

# 독일 가전 `밀레` 틈새시장 뚫겠다

심화영 기자 dorothy@dt.co.kr | 입력: 2008-12-10 19:46

독일 가전 밀레가 한국시장에서 삼성과 LG가 개척하지 않은 틈새시장 공략에 나선다.

밀레코리아 안규문(59) 사장은 지난 9일 오후 서울 역삼동 밀레코리아 본사에서 기자간담회를 갖고, 국내 병원이나 제약회사, 실험실, 호텔 등에 전문제품을 납품해 틈새시장을 적극 공략할 것이라고 밝혔다.

밀레 전문제품은 병원에 납품하는 `대형살균세척기`를 비롯해 최대 32kg까지 세탁이 가능한 `상업용 세탁기`, 최단세척프로그램을 이용할 경우 1분만에 세척이 이뤄지는 `상업용 식기세척기` 등이다. 가정용 세탁기는 총 세탁시간이 평균 150분이 걸리는 데 반해 밀레의 상업용 세탁기는 47분이 걸린다.



이와 관련, 최근 밀레코리아는 수술용 도구와 실험기구 등을 세척하는 대형살균세척기 8대를 비롯한 의료기기 12대를 내년 4월 개원하는 가톨릭대 서울성모병원에 공급하는 계약을 체결했다.

또 2012년부터 요트 수요가 늘어날 것으로 전망하고, 해상을 떠다니는 선박용 빌트인 영업을 본격적으로 진행할 예정이라고 덧붙였다. 국내에서 제조하는 화물선이나 여객선, 석유 시추선 등 대형선박을 대상으로 대용량 전문제품을, 고급 요트 대상으로는 오븐이나 쿡타프, 냉동고, 식기세척기 등 주방가전 제품을 공급할 계획이다.

이밖에 밀레코리아는 지난해 이후 개인이 직접 빌트인 제품을 구매하는 사례가 늘고 있는 소비트렌드에 주목, 대리점과 백화점에 빌트인 제품을 적극적으로 설치하고 있다. 빌트인 제품 판매 비중이 높을수록 건설경기에 따라 매출이 널뛰기를 할 수밖에 없는 만큼, 소비자가 직접 선택하는 빌트인 제품에 대한 영업도 강화하는 추세다. 이에 2005년 70개였던 백화점 매장 및 대리점 수도 올해 87개로 늘어났다.

하지만 밀레코리아는 할인점과 양판점에 입점하지 않고, 백화점 판매 강화를 통해 명품가전 입지 굳힌다는 전략이다. 안규문 사장은 "불황일수록 소비자는 확실한 제품을 구매한다"면서 "내

년에도 프리미엄시장은 안정적인 것으로 전망되며, 2009년은 밀레가 국내에서 매출이나 인지도 면에서 재도약할 수 있는 기회가 될 것"이라고 말했다.

한편 이날 밀레는 전기오븐과 콤비오븐, 커피메이커, 푸드 워머 등 4종 총 10개 모델의 빌트인 주방가전 `밀레 제너레이션 5000시리즈'를 출시했다.

올해 밀레코리아는 작년대비 약 36%이상 상승한 180억원 매출을 달성할 것으로 내다보고 있다. 전 세계적인 경기불황 전망에 따라, 2009년에는 올해 대비 매출이 6.7%상승하는 것으로 목표치를 보수적으로 잡고 있다.

심화영기자 dorothy@