

TEXTILE & FASHION TREND ISSUE



TEXTILE BASF와 협력해 루파미드 소재 활용 '자라', 재활용 섬유 폐기물로 만든 재킷 개발⁽¹⁾

글로벌 화학기업 바스프(BASF)가 100% 섬유 폐기물로 만든 순환소재 루파미드®(loopamid®)를 개발하고 '자라'와 협력한 제품을 출시했다. BASF는 산업 및 소비자 사용 후 발생한 100% 섬유 폐기물을 화학적으로 재활용한 폴리아미드6(PA6) 소재 루파미드®를 개발했다. 이 소재는 폴리아미드를 해중합 기술을 활용해 모노머로 분해하고, 정제 및 중합 후 새로 합성된 폴리머를 용융 및 압출해 장섬유로 재생해 순환성을

갖춘 소재다. BASF측은 "루파미드® 개발은 패션 산업의 순환성을 향한 중요한 결과로 PA6 시장을 더 나은 방향으로 혁신할 수 있는 잠재력을 가지고 있다"라고 강조했다. 더불어 상업적인 물량을 제공하기 본격적인 기술 확장 과정에 있다고 밝혔다. 또한 이를 증명하기 위해 인디텍스사와 함께 '자라' 캡슐 재킷을 개발, 순환성이 가능하다는 것을 보여줬다. '자라(ZARA)' 루파미드® 재킷은 원

단, 단추, 충전제, 후크, 루프, 지퍼 등 모든 부품을 100% 루파미드® 소재로 만들어 재활용이 가능하도록 설계됐다. 한편 이번 '자라' 루파미드® 재킷 프로젝트를 위해 모다르(ModaRe)가 버려진 직물을 분류해 공급했고, 라디시그룹(Radicigroup)은 루파미드® 폴리머를 다양한 원사로 변형시켜 쥘고, YKK, 벨크로(Velcro)가 지퍼, 스냅 버튼, 후크, 루프 패스너용 플라스틱 부품을 만드는 등 전문 업체와의 협력이 이뤄졌다.

TEXTILE 올해 새롭게 달라진 OEKO-TEX® 규정 아시나요?⁽²⁾

OEKO-TEX® PFAS, SteP 표준, 레더 스탠다드 등 추가

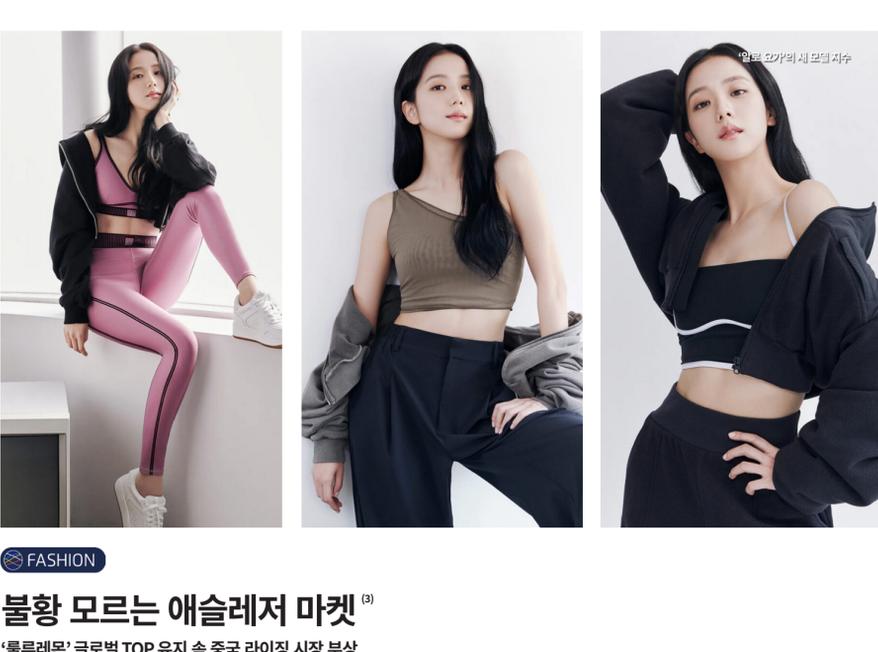


오코텍스가 2024년 새로운 규정을 발표했다

세계적인 국제 인증 마크인 오코텍스(OEKO-TEX®)가 올해 새롭게 변화하는 규정을 공개했다. 섬유 유해 물질 테스트를 하는 글로벌 스탠다드 중 하나인 OEKO-TEX®은 올해 과불화합물, 미세 플라스틱, GMOs 및 SHVC에 부합하기 위한 새로운 기준을 추가했다. 대표적으로 새로운 오코텍스® SteP 기준은 제조 과정에서 미세 플라스틱 방출을 경감하고 방지하기 위해 마련됐다. 미세 플라스틱 오염은 수

생 생태계, 해양 생물 및 인간 건강을 위협하는 가장 위험한 존재자 팀에 따라 이를 최소화한다는 것이 목표다. 이를 위해 올해부터 오코텍스® SteP 인증된 기업은 ZDHC(유해 화학 물질 제조 배출 프로그램)과 협업을 통해 신규 할인 혜택을 받을 수 있다. 또 가죽 재료의 추적 가능성을 강조하고 재료에 대한 원산지 증명을 요구하는 오코텍스® 레더 스탠다드(OEKO-TEX® Leather Standard)도 마련됐으며, 유기농 면 인장 및 라벨링을 위한 오

코텍스® 오가닉 코튼(OEKO-TEX® Organic Cotton)도 추가됐다. 이번 오코텍스 신규 규정에 대한 발표는 오는 4월 1일부터 효력이 발생한다. 이미 지난 1월 1일부터 시행되어 적용되고 있는 PFAS 기준 적용은 총 불소 함량에 대한 새로운 한계값을 규정하고 있다. 한편, 오코텍스 협회는 새로운 과학적 발견과 법률적 개발을 기반으로 시험 기준, 한계값 및 지침에 대해 매년 변경 사항을 공개하고 있다.



한복 장의 새로운 지수

FASHION 불황 모르는 애슬레저 마켓⁽³⁾

'롤루레몬' 글로벌 TOP 유지 속 중국 라이징 시장 부상

올해 세계적으로 소비 경기가 둔화된 가운데 글로벌 애슬레저 마켓은 여전히 불황을 모른 채 상승 분위기를 유지하고 있다. 애슬레저 글로벌 1위 브랜드 '롤루레몬'이 지난해 약 95억 달러(한화 12조 7,000억 원)의 매출을 기록하며 시장을 리드하고 있고 후발주자들도 활발한 마케팅을 펼치고 있다. '롤루레몬'은 올해 남성 라인 강화 기조를 유지하며 디자인력 강화에 승부를 띄웠다. 지난 2014년부터 서서히 남성 전용 매장을 확대해

온 '롤루레몬'은 지난 연초 베이징에 남성 전용 플래그십스토어를 오픈했다. 현재 '롤루레몬' 매출의 37%를 남성 라인이 차지하고 있고, 이 비중을 늘린다는 계획이다. 또 최근 새로운 글로벌 CD로 '리바이스' 디자인 선임 부사장 출신인 조나단 청(Jonathan Cheung)을 선임했다. 미국 LA에서 시작한 '알로 요가(alo yoga)'는 최근 세계적인 셀럽들이 애용하는 브랜드로 유명세를 얻었는데, 이번 시즌 블랙핑크의 지수를 브랜드 엠버서더로 선택했다. 이를 통해 미주권

뿐만 아니라 아시아 시장을 공략하기 위한 선택으로 풀이된다. 특히 중국에서 애슬레저 열풍이 전국으로 확산 되면서 중국 시장에서의 애슬레저 경쟁이 치열할 것으로 예상된다. 중국에서는 현재 '롤루레몬'이 시장을 리드하고 있고 최근 인터스포츠가 여성 타깃의 '미아아 액티브'를 인수하고, 내셔널 브랜드 '위안' 등이 인기를 얻는 등 시장 주도권을 잡기 위한 경쟁이 치열하다.



FASHION 한겨울 미국 전역에 부는 칼바람⁽⁴⁾

대형 유통사, 대기업들 '생존' 이유로 직원 해고

미국 경기 불황이 장기화되면서 인원 감축의 칼바람이 패션 및 유통 업계에도 영향을 미치고 있다. 미국 대표 백화점인 메이시스 백화점은 최근 전체 인력의 3.5%에 달하는 2,350명 해고를 발표했다. 이는 백화점 5개 점포, 가구 갤러리 2개 점포의 폐점에 따른 판매지 해고뿐만 아니라 본사 인력도 해고 대상에 포함되어 파장을 일으키고 있다. 패션 스타일링 대표 기업으로 인정받은 스티치픽스는 지난해 가을 주문 처리 센터를 폐

쇄하며 560명을 해고한 데 이어 이번에는 서비스 핵심이었던 풀타임 스타일리스트 전원을 해고한다고 밝혔다. 스티치픽스는 온라인 구독 기반 스타일링 서비스로 본사에 상주하는 전문 스타일리스트가 고객 성향에 맞춰 제품을 배송해 주는 서비스가. 배송, 반품은 무료지만 스타일링 비용으로 20달러를 지불하는 만큼 스타일리스트의 전문성이 핵심이다. 하지만 스티치픽스는 풀타임 스타일리스트를 전원 해고하고 파트타임 방식으로 전환하며 시 도움을 확대하겠다고 밝혔다.

또 '보그', 'GQ' 등을 운영하고 있는 미국 글로벌 미디어 그룹 콘데 나스트 역시 지난해 말 전체 직원의 5%에 해당하는 약 300명을 해고할 것이라는 구조조정 계획을 발표했고 이에 반대한 노조가 최근 24시간 파업을 단행하기도 했다. 한편 미국 시장의 불황 여파는 대형 생산 업체에도 영향을 미쳐 국내 대형, 중대형 의류 수출 벤더사들도 작년 연말부터 강도 높은 구조조정에 돌입한 것으로 나타났다.

3D DIGITAL 엔데믹 후에도 버추얼 쇼핑은 계속된다⁽⁵⁾

'MCM', '망고', '티파나' 등 버추얼 스토어 오픈

지난해 엔데믹 후 패션 기업들은 다시 오프라인 매장에 투자를 확대하고 있지만 최근과 다르게 버추얼 쇼핑에 무게를 두는 브랜드들도 늘고 있다. 이는 로블록스, 이프랜드, 제페토 등 메타버스 디지털 플랫폼에 버추얼 스토어를 오픈해 미래 소비자인 MZ 세대를 공략하기 위함과 XR(확장현실) 시장의 성장을 기다리며 이 시장을 선점하겠다는 전략으로 풀이된다. 'MCM'은 상반기 출시 예정인 차세대 메타버스 플랫폼 '칼리버스(Caliverse)'와 파트너십을 통해 버추얼 스토어를 오픈했다. 'MCM'은 실시간 렌더링 그래픽, 3D 라이브 합성 및 AI 기술을 활용해 소비자에게 가상 환경 내에서 다양한 동적 메타버스 경험을 할 수 있도록 한다는 계획이다. 칼리버스는 롯데정보통신의 자회사로 언리얼 엔진 5를 기반으로 한 초실감형 메타버스 플랫폼으로 상반기 정식 오픈을 계획하고 있다. 스페인 브랜드 '망고(MANGO)'가 로블록스 플랫폼에 첫번째 가상 스토어를 오픈했다. 로블록스 가상 Outfit 쇼핑물에 위치하는 '망고' 가상 스토어에는 '망고 틴(MANGO TEEN)' 디지털 의류와 아바타용 제품을 판매한다. 매장은 '망고'의 신제품 디자인 컨셉에 맞춰 지중해풍 미학을 특징으로 했다. 현재 로블록스에는 '랄프라렌', '타미일피가', '라코스테', '푸마', 'H&M', '아메리칸 이글' 등이 입점되어 있다. '제이크루'도 이번 겨울 마법 같은 설원을 지나 축제용 별장과 스키 샬레로 이동해 겨울 휴가를 위해 다양한 아이템을 탐색할 수 있는 가상 홀리데이 디지털 스토어를 출시해 좋은 반응을 얻은 바 있다.



'칼리버스'에 오픈하는 'MCM' 버추얼 스토어



'로블록스'의 '망고' 버추얼 스토어



Syky의 엘리스 델라 렌타와 새로 영입한 아티스틱 디렉터 니콜라 폼미체티

3D DIGITAL Syky, Web3에 럭셔리 패션 도입⁽⁶⁾

니콜라 폼미체티 아트 디렉터로 영입

디지털 패션 플랫폼 Syky가 최근 니콜라 폼미체티(Nicola Formichetti)를 아트 디렉터로 영입했다. 니콜라 폼미체티는 레이디 가가의 드레스를 제작했고, '메들러', '디젤'의 크리에이티브 디렉터로 활동한 바 있으며 '유니클로' 크리에이티브 패션 디렉터를 맡고 있다. 이번 Syky가 니콜라 폼미체티를 영입한 것은 디지털 패션을 단지 기술이 아닌 패션과 문화의 가치로 상승시키기 위한 목적이라고 밝혔다. 디렉터 폼미체티는 "디지털과 실제 패션 세계가 공존하는 미래에 대한 Syky의 비전에 매료되어 합류했다. 우리는 디지털 혁신이 전통 패션과 만나는 역동적인 공간을 만들어 업계에 흥미롭고 새로운 길을 열어갈 것이다"고 말했다.

한편 럭셔리 디지털 패션 플랫폼 'Syky'는 디지털 패션 디자인과 NFT 기술을 바탕으로 미래 패션을 선도해 가는 기업이다. Syky를 설립한 엘리스 델라렌트는 '랄프라렌'에서 디지털 및 콘텐츠 책임자, '버버리' 소셜 마케팅 이사로 재직하는 등 화려한 경력을 자랑한다. 지난해 10월의 글로벌 디지털 패션 디자이너를 선정하고 이들을 육성하는 'Syky 컬렉티브' 프로젝트를 시작했다. 니콜라 폼미체티는 'Syky 컬렉티브'를 통해 신재를 육성하는 일도 담당하게 된다. Syky가 혁신적인 디지털 럭셔리 패션 하우스 출범을 목표로 하는 만큼 니콜라 폼미체티와의 협업에 대해 업계 이목이 집중되고 있다.

기사 및 사진 출처

1) Innovationintextile, Zara jacket made from 100% waste, 24년 1월 26일
 2) 국제섬유신문, 올해 새롭게 달라지는 OEKO-TEX® 신규 규정 2024, 24년 1월 26일
 3) 마리끌레르, 블랙핑크 지수, 알로 요가 2024 봄 신상 컬렉션 캠페인 등장, 24년 1월 18일
 4) Theneuworktimes, Macy's Plans to cut 2,350 jobs and close 5 stores, 24년 1월 18일
 5) FASHIONUNITED, MCM unveils virtual store on the Caliverse, 24년 1월 17일
 6) RETAILBOSS, Mango launches first-ever branded 'store' on Roblox, 24년 1월 26일
 WWD, EXCLUSIVE: Syky Enlists Nicola Formichetti as Artistic Director, 24년 1월 22일