

밀레코리아 '명품가전' 이미지 굳힌다

“명품은 불황을 타지 않는다. 2009년에는 명품 가전의 이미지를 더욱 확고히 하겠다.”

밀레코리아(대표 안규문)가 극심한 경기 침체에도 2009년 사업 계획을 ‘명품 가전 이미지 제고’로 정하고, 소비자 대상 빌트인 영업을 강화하겠다고 10일 밝혔다.

밀레코리아는 최근 전기오븐과 콤비오븐, 커피메이커, 푸드 워머 등 총 열 개의 신제품 빌트인 주방가전 ‘밀레 제너레이션 5000시리즈’를 출시했다.

내년에는 국내에 소개되지 않았던 일산화탄소 등 환경오염물질이 전혀 배출되지 않는 친환경 주방조리기구, 고어텍스 등 기능성 의류 세탁이 가능한 세탁기도 추가로 출시할 예정이다.

밀레코리아는 지난해 일부 백화점에 밀레 단독 매장을 개설고, 볼박이 형태의 밀레 빌트인 제품 전시공간을 별도로 마련하는 등 소비자 대상 빌트인 영업에 힘을 쏟아 왔다.

안규문 밀레코리아 대표는 “올 한해 경기 침체에도, 매출이 전년 동기 대비 약 36% 이상 상승할 것으로 내다본다”며 “일반 소비자가 빌트인 제품을 구매하는 트렌드를 읽어 적절히 대응한 것이 유효했다”고 밝혔다.

유통 및 서비스 인프라 확대에도 나선다. 밀레코리아는 지난 2005년 70개였던 백화점 매장 및 대리점 수가 올해 87개로 늘어났다.

안규문 대표는 “국산 브랜드에 비해 적은 판매매장의 수를 수도권 및 지방에까지 크게 늘려 고객 접점을 확보하겠다”고 밝혔다.

또한 프로페셔널 제품군을 강화해 병원, 호텔 및 요트산업 등 틈새시장도 적극 공략할 계획이다. 최근 밀레코리아는 수술용 도구와 실험기구 등을 세척하는 대형살균세척기를 비롯한 의료기기 12대를 가톨릭대 서울성모병원에 공급하는 계약을 체결한 바 있다.