

‘창립 51주년’ 맞은 삼성전자

지속가능 ‘100년 기업’ 의지 다져



간소하게 주요 경영진만 참석
故이건희 회장 추모 후 기념식
코로나 속 최대 실적 성과 확인

삼성전자가 엄숙하게 조촐하게 51주년을 기념했다.

삼성전자는 2일 수원 삼성 디지털 시티에서 창립 51주년 기념식을 개최했다.

이날 행사는 코로나19 등을 감안해 참석자를 최소화하는 등 간소하게 치러졌다. 김기남 부회장과 김현석 사장, 고동진 사장 등 주요 경영진과 임직원만 참석했다.

김기남 부회장은 고(故) 이견희 회장을 추모하며 창립기념사를 시작했다. 김 부회장은 “이견희 회장님의 타계는 코로나19, 불확실한 경영 환경 등으로 어느 때보다 힘든 시간을 보내고 있는 우리 임직원 모두에게 또 하나의 큰 충격과 슬픔이었다”며 “회장님의 영원



삼성전자 창립 51주년 기념식.

/삼성전자

한 안식을 기원합니다”라고 추모했다.

임직원들에게는 이견희 회장이 남긴 도전과 열정을 이어받아 ▲업계의 판도를 바꿔 나가는 창조적인 기업으로 진화하고 ▲우리의 경쟁력이 최고의 인재에서 시작된 만큼 임직원간 서로 배려하고 상호 신뢰하는 문화를 만들어 나가며 ▲사회적 책임을 다하고 미래 사회에 공헌하는 ‘지속가능한 100년 기업’의 기반을 구축하자고 당부했다.

삼성전자는 이어서 올해 코로나19 극복과 견조한 실적 달성 성과를 돌아봤다. 방역을 위해 노력하는 사내 임직원들과 함께 마스크 제조기업 지원과 생활치료센터 제공 등을 살펴봤다.

어려운 경영 환경 속에서도 3분기 사상 최대 매출 달성 및 브랜드 가치 글로벌 5위 달성 등 성장을 확인하며 ‘100년 삼성, 미래를 향해 함께 걸어보자’고 다짐했다. /김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr

효성, 스파덱스 1위 굳힌다... 600억 투자

터키 스파덱스공장에 투자
연 1.5만톤 생산공장 증설

효성이 스파덱스 1위를 지키기 위한 선제적 투자에 나섰다.

효성티앤씨는 내년 7월까지 터키 체르케스코이 지역에 600억원을 투자해 연간 1만5000t(톤) 규모 스파덱스 생산공장을 증설한다고 2일 밝혔다. 증설을 끝내면 공장에서는 연간 약 4만t 스파덱스를 만들 수 있다.

이번 투자는 조현준 회장이 주도해 결정했다. 최근 유럽을 중심으로 의류 시장이 회복세를 보이는 상황, 스파덱스에 선제적인 투자가 필요하다는 판단에 따라다.

실제로 유럽에서는 코로나19로 인한 섀다운으로 생산량 감소 및 신제품 출시 연기로 재고가 부족한 상황이다. 효



효성티앤씨 터키 스파덱스 공장. /효성

성티앤씨가 증설에 나서면서 750조원 규모 글로벌 섬유 수요를 채운다는 목표다.

조 회장은 “유럽고객들의 생산기점이 되는 터키를 중심으로 유럽 프리미엄 시장 지배력을 강화해 경쟁사와의 초격차를 확대함으로써 부동의 세계 1위 위상을 굳혀야 한다”고 강조했다.

/김재웅 기자

벤츠 모빌리티, 스타렌터카 품었다

“韓 장기렌터카 시장 입지 강화”

메르세데스-벤츠 모빌리티 코리아가 장기렌터카 서비스 기반을 세웠다. 벤츠 모빌리티는 최근 스타렌터카 인수를 완료했다고 2일 밝혔다.

스타렌터카는 국내에서 프리미엄 장기렌터카 서비스를 전문적으로 제공해 왔다. 벤츠 모빌리티는 한국 시장 입지를 강화하기 위해 인수를 결정했다.

앞으로 양사 장기렌터카 상품과 서비스는 벤츠 모빌리티 브랜드로 제공된다. 또 벤츠 모빌리티는 사업 전문성을 살려 더 진화한 모빌리티 상품과 서비스를 제공한다는 방침이다. 전국 59개 벤츠 전시장에서 모빌리티 솔루션을 경험케 하는 등이다.

벤츠 모빌리티 기욤 프리츠 대표이

사는 “이번 거래는 메르세데스-벤츠 차량을 이용할 수 있는 빠르고 쉽고 디지털화된 경험은 물론, 국내 고객의 다양한 니즈를 충족시킬 수 있는 맞춤형 모빌리티 솔루션 제공의 초석이 될 것”이라고 말했다.

다임러 모빌리티의 이본 로슬린브로 이쉬 최고 경영진, 아프리카 및 아시아 태평양 지역 총괄은 “이번 인수는 다임러 모빌리티 그룹 내에서 한국이 얼마나 중요한 시장인지 보여주는 좋은 사례”라며 “한국 소비자들의 요구에 더욱 부합하기 위해 스타렌터카 인수를 결정했고, 앞으로도 소중한 한국 고객들의 목소리에 귀를 기울이며 그들의 편안한 삶을 돕는 ‘종합 모빌리티 에코시스템’을 확대해나가기 위해 노력할 것”이라고 전했다. /김재웅 기자

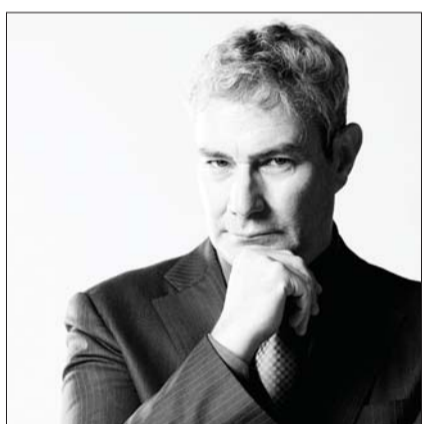
동커볼케 컴백... 현대차, 디자인혁신 강화

신설 CCO에 부사장으로 임명
친환경 모빌리티 디자인 집중

현대자동차그룹 디자인을 총괄하다 지난 3월 ‘일신상 이유’로 사임했던 루크 동커볼케 부사장이 그룹에 복귀한다.

현대자동차그룹은 디자인 기반의 브랜드 커뮤니케이션을 수행할 CCO(Chief Creative Officer)를 신설하고 담당 임원에 루크 동커볼케 부사장을 임명한다고 2일 밝혔다. 신설된 CCO는 현대차그룹의 브랜드 경쟁력 강화를 목적으로 디자인에 초점을 맞춘 제반 업무를 수행한다.

우선적으로는 ▲유럽 등지로 시장 확대를 앞둔 제네시스 브랜드와 ▲현대차의 첫 전기차 전용 아이오닉 브랜드 ▲수소전기트럭과 같은 친환경 모빌리티 등의 디자인 관련 커뮤니케이션에 집중할 계획이다. 나아가 미래 모빌리티의 디자인에 대한 선행 연구, 유명 디자이너 및 관련 분야 석학과의 교류도 모색하는 등 디자인을 화두로 한 다양한 방식의 소통을 시도한다는 방침이다.



루크 동커볼케 부사장

신임 CCO를 맡은 루크 동커볼케 부사장은 2016년 1월 현대차그룹에 합류한 이후 줄곧 디자인 업무를 담당했으며, 올해 3월 일신상의 이유로 사임할 때까지 현대차, 기아차, 제네시스 브랜드의 디자인을 총괄하는 디자인 담당을 맡은 바 있다.

현대차그룹은 루크 동커볼케 부사장이 디자인의 방향성 정립 및 전략 수립에 직접적으로 기여한 최고 책임자였던 만큼, 디자인 기반의 브랜드 커뮤니케이션을 수행할 CCO 역할의 최적임

자로 판단한 것이라고 영입 배경에 대해 설명했다.

특히 루크 동커볼케 부사장이 재직 기간 보여준 세계적인 자동차 디자이너로서 역량뿐 아니라 수평적 조직문화 조성, 디자이너 인재 육성 등의 리더십을 고려할 때, 고객 및 시장과 적극 소통하는 CCO 역할이 그룹의 브랜드 인지도 및 경쟁력 강화에 일조할 것으로 기대하고 있다.

아울러 루크 동커볼케 부사장이 수개월간 채용전 시간을 가진 후 현대차그룹의 일원으로 다시 합류하게 된 것에 대해서는 회사와 인재 사이의 지속적인 소통과 상호 신뢰 및 존중이 바탕을 두고 최고 인재 확보를 위한 노력의 결과라는 설명이다.

한편 루크 동커볼케 부사장은 우선 유럽 시장 내 중요 현안에 집중하면서 코로나19 상황 등도 감안해 선임 후 당분간 유럽권역본부와 유럽기술연구소가 위치한 독일 및 유럽 지역을 중심으로 본격적인 업무에 들어갈 계획이다.

/양성운 기자 ysw@

대한항공, 항공교통서비스 최고수준 인정

국토부 평가서 전 항목 최고 등급

대한항공이 신종코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태 속에서도 최고의 서비스를 제공하고 있다는 사실을 인정받았다.

대한항공은 국토교통부에서 지난달 27일 발표한 ‘2019 항공교통서비스평가’에서 모든 평가항목에 걸쳐 최고 등

급을 받았다고 2일 밝혔다.

국토교통부 항공교통서비스평가는 항공사업법 제 63조에 따라 항공교통 이용자 보호를 위해 항공사의 정시성, 안전성, 소비자 보호 및 만족도 등을 조사해 평가하는 것으로 국적항공사는 물론 외국항공사를 대상으로 해마다 실시하고 있다.

주요 세부 평가 항목은 정시성의 경

우 국제선과 국내선의 정시율, 안전성은 회사의 안전문화, 사고발생률, 과징금 부과 등이며, 소비자 만족의 경우 행정처분과 피해구제 접수 건수 등을 포함한다. 이번 평가에서 대한항공은 정시성, 안전성, 소비자 보호 등 3개 항목에서 최고 등급인 ‘A(매우 우수)’를 기록하고, 이용자 만족도 항목에서는 ‘만족’ 평가를 받아 모든 부문에 걸쳐 최고 수준의 항공서비스를 고객에게 제공하고 있음을 다시 한번 입증했다.

/김수지 기자 sjkim2935@

“주유할 때 네이버페이로 간편결제하세요”

GS칼텍스 정유사 최초 도입
첫 결제 고객에 5000포인트

GS칼텍스가 네이버페이의 도입으로 간편결제 서비스를 확대한다.

GS칼텍스는 2일 정유사 최초로 주유소에서 네이버페이 간편결제를 도입했다고 밝혔다. 이로써 가입자 기준 상위 3사 간편결제(네이버페이, 카카오페이, 페이코) 및 제로페이를 모두 도입하며 고객의 결제 편의성을 극대화하게 됐다.

이번 네이버와의 제휴를 통해 GS칼텍스 주유소를 이용하는 고객은 살롱카드나 현금 없이 전국 250여 개 직영주유소 및 1200여 개 자영주유소에서 네이버페이 간편결제를 이용할 수 있으며, 내년 초까지 전국 모든 주유소로 서비스를 확대할 계획이다.

GS칼텍스 주유소를 방문한 고객이 네이버 앱에서 QR코드를 생성해 결제 단말기에 스캔하면 네이버페이 포인트가 차감돼 결제된다. GS칼텍스는 네이버페이를 처음 결제하는 고객을 대상으로 3만원 이상 결제 시 네이버페이

5000포인트를 적립해주는 행사를 올해 말까지 진행한다.

GS칼텍스는 모바일 기기로 손쉽게 지불하는 간편결제 시장의 확대와 급변하는 결제 기술 트렌드에 대응하고자 네이버와 제휴하게 됐다. 이번 제휴를 통해 GS칼텍스는 지갑 없이 스마트폰 하나로 생활하는 ‘지갑 없는 시대’에 맞춰 고객에게 보다 편리한 서비스를 제공하고, 네이버는 결제 데이터 확보를 통해 정교한 고객 마케팅 전략을 수립해 나갈 예정이다.

아울러 GS칼텍스는 이번 네이버와의 제휴에 앞서 지난 8월 카카오페이, 페이코, 제로페이 간편결제를 전국 250여 개 직영주유소에 도입했다.

한편 네이버페이는 국내 최대 간편결제 서비스로 기존 타사 간편결제 플랫폼과 연동해 오프라인 결제 서비스를 제공하는 방식에서 자체 결제 인프라 구축을 통해 개선된 서비스를 이달부터 시작한다. GS칼텍스를 포함해 편의점, 대형마트, 커피·음료 전문점 등 전국 7만여 개 가맹점에서 오프라인 간편 결제를 할 수 있다. /김수지 기자