

스페인 디자인 도시,
발렌시아에서 다채롭게 펼쳐진
페리아 아비타트
발렌시아 2023

스페인 유일한 국제 가구, 조명, 데코 박람회인 ‘페리아 아비타트 발렌시아(Feria Hábitat València)’는 ‘홈 텍스타일 프리미엄’과 함께 운영해 공간을 채우는 모든 디자인 트렌드를 두루 살펴볼 수 있었다. 또한 ‘발렌시아 디자인 페스트(València Design Fest)’의 크고 작은 디자인 관련 전시와 행사를 함께 진행해 더욱 풍성해졌다.

컨트리뷰팅 에디터 구민정 사진 제공 페리아 아비타트 발렌시아, 발렌시아 디자인 페스트, 각 브랜드, 구민정



1 페리아 아비타트 발렌시아 2023은 홈 텍스타일 프리미엄 및 발렌시아 디자인 페스트와 함께 진행해 더욱 풍성한 볼거리를 선사했다.
2 세계 파에야 날인 9월 20일에는 방문객들이 발렌시아를 대표하는 파에야 발렌시아나를 맛볼 수 있도록 제공했다.
3 페리아 아비타트 발렌시아 2023은 8개의 홀로 구성했으며 총 881개의 글로벌 브랜드 및 스페인 브랜드가 참여해 약 4만5000명의 방문객이 다녀갔다.

미래를 그리는 라이프스타일 디자인 시나리오

올해 ‘페리아 아비타트 발렌시아’는 ‘홈 텍스타일 프리미엄(Home Textiles Premium by Textilhogar)’과 함께 운영해 공간을 채우는 모든 디자인 트렌드를 두루 살펴볼 수 있었다. 또한 영 디자이너 육성 프로그램인 살롱 누드(Salón Nude) 부스에서는 지속 가능성, 장인 정신을 바탕으로 한 휴머니즘을 주제로 선정한 창의적인 디자인, 공예 작품을 선보였다.

팬데믹을 거치며 일어난 사회적 변화와 기술의 진보는 라이프스타일에 큰 변화를 가져왔다. 집에 머무는 시간이 길어지면서, 공간과 제품을 똑똑하게 활용하는 다양한 시각이 디자인에 고스란히 반영된 것이다. 디자인과 건축 전문 문화 저널리스트인 타치 모라(Tachy Mora)의 큐레이션으로 진행된 ‘가까운 미래의 시나리오(Escenarios de un futuro cercano)’ 전시에서는 5가지 트렌드로 유연성(Flexibility), 다기능성(Multifunctionality), 모듈화 디자인(Modularity), 노마드 디자인(Nomadism), 지속 가능성(Sustainability)을 제시했다. 코로나가 우리의 삶과 일상생활에 어떠한 영향을 미쳤는지 다각도로 주거의 지형도를 살펴 20여 개의 가구 브랜드와 13명의 건축가 및 인테리어 디자이너와 함께 각 콘셉트 공간을 꾸며 보여주었다.

주요 브랜드들도 행보를 더했다. 컨템퍼러리 친환경 가구 브랜드인 ‘안드레우 월드(Andreu World)’는 아르헨티나 출신 디자이너 ‘알프레도 아베를리(Alfredo Häberli)’와 협업으로 어디서든 일할 수 있도록 디자인한 모듈 가구인 ‘인아웃 모노플레이스(In Out Monoplace)’를 선보였다. 곡선형의 인체공학적 디자인을 비롯해 노이즈 흡착, 전자 기기 충전 단자 등 여러모로 실용적인 기능을 충족했다. 여러 컬러와 디자인으로 다양한 조합이 가능해 홈 오피스는 물론 공동 작업용 가구로도 적합하다. 실내와 실외에서 모두 사용할 수 있을 정도로 내구성이 뛰어날 뿐만 아니라 소프트한 터치와 텍스타일이 돋보이는 ‘아후에라(Afuera) 모듈형 소파’도 눈길을 끌었다. 모던한 디자인의 스페인 조명 브랜드 ‘에스틸루즈(ESTILUZ)’의 ‘무드(Mood) 컬렉션’은 플로어 조명에서 테이블 램프로 쉽게 변환이 가능하고, 이동식 조명으로도 사용할 수 있도록 디자인했다. ‘볼스(Bols) 컬렉션’ 또한 펜던트로 사용해도 좋고, 바닥에 놓으면 화분이나 소품을 놓을 수 있는 테이블로도 손색이 없다.



1 알프레도 아베를리가 디자인한 안드레우 월드의 ‘아후에라’ 소파는 실내외 모두에서 사용할 수 있어 실용성을 자랑한다.
2 ‘가까운 미래의 시나리오’ 전시에는 테울라트(Teulat)의 모듈형 시스템 가구 ‘Babel(바벨)’과 산칼(SanCal)의 다기능 ‘링크(Link)’ 소파 등으로 콘셉트룸을 꾸며 직접 체험해볼 수 있도록 했다.
3 에스틸루즈는 펜던트용과 플로어용으로 두루 사용이 가능한 ‘볼스’ 컬렉션을 소개했다. 실내외에서 화분이나 소품을 놓을 수 있는 테이블로도 연출이 가능하다.

Tachy Mora
타치 모라



INTERVIEW

라이프스타일에 따른 디자인 변화로 5가지 콘셉트를 꼽았는데 이 중에서 가장 강조하고 싶은 것이 있다면 무엇인가?
모든 기능성의 근간이 되는 것이 유연성이라고 생각한다. 장소를 다양하게 활용할 수 있도록 허용할뿐더러 다기능성, 모듈러 가구에도 바탕이 되는 것이다. 공간을 유연하게 바라보는 열린 사고는 노마드 라이프스타일에 필수다.

가까운 미래가 아닌 장기적으로 이어질 것이라고 생각하는 라이프스타일 콘셉트는?
팬데믹을 거치면서 전 세계가 모두 영향을 주고받으며 하나로 이어져 있음을 절실히 깨달았다. 또한 재택근무가 보편화됨에 따라, 일하는 공간과 거주지를 자주 바꾸는 경향도 더욱 흔해졌다. 결국 모두에게 영향을 끼치는 자원, 재료, 탄소발자국, 재활용, 순환경제 측면을 장기적인 접근을 통해 다각도로 디자인에 적용하고자 하는 노력은 지속될 것이라고 생각한다.



수작업으로 탄생한 디테일의 회귀

일상에 편리함을 높이는 기능성과 실용성을 강조한 디자인이 대세를 이루었지만 대조적으로 정교한 미감을 살린 모던한 디자인의 수공예 가구와 조명에 대두되기 시작했다. 부드러운 곡선과 미적인 감각을 더한 디자인에 소재의 다양함으로 변주를 주었다. 도자기, 나무, 대리석, 천연 가죽 등 자연의 물성을 조합해 색다름을 보여 주고, 그 효과를 배가시킨 것이다. 수제 조명 브랜드 '루시페르 램프(LFZ Lamps)'는 영국 디자이너인 '보도 스펠라인(Bodo Sperlein)'과 협업해 아치 디자인을 입체적인 조형미로 풀어낸 '오스카(Osca) 컬렉션'과 새의 깃털을 1920년대 아르데코 스타일로 표현한 '볼리에르(Voliere) 상들리에'를 선보였다. 메탈과 빛이 은은하게 퍼지는 천연 목재 베니어의 조합으로 모던한 느낌에 우아함이 한층 배가되었다. 스페인 대표 도자기 브랜드 '야드로(Lladro)'는 창립 70주년을 맞이해 공예와 디자인을 넘나드는 수작업 조명에 장인 정신을 쏟아부었다. 일본 디자이너인 '나오토 후카사와(Naoto Fukasawa)'와 함께 백목련의 봉오리와 활짝 핀 형상을 그대로 본떠 디자인한 상들리에 스튜디오 조명인 '모쿠렌(Mokuren)'을, 이탈리아 무라노섬의 '니체토 스튜디오(Nichetto Studio)'와 다양한 컬러의 풍선을 연상케 하는 '소프트 블론(Soft Blown) 컬렉션'을 선보여 주목을 끌었다. 아웃도어 가구 브랜드 '엑스포름(Expormim)'에서는 25년 전 라탄 소재로 만들었던 수제 '라팔라(Lapala)' 의자를 자연이 주는 편안함은 그대로 간직한 채 세련된 디자인으로 재탄생시켰다. 절제된 디자인으로 사랑받는 스페인 가구 브랜드 '알렉산드라(Alexandra)'는 발렌시아 디자인 스튜디오인 '수뭉스튜디오(Summumstudio)'와 협업으로 아프리카 사막 한 가운데 부드러운 모래 위에서 휴식을 취하는 탐험가의 여행에서 영감을 받아 스웨이드 소재에 여행 가방의 버클 디자인을 더해 완성한 '둔(Dune)' 침대를 선보였다.



3



4



5



- 1, 2 야드로가 니체토 스튜디오와 상들리에와 테이블 램프로 구성된 '소프트 블론' 컬렉션을 선보였다. 풍선 아트를 연상시키는 유쾌한 디자인이 매력적이다.
- 3 보도 스펠라인이 입체적인 아치 디자인의 메탈과 천연 목재 베니어 조합으로 세련되게 풀어낸 루시페르 램프의 '오스카' 컬렉션은 공간에 우아함을 배가한다.
- 4 나오토 후카사와가 디자인한 야드로의 '모쿠렌' 상들리에에는 도자기로 정교하게 빛은 백목련을 통해 빛을 퍼뜨려 활활함을 자아냈다.
- 5 알렉산드라가 수뭉스튜디오와 디자인한 '둔' 침대는 스웨이드 소재로 완성해 사막의 고운 모래 위에서 휴식을 취하는 듯한 편안함을 부각했다.

환경적 책임을 실천하는 아웃도어 가구

거리 두기와 외출 제한의 시간을 거치면서, 야외에서 머무는 시간이 얼마나 소중한 지 되새기게 되었다. 현재의 자연을 더 오래 누리며 살아가기 위해 가구업계도 지속 가능성을 위한 윤리적인 노력은 이제 필수 불가결한 조건이 된 것이다. 특히 자연과 더욱 밀접한 아웃도어 가구 브랜드들은 그동안 날씨와 직사광선, 외부 환경의 변화에도 끄떡없는 내구성을 강조했다면, 이제는 환경 위기를 극복하기 위한 시도와 노력을 다방면으로 이어가고 있었다. 스페인 아웃도어 가구 브랜드인 '본돔(Vondom)'은 발렌시아 출신의 건축가이자 산업 디자이너인 '라몬 에스테베(Ramón Esteve)'와 협업해 100% 재활용이 가능한 알루미늄과 고강도 래미네이트(HPL) 소재로 제작한 '포시도니아(Posidonia) 컬렉션'과 1m²당 130개의 플라스틱병을 재활용해서 만든 야외용 러그를 선보였다. 제품 출시와 더불어 지중해의 생태계에 중요한 역할을 하는 해조인 포시도니아와 해양 생물 다양성을 되살리기 위한 환경 캠페인을 '발렌시아 오세아노그래픽 재단(Fundació Oceanogràfic València)'과 함께 전개한다. 4대를 이어가는 아웃도어 가구 브랜드인 '포인트(POINT)'는 현재 가장 주목받고 있는 디자인 아틀리에로 뿔뿔히 박람회장에 단독 전시가 마련되었던 '가브리엘 테이시도(Gabriel Teixidó)'와 함께 선베드와 확장형 테이블, 소파로 구성된 '파랄렐(Paralel) 컬렉션'을 선보였다. 자연과 닮은 안락함을 선사하는 우드 소재 중에서도 친환경을 고려해 인도네시아의 지속 가능하게 관리 중인 숲에서 공급받은 티크 목재로 까다롭게 선택했다고 전했다. 또한 현실을 직시하고, 지속 가능한 미래를 위한 가능성을 제시하는 여러 전시를 박람회장 내에 진행해 주목을 받았다. '비온드 더 플라스틱 웨이브(Beyond the plastic wave)' 전시는 지중해를 해치는 플라스틱 폐기물 오염 문제를 조명했다. 여러 지역 바다에서 수집한 플라스틱을 다양한 바다의 맛으로 표현한 설치 작품과 환경의 심각성을 알리는 보도 문구 포스터로 경각심을 주었으며, '안드레우 월드'에서 자체 개발해 사용 중인 퓨어 에코(PURE ECO®), 서클러 원(Circular ONE®) 등 실제 플라스틱 재활용 소재의 예시를 보여주었다. 또한 '현대의 물질(Materialidad Contemporánea)' 전시는 자원의 재사용과 재활용에 초점을 맞춘 창의적인 해결책을 제시했다. 나무 조각을 재활용해 대리석 효과를 내는 자재, 커피 찌꺼기로 만든 텍스타일, 셀룰로오스와 음식 폐기물 소재의 벽지 등 다양하게 만나볼 수 있었다.



3



4

- 1 본돔은 라몬 에스테베와 함께 지속 가능성을 고려한 '포시도니아 컬렉션'을 선보이며, 해양 생물 다양성을 되살리는 환경 캠페인을 이어간다.
- 2 안드레우 월드는 자체 개발한 100% 재활용 가능한 미생물 바이오 소재인 퓨어 에코(PURE ECO®)로 만든 아웃도어 가구를 선보였다.
- 3 포인트는 가브리엘 테이시도가 디자인한 지속 가능한 티크 목재를 이용한 '파랄렐 컬렉션'을 공개했다.
- 4 플라스틱 폐기물 오염 문제를 조명하는 '비온드 더 플라스틱 웨이브' 전시를 통해 지중해에서 수집한 플라스틱으로 만든 설치 작품을 공개했다.



1



2

미래를 내다본 텍스타일 디자인 경향

홈 텍스타일 프리미엄에는 섬유로 유명한 발렌시아 알리칸테(Alicante) 지역에 본사를 둔 다수의 스페인 섬유 회사는 물론 침구류, 러그 등 소품 컬렉션을 함께 선보인 글로벌 브랜드가 대거 참가했다. 작은 변화로 공간의 분위기를 바꾸고, 만족시켜줄 소프트 파워를 통합적으로 돌려볼 수 있었다. '집을 위한 2024 텍스타일 트렌드(Trends In Textiles For The Home 2024)' 콘퍼런스에서는 '혁신적인 기술로 탄생시킨 친환경 에코 소재(Eco-Tech, Innovation)', '목가적인 보헤미안 감성의 공예적인 디자인(Cultural Heritage)', '선명한 색상의 다기능 모듈 디자인(Open Versatility)', '메타버스에서 영감을 받은 매끈한 질감의 메탈릭 컬러 소재(Techno-Future)', '볼륨 있는 과장된 질감과 시선을 사로잡는 그래픽 디자인(Color Expression)', '집 안에 아늑함을 더해줄 무광택 미네랄 톤의 디자인(Conscious Well-Being)' 총 6가지로 유행을 내다보았다.

지중해 가구 브랜드 케이브홈(Kave Home)은 어린 양의 털처럼 결이 느껴지면서 부드럽고 포근한 느낌의 텍스타일로 완성한 '젠 밸런스(Zen Balance) 컬렉션'의 소파와 스톨, 침대 등 다양한 가구를 선보여 시선을 모았다. 포르투갈 카펫 브랜드 페헤이라 드 사(Ferreira De Sá)는 트렌드를 반영하듯 입체적인 질감과 조형미가 돋보이는 다양한 러그를, 스페인 카펫 브랜드 '쿠아트로(Kuatro®)'는 추상화를 연상케 하는 미감이 돋보이는 러그를 선보였다. 스페인 대표 가구 회사인 간디아 블라스코 그룹(Gandia Blasco Group)의 러그 브랜드 '간(Gan)'은 조명 브랜드 '루시페르 램프(LZF Lamps)'와 함께 발렌시아 미술 박물관(Museo De Bellas Artes De Valencia)에서 예술 작품과 함께 신제품을 소개했다. 일본 유명 건축가인 '구마겐고(Kengo Kuma)'와의 협업을 통해 디자인하고 울 패브릭과 티크 우드 막대를 조합해 짠 '고즈(Goz) 컬렉션'과 뜨개질의 질감을 살린 텍스처와 시각적인 편안함을 주는 중명도, 중채도의 조합인 '크로셰 컬렉션(The Crochet Collection)'이 눈길을 끌었다.



- 1 발렌시아 미술 박물관에서 예술 작품과 함께 선보인 간의 '고즈 컬렉션'과 루시페르 램프의 '볼리에르' 상들리에.
- 2 간은 '플라스틱 리버(PLASTIC RIVERS)' 컬렉션을 통해 오염이 심각한 갠지스강, 양쯔강, 인더스강, 나이지강 네 곳을 역설적으로 아름답게 그려냈다.
- 3 입체적인 질감을 살려 해안가 풍경을 표현한 페헤이라 드 사의 러그.
- 4 어린 양의 털같이 부드러운 질감이 느껴지는 재활용 폴리에스테르 텍스타일로 완성한 케이브홈의 소파.
- 5 알함브라(ALHAMBRA)는 지중해 자연에 영감을 받은 뉴트럴 컬러의 100% 리넨 소재 컬렉션을 소개했다.
- 6 취향에 따라 소재와 디자인을 직접 선택할 수 있는 산토스 몬테이로(Santos Monteiro)의 맞춤 카펫 서비스를 그대로 재현해 눈길을 끌었다.



참신한 디자인 아이디어의 매개

최고의 반열에 오른 디자이너와 브랜드들이 겨루는 자리에도 새로운 감각을 일깨우는 아이디어의 수혈은 언제나 필요하다. 21회째를 맞이한 영 디자이너들의 등용문인 '살롱 누드(Salón Nude)'는 올해 지속 가능성, 장인 정신, 창의성, 인본주의적 관점의 디자인 등 총 4가지를 기준으로 심사해 신진 디자이너 및 공예 아틀리에 9팀과 디자인 대학의 학생으로 구성된 9개의 팀을 최종 선정했으며 이들이 살롱 누드 부스를 채웠다. 그중에서도 청바지를 비롯한 직물 폐기물을 가구와 소품으로 만드는 프로젝트를 선보인 '크레아발로(Creavalto)', 갈대, 등나무를 비롯한 자연물을 수작업으로 완성한 스톨과 공예품을 선보인 '사가르미나가 아틀리에(Sagarminaga Atelier)' 부스가 눈길을 끌었다. 발렌시아 폴리테크닉 대학생 프로젝트 그룹인 '트레수(Tresú)'는 교류의 장이 되어줄 스페인 전통 파에야를 테마로 천연 재료와 자기를 활용한 테이블과 의자, 조명 가구 세트로 주목받았다. 이를 발판 삼아 업계를 주도하는 많은 브랜드와 협업할 수 있는 기회가 될 것이다. 또한 디자인 영감의 원천을 조명한 '추억의 물건(Memories Object)' 전시는 2022년 스페인 국가 디자인상을 수상한 '스튜디오 인마 베르무데스(Studio Inma Bermúdez)'의 큐레이팅으로 마련되었다. 스페인 소품 브랜드인 마드랩(MadLab)이 여러 디자이너와 협업해 출시한 제품 중 기억의 단편을 디자인의 영감으로 풀어낸 뒷이야기와 해당 제품을 함께 소개했다.



- 1 인마 베르무데스 스튜디오가 디자인한 마드랩의 '올가' 화병 컬렉션.
- 2 '추억의 물건' 전시에서는 마드랩의 디자인 소품으로 풀어낸 여러 디자이너의 다양한 기억의 단편을 소개했다.
- 3 살롱 누드에 선정된 크레아발로는 청바지 폐기물을 가구와 소품으로 만들어 지속 가능성을 위한 새로운 시각을 제시했다.
- 4 사가르미나가 아틀리에에는 '새로운 자연' 컬렉션으로 살롱 누드에 선정되어 높이 1.8m의 나무와 갈대로 만든 공예 작품과 실용적으로 사용할 수 있는 스톨 등을 선보였다.



INTERVIEW

이번 전시를 통해 전하고 싶은 바는 무엇이었나?

우리의 일상과 추억 속 모든 것이 디자이너에게는 중요한 영감이 된다. 이를 통해 탄생한 마드랩의 소품들이 또 다른 사람의 일상 속 영감을 주는 매개로 남길 바라며, 이러한 디자인의 순환을 전시를 통해 공유하고 싶었다. 예를 들어 '비센트 마르티네스(Vicent Martínez)'가 디자인한 '아르키텍톤(Arkitektonts)' 오브제는 러시아 여행 중에 옛 구성주의의 공장 건축물을 보며 예술가 말레비치의 아르키텍톤 조각을 떠올렸던 기억을 되살려 디자인했다고 한다. '엑토르 세라노(Héctor Serrano)'는 여름 별장에서의 추억을 담아 '여름 집(Summer Houses)'이라는 소품 케이스를 만들었다.

인마 베르무데스 스튜디오와 마드랩의 컬래버레이션으로 탄생한 '올가(Olga)' 화병 컬렉션에는 어떤 이야기가 담겨 있나?

최근 발렌시아 도심으로 이사하기 전까지 꽃으로 둘러싸인 정원이 있는 집에서 오랫동안 살았다. 자연스럽게 매일 꽃을 집에 들였고, 이는 일상 속 소소한 기쁨을 주는 요소였다. 올가 컬렉션은 꽃 한두 송이로 쉽게 채울 수 있도록 작은 사이드로 디자인했으며, 메탈과 컬러 부분을 다양하게 조합해서 사용할 수 있도록 재미를 주었다. 이 화병이 삶의 오브제가 되어 행복을 줄 수 있기를 바라는 마음이다.

Inma Bermúdez
인마 베르무데스

ZOOM IN

페리아 아비타트 발렌시아 2023에서 케이브홈이 제안한

지중해 빛이 감도는 공간



케이브홈은 페리아 아비타트 발렌시아 2023(Feria H bitat València)에서 전 세계 디자인 애호가를 만족시켜줄 매력적인 지중해 스타일의 신규 컬렉션을 다양하게 선보였다. 전시관을 집의 다양한 공간처럼 구성하고 신제품 가구와 소품을 배치해 지중해의 빛이 감도는 편안한 분위기를 그대로 재현한 것이다. 무엇보다 사회적, 환경적 가치에 대한 진정성을 담은 케이브홈의 노력이 결집된 컬렉션을 한자리에서 만나볼 수 있었다. 또한 케이브홈만의 온오프라인 통합 플랫폼을 통해 직접 원하는 공간으로 꾸며볼 수 있는 경험을 선사해 큰 호응을 얻었다.

젠 밸런스 테마로 지중해 라이프스타일 구현

전시관에 들어서니 지중해의 따사로운 별이 집 안으로 가득 들어온 듯한 느낌을 주는 여러 공간이 펼쳐졌다. 집의 다양한 공간은 젠 밸런스를 테마로 한 우아함이 돋보이는 미니멀한 디자인의 가구와 소품으로 아늑한 분위기를 선사한다. 곡선의 매력을 극대화한 소파와 침대는 어린 양의 털을 연상케 하는 보레기토(Borreguito) 재활용 폴리에스테르 텍스타일로 완성해 편안함뿐만 아니라 포근하고 부드러운 터치감까지 느낄 수 있었다. 케이브홈 제품 디렉터(Product Management Director) 파트리시아 에레로(Patricia Herrero)에 따르면 자체 생산으로 최상의 품질을 유지하기 위해 스페인 로컬 소파 회사를 인수해 탄생한 첫 제품이다. 세련되고 모던한 느낌으로 풀어낸 다크 컬러의 우드 테이블과 실용적인 모듈로 완성한 다이닝룸과 서재는 조명과 소품으로 조화롭게 홈 인테리어를 완성했다. 올리브나무 사이로 아른거리는 빛을 받으며 휴식을 취할 수 있는 케이브홈의 아웃도어 컬렉션도 만나볼 수 있었다. 케이브홈의 모든 제품은 자원의 순환을 고려해 우드와 천연 소재, 재활용 소재를 이용하고 지속 가능성에 대한 노력을 담아 제작했다.

케이브홈은 페리아 아비타트 발렌시아 2023에서 젠 밸런스(Zen Balance)를 테마로 한 신규 컬렉션을 선보이며, 지중해 라이프스타일을 그대로 담은 공간으로 구현해내 눈길을 끌었다. 진보한 디자인은 물론 지속 가능성에 대한 책임을 다하는 다양한 노력을 통해 지난 40년간 세대를 잇는 브랜드로 성장한 케이브홈의 저력을 만나볼 수 있었다.

컨트리뷰팅 에디터 구민정 사진 케이브홈, 페리아 아비타트 발렌시아, 구민정

홈 스타일링을 더욱 쉽게, 케이브홈의 노력

다양한 컬렉션 제품 못지않게 전시관에서 이목을 집중시켜 가장 붐빈 곳은 바로 케이브홈만의 플랫폼을 경험할 수 있도록 한 공간이었다. 부피가 큰 가구도 증강 현실 기술을 활용해 집에 배치해보고 선택할 수 있도록 고안한 온라인 서비스가 인기였다. 또한 컬러와 소재의 선택이 어려운 고객들을 위해 부품 자체와 다양한 텍스타일 샘플을 직접 가져가서 실제로 대보고 구매를 결정하게 돕는 오프라인 매장 서비스를 소개했다. 여러 종류의 텍스타일로 맞춤이 가능한 제품의 경우에는 직접 보고 만져본 뒤 온라인 시뮬레이션을 통해 제품을 확인하고 구입할 수 있도록 한 매장의 아틀리에 코너도 전시장에 그대로 재현했다. 고객의 입장에서 쉽고 편하게 홈 스타일링을 해볼 수 있도록 설계한 온라인과 오프라인 매장의 경계를 허무는 플랫폼은 진보한 고객 경험을 선사했다. 매력적인 지중해 디자인이 녹아든 케이브홈의 가구와 소품은 연남 플래그쉽스토어, 롯데백화점 수원점, 롯데백화점 청량리점 세 곳에서 만나볼 수 있다.



- 곡선이 매력적인 젠 밸런스 컬렉션의 마르티나 소파로 아늑한 분위기의 거실을 완성했다. 포근하고 부드러운 터치감의 친환경 소재가 돋보인다.
- 신제품 조명 컬렉션은 지중해 빛이 감도는 편안한 분위기를 조성한다.
- 페리아 아비타트 발렌시아 케이브홈 전시관은 집의 다양한 공간을 그대로 재현해 관람객들이 직접 느끼고, 체험해볼 수 있었다.

INTERVIEW

최고사업책임자

요한 판 스탈다위넨(Johan van Staalduinen)을 통해 케이브홈의 가치와 비전을 듣다.



40년 전 매트리스, 소파 등을 수입, 공급하는 회사로 시작해 현재 토털 리빙 라이프스타일 브랜드로 성장하게 된 케이브홈의 스토리가 궁금하다.

케이브홈은 공간의 전체 분위기를 완성하는 콘셉트를 제안하는 브랜드라고 말하고 싶다. 공간 분위기는 모든 가구와 소품이 함께 어우러져 완성되는 것이다. 그래서 일찍이 우리의 콘셉트를 360도로 보여줄 수 있도록, 공간을 채우는 모든 요소를 고민하고 컬렉션으로 선보이기 시작했다. 그래서 케이브홈은 부피가 큰 소파, 침대, 테이블과 같은 가구뿐만 아니라 조명, 텍스타일, 화병 등 인테리어 소품까지 편안하고 따뜻한 공간의 무드를 조성하는 모든 제품을 선보인다.

지중해 디자인을 선도하는 브랜드로 알려져 있다. 이를 구현하기 위해 어떤 부분에 가장 비중을 두는가?

지중해의 따뜻한 햇살이 집을 환히 비취 안락한 분위기를 자아내는 것, 이것이 바로 케이브홈이 전하고자 하는 지중해 디자인이다. 여기서 가장 중요한 요소는 바로 빛이다. 그래서 케이브홈에서 조명은 모든 콘셉트의 중심이 된다. 조명과 더불어 가구와 소품이 더해지고 전체적인 조화를 이루어 분위기가 배가되는 것이다. 소비자의 취향이나 트렌드에 따라 일부가 달라져도 분위기는 통일감이 있게 연출된다. 전 세계 어디든, 날씨가 낯설어도 케이브홈을 통해 늘 머물고 싶은 공간을 만들어주고 싶다.

지속 가능성에 대한 실현으로 케이브 케어(Kave Cares)라는 장기 프로젝트를 운영한다고 들었다.

케이브홈의 모든 제품은 사회적, 환경적 가치에 대한 진정성을 담아 FSC® 인증을 받은 우드와 천연 소재, 재활용 또는 재활용 가능한 소재로 제작한다. 또한 제품이 수명을 다한 후 폐기되는 주기까지 고려한다. 모든 생산 공정, 물류 시스템, 패키지 제작에도 예외는 없다. 최근 스페인 최대 규모의 물류 창고를 지을 때도 자원의 순환을 고려한 시스템을 적용했다. 그리고 2025년까지 제품 포장용 플라스틱을 전혀 사용하지 않도록 만드는 것을 목표로 하고 있다.

지중해 디자인 외에 케이브홈의 경쟁력이라고 생각하는 또 다른 전략이 있나?

내부 디자인팀의 노력으로 매주 30~40개의 신제품을 선보여, 올해도 9월 현재까지 총 1300개의 새로운 제품을 론칭했다. 트렌드를 케이브홈만의 해석으로 풀어내고, 홈 스타일링을 즐기도록 적절한 가격으로 제안한다. 또한 온라인몰에서는 증강현실을 통해 실제 원하는 곳에 가구들을 배치해볼 수 있는 기술을 갖추었고, 오프라인 매장에서는 제품과 소재를 체험해보고 샘플을 가져갈 수 있는 시스템을 운영한다. 소비자를 위한 진정한 피지탈(Phy-gital) 스토어를 갖겠다고 할 것이다.

2020년 한국 론칭 후 현재 3개 매장을 운영 중이다. 한국 시장은 케이브홈에 어떤 의미인가? 코로나로 쉽지 않았던 시기임에도 불구하고 브랜드를 확장해온 계기가 궁금하다.

론칭 전부터 개인적으로 매년 한국을 방문했다. 트렌디함을 잃지 않으면서도 절제된 세련미를 선호하는 한국인들의 취향은 케이브홈이 추구하는 콘셉트와 닮았다고 생각한다. 첫 매장을 오픈한 이후, 예상대로 잘 안착해 지속 성장하고 있다. 케이브홈은 현재 가구 시장에서 가장 공격적으로 마케팅에 투자하는 브랜드 중 하나라고 자부할 수 있다. 장기적인 목표를 가지고 진출한 만큼 한국 시장에도 꾸준히 투자를 이어갈 것이다.

확고한 브랜드 콘셉트로 고객에게 진정성 있게 다가간 것이 지난 40년간 성장할 수 있었던 비결인 것 같다. 앞으로 계획이 있다면 무엇인가?

조금 고루하다고 느낄지 몰라도 지금까지 해온 것들을 지속해나가는 것이다. 매해 30%씩 성장해왔지만 이보다 더 빨리 나아가려고 하지는 않는다. 이는 브랜드가 건강하게 유지될 수 있는 마지노선이기 때문이다. 브랜드의 정수를 보여줄 제품도 내년부터 야심 차게 준비할 계획이다. 그리고 장기적인 계획으로는 탄소 배출을 줄이기 위해 제품이 판매되는 곳 가까이에서 생산, 배송할 수 있는 시스템을 전 세계적으로 구축하고 싶다. 이 모든 케이브홈이 추구하는 가치가 고객에게 고스란히 전달되기를 바란다.

