정¹⁰⁾

- 2020 년 2 월 10 일 마크롱 대통령과 국무총리, 재경부, 환경부, 국토부, 문화부 장관 각료들이 모여 제정한 순환 경제를 위한 낭비방지법 AGECE(Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire)을 발표함
- 총 40 페이지와 130 개 조항으로 이루어졌으며, 각 산업 분야별 5 개년 계획부터 2040 년

9) 출처: 주한유럽연합대표부, 프랑스 국무총리 산하 법무행정정보국 DILA

https://www.eeas.europa.eu/delegations/south-korea/%EC%9C%A0%EB%9F%BD%EA%B7%B8%EB%A6%B0%EB%94%9C_ko?s=179

<https://www.vie-publique.fr/eclairage/272297-pacte-vert-et-paquet-climat-lue-vise-la-neutralite-carbone-des-2050>

10) 프랑스 환경부, 프랑스 법률공시 웹사이트

<https://www.ecologie.gouv.fr/loi-anti-gaspillage-economie-circulaire>

<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000041553759>

중장기 목표 수립 및 실천 의무화 내용을 포함함

- 2022년 1월 1일부터 식품 외 제품의 재고 폐기 금지가 시행됨. AGEC 법령 시행 이전 매년 프랑스의 텍스타일 재고 폐기량은 1~2만 톤, 식품 외 전체 제품군의 재고 폐기액은 연간 6억 3,000만 유로로 추정함
- 2023년 1월 1일부터 제조업체는 투명한 제품 제조 이력 정보를 온라인에 게재 소비자에게 공개하도록 함. 특히, 다음과 같이 제품의 환경적 특성과 관련한 여러 정보를 명시해야 함
 - 재활용 재료의 비율과 재활용 가능성 유무
 - 귀금속 및 희토류의 존재 여부
 - 위험 물질의 존재 여부
 - 직물의 경우 다양한 제조 단계의 상세한 지리적 추적성 및 플라스틱 마이크로섬유의 존재 여부

2 패션의 지속가능성과 중고의류 시장

>>>

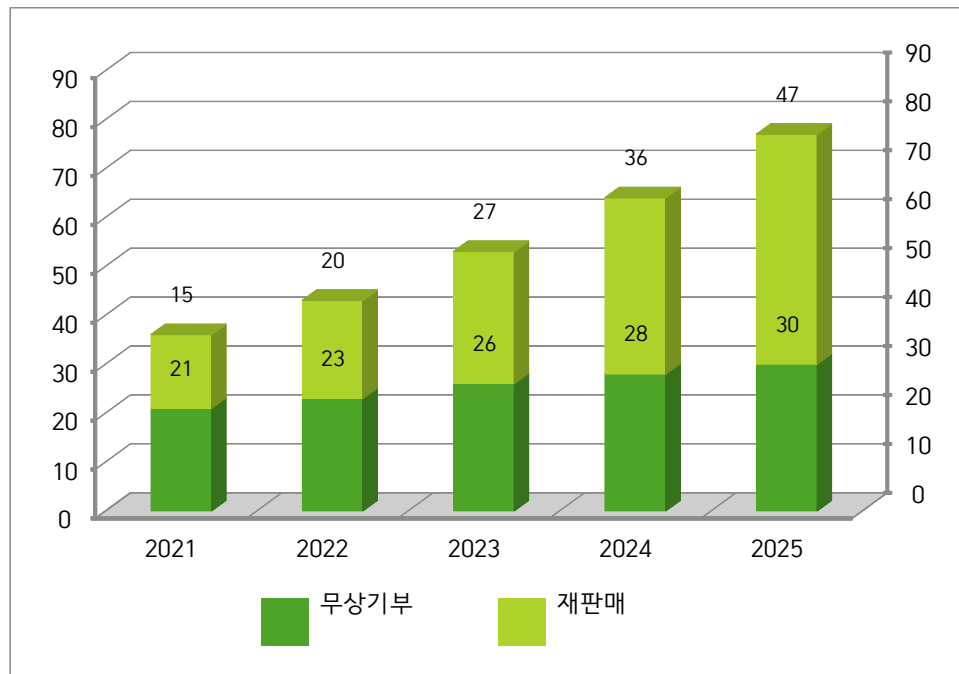
1. 중고의류 시장 현황

✓ 글로벌 및 유럽 중고시장 현황

- 미국 스레드업(ThredUP)¹¹⁾ 중고의류 유통업체가 영국 데이터 분석 기업 글로벌 데이터(GlobalData)에 의뢰한 조사에 따르면, 2021년 360억 달러에 달했던 글로벌 중고의류 시장의 규모가 2025년에는 770억 달러까지 증가할 것으로 전망됨. 특별히 무상기부나 수집이 아닌 중고의류 재판매 시장이 150억 달러에서 470억 달러로 3배 이상 증가할 것으로 추정되어 중고의류 시장의 급성장 여부가 기대됨
- 2000년 55만 톤을 수출하던 유럽의 중고 섬유 시장은 2019년 170만 톤으로 3배가량 성장함
- 2019년 유럽의 중고 섬유 수출량은 1인당 3.8kg으로, 유럽인 한 명이 연평균 15kg의 섬유를 소비한다고 가정했을 때 약 25%를 수출한다고 추정할 수 있음
- 2019년 유럽의 중고 섬유 46%가 아프리카로 수출됨. 유럽에서 들어온 값싼 의류와 섬유의 수요가 있어 아프리카로 수출되지만, 재사용되지 못한 중고 섬유의 대부분이 개방형 매립지나 비공식 폐기물로 버려지며 환경오염의 원인으로 작용하여 수출의 주 과제로 떠오름
- 2019년에는 유럽에서 수출된 중고 직물의 41%가 아시아로 수출됨. 이러한 직물 대부분은 분류 및 가공 전용 경제 구역으로 보내지며, 사용된 직물은 일반적으로 산업용 천 및 충전재로 다운사이클 과정을 거침. 혹은, 다른 아시아 국가에서 재활용하거나 아프리카에서 재사용하기 위해 재수출됨. 재활용이나 재수출할 수 없는 직물은 결국 매립지로 보내질 가능성이 높음

11) 미국 중고의류 판매 플랫폼, ThredUp

<https://www.thredup.com/resale/2021/#size-and-impact>



[그림 8] 2021년 중고시장 규모 및 성장 추정치, 출처: 스레드업

❖ 프랑스 중고의류 시장 규모¹²⁾

- 프랑스인의 73%가 2022년 한해 1번 이상의 중고 제품을 구매한 경험이 있음
- 마케팅 및 이노베이션 연구소 ENOV에 따르면 프랑스 전체 중고시장 규모는 2021년 70억 유로에 이르며, 이 중 48%가 의류에 해당함
- 중고의류 수요가 급증하는 이유는 다음과 같음
 - 가격 접근성이 좋은 경제적 이유
 - 명품 및 하이엔드 제품의 우수한 품질
 - 의류의 지속가능성을 높이하고자 하는 환경적 이유

2. 중고의류 시장 형태 및 주요 유통망

❖ C2C를 위한 온라인 전용(Pure Player) 마켓 플레이스

- 개인간 중고의류 판매 및 구매를 돕는 플랫폼으로 아마존(Amazon), 빈티드(Vinted), 르봉쿠앙(Le Bon Coin), 라쿠텐(Rakuten) 등이 있음

12) 마케팅 및 이노베이션 연구소 ENOV, 프랑스 투자은행 Bpifrance

<https://enov.fr/blog/actus/marche-de-la-seconde-main-2023>

<https://bigmedia.bpifrance.fr/infographies/5-chiffres-a-connaître-sur-le-marche-de-la-seconde-main>

기업명	홈페이지	취급품목
	https://www.amazon.fr/	의류 및 전 제품군
	https://www.vinted.fr/	의류전문, 데코, 여가활동(서적, 음반, 게임 등), 애완동물 용품
	https://www.leboncoin.fr/	부동산, 자동차, 바캉스, 구직, 패션, 데코 및 정원곤질, 유아동용품, 가전, DIY 등
	https://fr.shopping.rakuten.com/	책, CD, DVD, Blue-ray, 게임기, 핸드폰, 태블릿, 컴퓨터, TV, 가전, 데코, 정원, 스포츠, 패션, 화장품, 유아동용품, 자동차

✔ 온라인 홈쇼핑

- 잘란도(Zalando)와 라르두트(La Redoute)는 홈쇼핑 기업으로 시작해 자사 사이트에서 중고의류 판매 서비스를 제공함. 유아동 전용 홈쇼핑 기업 베르보데(Vertbaudet)도 중고의류 사이트 런칭에 합류함

기업명	소개
	• 잘란도는 2008년 베를린에서 창설된 온라인 홈쇼핑 플랫폼으로, 2022년 매출액 103억 4,000만 유로를 기록한 글로벌 공룡기업임. 2020년 중고의류 판매 시장에 뛰어듦 • 홈페이지: https://www.zalando.fr/mode-seconde-main-femme/
	• 라르두트는 1837년 모직 섬유 방적공장으로 시작했으며, 1990년대 인터넷 확산 이전 카탈로그 송부를 통한 원거리(VAD) 판매 1순위 기업에 오름. 2017년 이후 갤러리 라파예트 백화점 그룹 소속(100%)사로 그룹 내 인터넷 홈쇼핑으로 성장함 • 2021년 중고의류 C2C 마켓 플레이스 플랫폼 라 르부클(La Reboucle)을 런칭하며 2023년 12월부터 C2B2C 새로운 모델로 재단장함. 제품 품질 보장 및 기존 협력업체 사이트로 링크되던 것을 라 르두트 사이트 내 자체 제작함으로써 원활한 접속 서비스를 제공함 • 홈페이지: https://www.laredoute.fr/pplp/cat-300731.aspx
	• 베르보데는 2023년 창립 60주년을 맞아 유아동 제품 전문 온라인 홈쇼핑으로, 중고의류 판매 플랫폼 (Re)Vertbaudet를 런칭함. 2022년 매출총액 3억 4,500만 유로를 달성함 • 홈페이지: https://www.re.vertbaudet.fr/

☑ 주요 백화점들의 리셀 및 중고명품 중심의 하이엔드 중고 시장 공략

- 2021년 9월 갤러리 라파예트(Galleries Lafayette) 그룹의 리스토어([RE]Store) 공간 개설에 이어 프랭탕(Printemps)이 동기간에 Second Printemps 오픈
- BHV와 봉마크셰(Le Bon Marché)의 경우 각각 하이엔드 프레타 포르테 중고명품 위탁판매업체 파라디금(Paradigme)과 리세일 명품 판매위탁업체 베스티르 콜렉티브(Vestiaire Collective), 콜렉터 스퀘어(Collector Square), 중고의류 판매 플랫폼 앙파르페트(Imparfaite) 등과 협업함



[그림 9] 갤러리 라파예트 백화점 리스토어 코너, 출처: 갤러리 라파예트

기업명	프로젝트명	소개
	[RE]Store	• 2018년 지속 가능한 400여 브랜드(의류, 화장품, 데코 및 식품)를 소개하는 Go For Good 프로젝트에 이어 라파예트 그룹이 파리 오페라 지점 3층 공간을 리스토어 중고의류 판매 코너(500m²)로 지정 • 홈페이지: https://hausmann.gallerieslafayette.com/espace-re-store/
	Second Printemps	• 2021년 9월 프랭탕 백화점 7층에 중고 및 빈티지 판매 공간(650m²)인 세컨 프랭탕(Second Printemps) 개설 • 베스티에르 콜렉티브(Vestiaire Collective)의 전(前) 경영진이자 현재 몽 빈티지(Mon Vintage)의 대표인 마리 블랑셰(Marie Blanchet) 진품 고증팀과의 협업으로 동 프로젝트 진행 • 홈페이지: https://www.printemps.com/fr/fr/second-printemps

기업명	프로젝트명	소개
LE BHV / MARAIS	BHV x Paradigme	2023년 1월과 7월 2차례 파라디금과 협업하여 BHV에 입점한 50여 여성복 브랜드 의상(5년 이내 컬렉션)을 고객들로부터 수거하고 그 대가로 BHV 기프트 카드 제공하여 중고의류 판매 시작 - 홈페이지: https://paradigme.fr/collections/bhv-marais
	Vestiaire Collective/ Collector Square/ B.I.E.N.(IMPA RFAITE)	2023년 1월부터 2월까지 베스티에르 콜렉티브와 시계, 주얼리, 가방 및 예술품 전문 리세일 명품 위탁판매업체인 콜렉터 스퀘어의 협업으로 이루어짐. 2021년 5월 봉막쉴에 입점한 앙파르페트와의 협업으로 B.I.E.N. 프로젝트를 진행함 - 베스티에르 콜렉티브 홈페이지 https://www.lebonmarche.com/fr/lbm_gazette-vestiaire-collective-bon-marche.html - B.I.E.N 홈페이지 https://www.lebonmarche.com/fr/lbm_gazette-seconde-main.html

✔ 중고명품 전문 위탁판매점(Dépôt Vente)

기업명	소개
Vestiaire Collective	2009년 창설되었으며, 명품 브랜드 6,000 개를 보유하고 전 세계 80여 국에 매주 제품 6,500 개를 송부하는 글로벌 중고 명품 판매업체임 - 품질 검증 전문가 50명과 진품 검증 전문가 90명이 연간 4만 건에 이르는 명품을 검수하며, 2019년 이후 총 1,150만 건을 진행함 - 홈페이지: https://fr.vestiairecollective.com/
Collector Square	- 아트큐리알(Artcurial) 그룹 CEO 니콜라 오희로브스키(Nicolas Orlovski)와 로익 보쉴(Loïc Bocher)가 창시함 - 유럽 내 리세일 명품 중 시계, 주얼리, 가방, 아트 컬렉션 분야에서 이름을 굳힌 명품 전문 위탁판매점으로 프랑스 군수용 비행기 제작사인 다소(Dassault) 그룹을 대주주로 두고 있음 - 홈페이지: https://www.collectorsquare.com/
MONOGRAM	2015년 비버리 소네고(Beverly Sonogo)가 설립했으며, 파리 16구에 콘셉트 스토어를 둠 - 피지털(phygital) 대면 고객서비스를 통해 단순 C2C 위탁판매점에서 벗어나 새로운 비즈니스 모델을 구축함. 2년 전 사명을 바이룩스(ByLuxe)에서 모노그램 파리로 변경 새신하고 글로벌화 진행 - 홈페이지: https://www.monogramparis.com/

✓ 하이엔드 마켓 플레이스 빈티지 숍

- 프리프리(Friperie)와 킬로샵(Kilo shop)이 기부나 저가의 의류를 공급받아 판매하는 구조라면, 하이엔드 빈티지 숍은 5년이 지나지 않은 컬렉션의 고급 제품들을 선정 판매함. 대표적으로 BHV와 콜라보한 파라디금, 봉막쉐에 입점한 앙파르페트와 갤러리 라파예트 리스토어 코너 및 프랭탕의 세컨 프랭탕이 있음

기업명	소개
paradigme	• 파비앙 & 뱅상 위쎬(Fabien & Vincent HUCHÉ) 형제가 2021년 설립한 프랑스 B2C 중고의류 마켓 플레이스 • 명품보다는 가격 접근성이 좋은 하이엔드 프레타 포르테 브랜드를 협력사로 둬. 일레로 앵솔루트 캐시미어(Absolut Cashmere), BHV 마레(BHV Marais), 이네스 드 라 프레상쥬(Ines de la Fressange) 등이 있음 • 빈티지 의류를 수거하는 대가로 파라디금 홈쇼핑에서 사용할 수 있는 바우처 제공. 협력 브랜드 중고의류를 제공하는 경우 자사 바우처나 협력 브랜드에서 새 옷을 구매할 수 있는 바우처로 돌려줌 • 프랑스 B2C 중고의류 시장의 50% 이상을 차지하는 빈티지와 달리 고품질 및 하이엔드 브랜드를 겨냥함 • 홈페이지: https://paradigme.fr/
Imparfaite.	• 2017년 아리안 드 베샤드(Ariane de Béchade)와 까미 가비(Camille Gabbi)가 설립한 명품 및 하이엔드 빈티지 마켓 플레이스 • 디지털화의 가속화로 현재 1,300여 협력 브랜드를 두고 있으며, 2021년 5월 19일 봉막쉐에 입점함 • 홈페이지: https://www.imparfaite.com/

✓ SPA 브랜드 및 기존 어패럴 브랜드들의 중고의류 플랫폼 런칭

- 환경오염의 주범이라 질타를 받는 패스트 패션의 주역인 SPA 브랜드부터 인지도가 높은 프레타포르테 어패럴 브랜드까지 다수의 기업이 중고의류 플랫폼을 개발하며 기업 이미지 쇄신 및 유럽 연합이 규정한 2050 탈탄소 정책에 다가서고자 노력함
- 자라(ZARA)의 프리-오운(Pre-owned)¹³⁾, 에람(Eram)의 클라켓 마켓(Claquettes Market)¹⁴⁾, 뽀띠 바또(Petit Bateau)¹⁵⁾의 상제드망(ChangerDeMain) 팝업스토어 및 홈페이지 내 세컨 핸드(Seconde Main)코너 등이 그 예임

13) 출처: 프랑스 언론, BFM TV

https://www.bfmtv.com/economie/consommation/zara-comment-fonctionne-le-site-de-seconde-main-pre-owned-de-la-marque-espagnole_AV-202309070512.html

14) 출처: 프랑스 경제 전문 언론, Les Echos

<https://www.lesechos.fr/pme-regions/pays-de-la-loire/avec-claquettes-market-eram-veut-se-faire-une-place-sur-le-marche-de-la-seconde-main-1973697>

15) 출처: 프랑스 패션 전문 언론, Fashion Network

https://fr.fashionnetwork.com/news/Petit-bateau-renforce-son-offre-seconde-main-et-la-deploie-en-europe_1496600.html

Devenir membre

Notre box a été pensée pour vous offrir la liberté de vous affirmer chaque jour avec de beaux vêtements.
Parce que chaque moment est précieux, notre dressing vous accompagne au gré de vos besoins et de vos envies.
Il évolue en permanence. Comme vous.

Offre découverte ! Essayez la box Elite pendant 3 mois.
Choisissez 4 pièces/mois à louer parmi une collection de plus de 9 000 pièces pour **99€ par mois au lieu de 109€** avec le code ELITE3MOIS.
Pour en bénéficier, ajoutez la box Elite 3 mois à votre panier et entrez le code promo ELITE3MOIS.

Most Loved

Box Elite

Box de 4 produits / mois

- ✓ Accès à la totalité de la collection
- ✓ 1 box par mois
- ✓ Livraison et pressing offerts
- ✓ Retours et échange offerts

1 mois
3 mois
6 mois
1 an

89 € / mois

DEVENIR MEMBRE ELITE

Box Elite 3 mois à 99€ avec le code ELITE3MOIS

Best Value

Box Infinite

Jusqu'à 16 produits / mois

- ✓ Accès à la totalité de la collection
- ✓ Jusqu'à 4 boxes mensuelles
- ✓ Livraison, pressing offerts
- ✓ retours et échange offerts
- ✓ Service stylisme personnalisé

1 mois
3 mois
6 mois
1 an

139 € / mois

DEVENIR MEMBRE INFINITE

Box Access

Box de 3 produits / mois

- ✓ Accès à la collection standard de plus de 500 pièces
- ✓ Sans engagement
- ✓ Livraison et pressing offerts

Sans engagement

69 € / mois

DEVENIR MEMBRE ACCESS

[그림 10] 원 로브 앤 수아(One Robe Un Soir)의 멤버십 의상대여 혜택 서비스, 출처: 원 로브 앤 수아

✔ 의류 대여시스템의 급성장

- 마켓 데이터 포케스트(Market Data Forecast)에 따르면, 2026년 글로벌 의류 대여 시장규모는 2023년 대비 2배 증가한 20억 달러에 이를 것이라 예상됨¹⁶⁾
- 결혼을 비롯한 특정 행사일에 한정하여 의류를 대여하던 틈새시장에서 일상생활에 의류를 대여할 수 있는 중장기 가입형 시스템으로 확장됨. 월정 가입액에 따라 월 2벌에서 무한정까지 다양한 대여 서비스가 존재함

16) 출처: 프랑스 소프트웨어 개발 기업, Cegid

<https://www.cegid.com/fr/blog/tendances-retail-2023/#:~:text=Seconde%20main%2C%20RSE%2C%20location%20%3A,plus%20qu'aujourd'hui.>

기업명	소개
UNE ROBE • UN SOIR PARIS	• 원 로브 앤 수아는 2017 년 중고의류 시장 붐이 불며 대표 나이마 까르디(Naïma Cardi)가 설립한 의류 대여 플랫폼임. 파티, 결혼 등 이벤트성 이브닝 드레스 대여로 시작해서 2020 년부터 일상복 대여 월정액 시스템 개시 • 현재는 월 3 벌에 69 유로, 4 벌에 89 유로, 16 벌에 139 유로에 해당하는 서비스를 제공함 • 홈페이지: https://1robepour1soir.com/fr_FR/
closet	• 클로젯은 2014 년 랄프 만쥬르(Ralph Mansour)와 쾅땅 아이요(Quentin Hayot)가 설립한 월정 가입형 의류 대여 서비스임 • 기본 매달 59.99 유로이며, 가입 시 4 벌 배달 및 세탁관리 서비스 제공 • 홈페이지: https://www.lecloset.fr/
STUDIO PAILLETTE	• 스튜디오 빠이예뜨(Studio Paillette)는 2020 년 레아 제르마노(Léa Germano)가 패션인큐베이터 라 까제른(La Caserne)에서 설립한 플랫폼으로, 디자이너 브랜드의 철 지난 컬렉션 의상 및 재고를 대여함 • 대여 서비스를 통해 구매하기에는 부담감이 있을 기발하고 창의적인 의상을 시도해 볼 수 있음. 각각의 제품에 월 대여료가 기재되어 있으며, 가입 후 제품을 선택해 대여 주문 가능함 • 홈페이지: https://www.studio-paillette.com/

✓ 프랑스 패션 시장 전망¹⁷⁾

- 2022 년 럭셔리 명품시장 규모는 2,430 억 달러로, 아일랜드 시장조사업체 리서치 앤 마켓(Research and Markets)에 따르면 2030 년까지 매년 5.4% 성장을 이루며, 2030 년에는 3,700 억 달러를 기록할 것으로 보임
- 반면, 팬데믹에 가중된 유럽의 전쟁 상황, 경기침체의 악영향으로 까마이유(Camaïeu), 라 알(La Halle) 등 프랑스 중저가 SPA 브랜드들의 파산¹⁸⁾ 및 매각과 함께 패션계의 양극화 현상 가속화됨
- 온라인 판매는 팬데믹 기간인 2020 년 하반기 35% 증가라는 급격한 상승세를 이뤘지만, 2022 년 하반기에는 5.4% 감소하며 팬데믹 기간 둔화되었다는 결론을 도출할 수 있음. 그러나, 지속적인 디지털 서비스 투자, 옴니채널 및 온·오프라인의 합리적인 조화를 이룬 피지털 시스템 구축, 고객체험을 중시하는 대면 오프라인

17) 출처: 프랑스 패션 매거진 Journal du Luxe, 프랑스 패션 전문 언론 Fashion Network

<https://www.journalduluxe.fr/fr/business/marche-luxe-370-milliards-dollars-2030>
<https://fr.fashionnetwork.com/news/E-commerce-vers-les-16-5-de-parts-de-marche-de-la-mode-en-2023-,1557281.html#:~:text=Une%20partie%20des%20acteurs%20du,%C3%A0%20celui%20connu%20avant%20crise.>

18) 출처: 프랑스 패션 전문 언론, Fashion Network

<https://fr.fashionnetwork.com/news/Encore-chahute-en-2022-le-secteur-de-la-distribution-mode-en-france-se-recompose,1471743.html>

매장과 온라인 매장 간 원활한 운영 등이 이루어짐

- 중고의류가 MZ 세대의 소비 트렌드로 거듭남에 따라, SPA 브랜드부터 중고품 거래 플랫폼까지 다양한 유통업체가 등장하여 중고의류 업계의 판매 증가는 물론, 의류대여업의 신생 및 확산이 전망됨

부록 기업 정보 요약



Vinted

기업명 빈티드(Vinted)

대표자명 토마스 플란텡가(Thomas Plantenga)

설립일 2008년

주요사업 C2C 중고 거래

주소 53 Av. Hoche, 75008 Paris

키맨정보

토마스 플란텡가

연락문의

+33 (0)7 55 02 57 65
legal@vinted.fr

홈페이지

www.vinted.fr

Vestiaire Collective

기업명 베스티에르 콜렉티브
(Vestiaire Collective)

대표자명 맥스 비트너(Max Bittner)

설립일 2009년

주요사업 글로벌 리세일 및 중고 명품 판매

주소 53 Rue de Châteaudun, 75009 Paris

키맨정보

맥스 비트너

연락문의

consignment@vestiairecollective.com

홈페이지

fr.vestiairecollective.com

paradigme

기업명	파라디금(Paradigme)
대표자명	파비앙&뱅상 위쉴레(Fabien & Vincent HUCHÉ)
설립일	2021
주요사업	B2C 중고의류판매
주소	111 rue de Crimée, 75019 PARIS

키맨정보

파비앙&뱅상 위쉴레

연락문의

contact@paradigme.fr

홈페이지

<https://paradigme.fr>

closet

기업명	클로젯(Closet)
대표자명	랄프 만쥬르 (Ralph Mansour)
설립일	2014
주요사업	의상대여
주소	279 rue de l'Innovation, 77550 Moissy-Cramayel

키맨정보

랄프 만쥬르

연락문의

contact@lecloset.fr

홈페이지

www.lecloset.fr

유럽 비즈니스센터 담당자 연락처

유성훈 센터장	+33-01-42-93-02-84	yoosunghoon@kocca.kr
이해인 주임	+33-01-42-68-00-37	haeinlee@kocca.kr
서현아 주임	+33-01-42-93-02-83	hyunahseo@kocca.kr

유럽 콘텐츠 산업동향

프랑스 패션 시장 동향 및 전망 보고서

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	유성훈 (유럽비즈니스센터 센터장)
집필자	황진영
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2023년 11월 29일
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”