산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY	보도자료	희망의 새시대 http//www.motie.go.kr
2013년 8월 7일(수) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.		
문의 : 김일호 섬유세라믹과장(02-2110-5651), 전우표 사무관(02-2110-5652)		

K-FASHION, 세계 패션의 심장으로 힘차게 나아가다

- 유망 의류 브랜드, 뉴욕 수주전시회(INTERMEZZO)에서 기존과 차별된 특별 마케팅 및 홍보 추진 -

□ 산업통상자원부(장관 윤상직) 지원으로 유망 중소·중견 패션브랜드들이 미국 뉴욕에서 3일간(8.4~6일) 개최된 패션 전문 수주전시회인 INTERMEZZO에 참가하여, 기존과 차별되는 강력한 마케팅을 전개하였음

○ 이 행사는 유망 브랜드의 미국 시장 진출과 세계 신흥시장 진출을 위한 글로벌 홍보 등을 목적으로 추진되었으며, 사전 기자간담회(8.1일 뉴욕 현지)를 통하여 취지를 충분히 설명한 바 있음

□ 본 행사는 우리나라 패션브랜드의 글로벌화를 위해 '09년 시작된 지원사업의 일환으로 추진되어,

○ 그간 축적한 내부역량을 바탕으로 본격적인 해외시장 진출과 현지화에 역량을 집중하는데 의미가 있음

□ 또한 기존의 소극적인 해외 전시회 참가와는 달리, 다양한 분야와의 협력과 융합을 통하여 효과 극대화를 추구하였음

○ 우선 이번 행사 주간사이면서 세계적 trade show 전문기획사인 ENK와 협력하여 주요 위치 확보와 홍보지원을 받았을 뿐만 아니라,

- '악마는 프라다를 입는다' 등 유명 영화·드라마의 스타일리스트로 세계 패션계의 영향력이 높은 패트리샤 필드가 바이어 유치, 브랜드 소개 및 특별 마케팅 행사 등을 진행하였음

○ 또한, K-pop 등 글로벌 문화 아이콘으로 커가는 한류와의 융합 마케팅과 더불어,

- 버커루, 유지아이지, 제시뉴욕, 컬쳐콜 등 참가 의류 브랜드와 잘 어울리는 신발 브랜드가 함께 참가하여, 패션 제품간 융합도 시도하는 등 현지에서 한국 패션의 강한 인상을 심어주었음

□ 이번 행사는 참가 브랜드에 글로벌 시장에 빠르게 인식되고 성장할 수 있는 기회를 제공하였으며, 또한 다른 업종에서 벤치마킹 할만한 이정표를 남겼음

□ 산업통상자원부는 향후에도 우리 패션업계가 국내에 머물지 않고 글로벌 시장에서 빠른 시장진입과 현지화를 통해 글로벌 브랜드의 기반을 마련할 수 있도록, 유망 브랜드를 적극 발굴하여 지원할 계획임

참고1 행사 내용

○ 행사개요

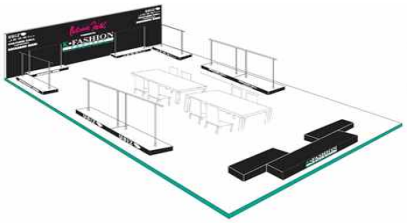
- 일시 : 2013. 8.4(일) ~ 8.6(화)
- 장소 : 뉴욕, Jacob Javits Center
- 행사명 : K-FASHION Project in INTERMEZZO with ENK
- 참가 의류 브랜드 : 버커루, 유지아이지, 제시뉴욕, 컬처콜

○ 행사특징

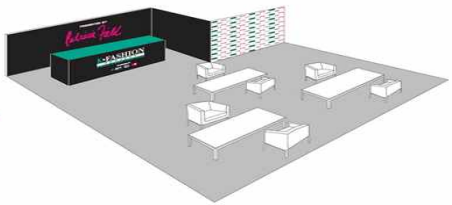
- 미국 시장 진출 유망 브랜드 수주 전시 상담회 참가
- 전시 기간 중 특별 이슈 마케팅 진행
- 미니바 통한 한국 퓨전 음식 제공, 한국의 라이프 스타일 홍보
- 브랜드 제품 활용 패션쇼 프레젠테이션

○ 세부일정

날짜	세부 내용
8/4-6	- K-Fashion Project 수주 상담회 운영
8/5 15:00 - 17:00	- 스페셜 프레젠테이션 (패트리샤 필드 스타일링) : 현지 바이어 및 프레스 초청



부스 도면



라운지 도면

참고2 인터메조(INTERMEZZO) 개요

□ 전시회 개요

○ 일 시 : 2013.8.4.(일)~8.6(화), Trade Show (바이어, 프레스에 오픈)
* 개최주기 : 연 3회 (1월/ 5월/ 8월)

○ 장 소 : 뉴욕 자빗츠 센터 (The Jacob Javits Center)

○ 전시분야 : 여성복, 진, 캐주얼 등

○ 주최사 : ENK International

○ 참가규모 : 550 여개사

○ 가격대 : 중고가의 컨템퍼러리, 디자이너, 내셔널 브랜드
(Better, Bridge, Contemporary, Designer)

○ 방문규모 : 8,000 여명

□ 전시회 특징

○ 전문 트레이드 쇼로 구성되는 인터메조는 각국의 떠오르는 브랜드들과 미국, 유럽 중심으로 전세계 바이어를 연결하는 행사

○ 여성복, 진, 캐주얼 상품의 시즌 러닝 판매를 위한 전시로 6주이내 배송을 전제로 하며, 국내 내셔널 브랜드의 시즌 러닝 상품을 활용한 해외 진출 테스트에 적합한 전시회

○ 글로벌 잡화 전시회인 Accessories Circut과 함께 열리며, 기존 유명 브랜드와 함께 새로운 브랜드를 서로 잇는 구심점 역할





참고3 참가 패션브랜드 기업 개요

브랜드명	기업명	개요
버커루	**엠케이트렌드**	• 진/캐주얼, '04년 런칭 • 12년 국내외 매출액 : 약 3,000억원 • 국내외 직원 : 408명 • 매장 : 국내 134개, 해외 3개 • 5~60년대 오리지널 레트로 감성 • 타겟층 : 10~30대 남녀
유지아이지	**더휴컴퍼니**	• 영캐주얼, '98년 런칭 • 12년 국내외 매출액 : 약 2,000억원 • 국내외 직원 : 272명 • 매장 : 국내 111개, 중국 184개 • 자유로운 믹스매치 통한 자연스러운 멋 • 타겟층 : 10대후반 ~ 20대 남녀
제시뉴욕	**제시앤코**	• 여성복, '98년 런칭 • 12년 국내외 매출액 : 약 500억원 • 국내외 직원 : 270명 • 매장 : 국내 115개, 중국 35개 • 소비자 트렌드 반영한 합리적인 가격 • 타겟층 : 20~40대 여성
컬쳐콜	**위비스**	• 여성캐주얼 • 12년 국내외 매출액 : 약 1,500억원 • 국내외 직원 : 262명 • 매장 : 국내 40개, 해외 20개 • 고객별 라이프스타일 맞춤형 브랜드 • 타겟층 : 20~30대 여성

※ 신발은 초경량으로 착화감이 우수하고 참가 의류 브랜드와 잘 어울리는 에스지상사의 '엑토스 스킨슈즈' 브랜드 참가