



루카 델피노 마세라티 최고사업책임자(CCO·왼쪽부터), 다비데 그라스 마세라티 최고경영자(CEO), 다카유키 기무라 마세라티 코리아 총괄책임자.

이탈리아 ‘마세라티’ 韓 공식 출범 “고성능·럭셔리로 고객 니즈 충족”

마세라티 코리아 새 시대 서막 행사 직진출 형식... 韓 시장 점유율 확대 뉴 그란투리스모 등 신차 2종 공개 업계 “韓·日 겸직 대표 선임 아쉬움”

이탈리아 럭셔리 브랜드 ‘마세라티’가 한국법인을 공식 출범하고 시장 공략에 나선다. 그동안 마세라티는 국내 내시장에서는 공식 법인 없이 딜러사를 통해 차량을 수입 판매하는 방식으로 운영했지만 직진출하는 형식으로 한국 시장 점유율 확대에 나선 것이다. 이는 최근 국내 럭셔리 시장 규모가 커지면서 영국 정통 럭셔리 브랜드 애스턴 마틴 등이 적극적으로 마케팅에 집중하는 것과 비슷한 모습이다. 마세라티 코리아는 3일 서울 동대문 디자인플라자(DDP)에서 ‘마세라티 코리아: 새 시대의 서막’ 행사를 열고 이 같은 계획을 밝혔다. 마세라티 코리아는 포르차모터스코리아(FMK)의 국내 총판 계약을 종료하고 모회사인 스텔란티스코리아 사업부에서 새출발한다. 수장은 기무라 다카유키 아태지역 총괄대표가 겸임한다. 총판 계약이 완료된 FMK는 마세라티 딜러사를 맡게 된다. 마세라티가 한국 시장 직진출을 결정한 이유는 판매량 부진이 가장 크다. 실제 페라리, 람보르기니와 함께 이탈리아 3대 명차 브랜드로 불리는 마세라

티는 국내 시장에서도 한때 수많은 소비자들의 ‘드림카’로 꼽혀왔지만, 최근 5년 사이 판매량이 급감했다. 마세라티는 준대형 세단 ‘기블리’·준대형 SUV ‘르반떼’ 인기에 힘입어 지난 2018년 연간 1660대 판매량을 기록했지만 2020년부터 1000대를 밑돌고 있다. 2020년에는 연간 판매량 932대, 2021년 842대, 2022년 554대, 지난해 434대로 판매량이 급감하고 있다. 올해 상반기에는 155대 판매하는데 그쳤다. 마세라티는 이달 한국 법인 출범을 시작으로 이날 공개한 신차 2종 ‘뉴 그란투리스모’와 ‘뉴 그란카브리오’로 반등에 나선다. 뉴 그란투리스모는 역동적인 성능, 고급스러운 디자인, 안락한 승차감을 중심으로 만들어진 2도어 스포츠카 쿠페다. 뉴 그란카브리오는 뉴 그란투리스모를 기반으로 제작된 4인승 컨버터블 모델이다. 뉴 그란투리스모 ‘모데나’ 트림은 최고 출력 490ps 및 최대 토크 600Nm를 발휘하며, 뉴 그란투리스모 ‘트로페오’와 뉴 그란카브리오 트로페오는 최고 출력 550ps, 최대 토크 650Nm의 성능을 자랑한다. 또 올 연말에는 마세라티 글로벌 전동화 전략의 일환으로 100% 전기로 구동하는 풀그레 라인업도 국내에 도입할 방침이다. AS 서비스 등 네트워크도 강화한다.

루카 델피노 마세라티 CCO는 “한국 시장은 럭셔리 감성과 이탈리아 장인 정신에 대한 깊은 이해도를 갖춰 마세라티의 혁신적인 제품을 접하기에 매우 이상적인 고객층을 형성하고 있다”며 “한국은 미국과 독일, 중국 등에 이어 다섯번째로 큰 시장인 만큼 현지 시장에서 최고 품질의 제품으로 럭셔리한 고객의 니즈를 충족시키는 데 주력하겠다”고 말했다.

그러나 수입차 업계에서는 마세라티가 직진출로 판매량을 확대하는 건 쉽지 않다는 시각이 높다. 우선 마세라티가 기블리 등 보급형 모델을 출시하면서 ‘드림카’라는 이미지가 사라졌다. 또 수입차 시장도 메르세데스-벤츠와 BMW, 볼보 등을 제외하면 모두 보릿고개를 넘고 있다. 여기에 마세라티 코리아 수장을 기무라 다카유키를 선택했다는 점이다. 일본 대표가 한국 대표를 겸직하는 것이다. 토요타코리아 등 수입차 업체들이 한국인을 수장으로 선임해 현지화 전략에 집중하는 것과 상반된 모습이다. 업계 관계자는 “수입차 시장이 전체적으로 좋지 않은 상황이다”며 “한국 시장 공략을 위해 현지에 최적화된 수장을 임명하는 것과 달리 일본과 한국을 겸직하는 대표를 수장으로 선임했다는 점도 아쉬움이 남는다”고 말했다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

휴가철 ‘카니발·싼타페 SUV’ 대세

엔카닷컴, 이달 중고차 시세 조사 국산·수입차 지난달비 0.68% 하락 카니발과 싼타페 등 국산 SUV가 휴가 시즌을 앞두고 주목받고 있다. 3일 엔카닷컴에 따르면 2024년 7월 중고차 시세를 조사한 결과 국산차와 수입차 대표 모델의 전체 평균 시세가 지난 달 대비 0.68% 하락한 것으로 나타났다. 이번에 조사된 중고차는 2021년식 인기 차종으로 주행거리 기준은 6만km이며 무사고 차량을 대상으로 분석했다. 국산차 전체 평균 시세는 지난 달 대비 1.52% 하락했다. 이 중 SUV 및 RV 모델이 전반적으로 다른 차종 보다 시세 하락폭이 커 휴가 시즌을 위해 SUV 구매를 준비중인 소비자들은 국내 브

랜드를 추천했다. 대표 패밀리 RV로 인기가 높은 기아 카니발 4세대 9인승 프레스티지는 2.87% 하락했으며, 스포티지 5세대 2.02WD 노블레스는 2.81%, 쏘렌토 4세대 HEV 1.6 2WD 그레비티는 2.48% 시세가 하락했다. 제네시스 SUV 모델인 GV70 2.5T AWD, GV80 2.5T AWD도 각각 2.29%, 2.18% 하락했다. 현대 더 뉴 싼타페 2.2 2WD 프레스티지는 2.88% 하락했고, 팰리세이드 2.2 2WD 프레스티지는 0.82% 하락해 상대적으로 감가 폭이 작았다. 이 외에도 KG모빌리티 베리 뉴 티볼리 1.5 2WD V3은 2.91% 떨어졌다. 수입차의 평균 시세는 전월 대비 0.



기아 카니발 하이브리드. /기아

37% 상승했다. 일부 모델을 제외한 대부분 모델의 시세가 상승한 가운데 준대형 SUV를 중심으로 시세 상승이 두드러졌다. BMW X5 (G05) xDrive 30d xLine은 2.95%, 볼보 XC90 2세대 B6 인스 크립션은 2.81%, 벤츠 GLE-클래스 W167 GLE300d 4MATIC은 2.04% 전월 대비 상승했다. /양성운 기자

‘삼성-구글’ 파트너십에 AI 반독점법 조사 물망

EU, 삼성-구글 반경쟁적 효과 검토 빅테크 기업에 대한 독점 행위 차단

인공지능(AI) 기술과 관련해 미국과 EU 등이 주요 빅테크 기업들을 반독점법 위반 혐의로 조사하는 가운데 처음으로 우리 기업의 피해 여부에 관심이 쏠리고 있다.

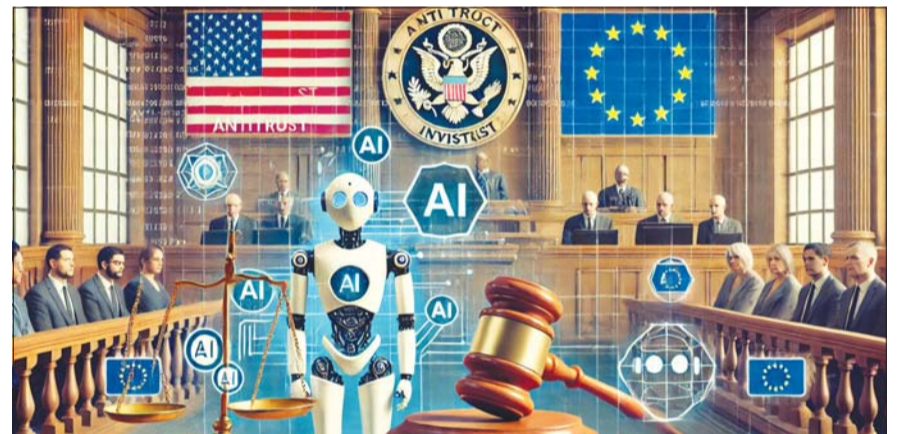
3일 블룸버그 등 외신에 따르면, 유럽연합(EU)은 삼성전자와 구글의 AI 파트너십에 대해 반독점 조사 필요성을 검토하고 있다고 보도했다.

삼성전자가 자사 AI 기기에 구글의 생성형 AI 모델 ‘제미니 나노(Gemini Nano)’를 탑재하면서 다른 AI 기업의 시장 진입을 불합리하게 차단하거나 공정 경쟁을 저해할 가능성을 살펴볼 예정이다. 빅테크 기업에 대한 독점 행위를 막기 위해 EU는 디지털 시장법(DMA)을 통해 6개 기업을 ‘게이트키퍼(Gatekeeper)’로 지정해 중점 조사하고 있다. 이번 조사는 구글이 게이트키퍼 기업 중 하나로 지정되면서 촉발되었으며, 국내 기업에 대한 조사가 가능하다는 사례로는 이번이 처음이다.

전 세계 주요 반독점 조사 기관들은 AI 기술의 빠른 발전 속에서 특히 일부 기업이 기술 개발과 상용화를 주도하며 반독점 행위를 면밀히 조사하고 있다. 최근에는 주요 AI 개발 기업뿐만 아니라 반도체 기업까지 조사 대상으로 떠오르면서 우리 기업도 조사 대상이 될 가능성이 커지고 있다.

1일(현지시간) 로이터통신은 프랑스 경쟁 당국이 지난해 9월 엔비디아(NVIDIA) GPU 부문을 압수수색한 데 이어 곧 반독점법 위반 혐의로 기소장을 발부할 예정이라고 보도했다. 프랑스는 반독점법 위반 기업에 전 세계 연매출의 10%에 달하는 벌금을 부과한다. 엔비디아의 지난해 매출은 609억 달러(약 84조 5657억 원)였다.

프랑스 경쟁 당국이 주목한 지점은 글로벌 ICT 업계의 AI 개발이 엔비디아 소프트웨어 ‘쿠다(CUDA)’에 대해 압도적인 의존도를 갖고 있다는 점과 AI 클라우드 업체 코어위브(CoreWeave)에 대한 엔비디아 투자가 AI 기술에 대한 독점 행위로 이어질 가능성이다. /김서현 기자 seoh@



미국과 유럽연합(EU) 등에서 인공지능(AI) 기술과 관련한 반독점법 조사가 이어지면서 우리 기업 또한 조사 대상 물망에 오를 가능성이 커지고 있다. /DALL-E 생성 이미지

LGU+ “AI 사용패턴 분석해 요금제 추천”

‘익시 통신 플래너’ 도입 LG유플러스가 고객의 사용 패턴을 인공지능(AI)으로 분석해 요금제·혜택 등을 관리할 수 있는 서비스를 선보인다. LG유플러스는 공식 홈페이지 ‘유플러스닷컴’과 고객센터 앱 ‘당신의U+’에 ‘익시 통신 플래너’를 도입한다고 3일 밝혔다. 익시 통신 플래너는 자체 개발한 AI 기술 ‘익시(ixi)’를 활용한 서비스로 ▲사용 중인 요금제 진단 ▲고객 맞춤형 요금제 추천 ▲혜택 추천 및 관리 등을

제공한다. 먼저 데이터, 멤버십, 관심사, 할인, 사용기간 등 5가지 속성을 바탕으로 사용 패턴을 분석하고 이를 토대로 현재 가입 요금제가 최적인지 판단하는 ‘진단 서비스’를 제공한다. 이를 통해 맞춤 요금제를 추천한다. 예를 들어 멤버십 사용량이 많은 고객에게는 VIP 멤버십 승급이 가능한 요금제를 추천하거나 온라인동영상서비스(OTT) 선호도가 높은 고객에게는 OTT 요금제를 안내하는 방식이다. /구남영 기자 koogija_tea@

KT “무료 커피·골프레슨·그랩 할인까지”

7월 멤버십 ‘달·달·혜택’ 확대 KT가 여름 휴가철을 맞아 7월 멤버십 혜택을 강화한다고 3일 밝혔다. KT는 멤버십 ‘달·달·혜택’을 통해 캐나다커피 체인 ‘팀홀튼’의 무료 커피(달달 초이스), 동남아시아 최대 교통배달앱 ‘그랩’ 할인(달달스페셜), 복합

골프 문화공간 ‘백야드’의 무료 레슨(달달 찬스) 등을 새롭게 선보였다. 또, 원하는 혜택을 골라서 하나를 받을 수 있는 ‘달달초이스’는 노브랜드 버거, 베스킨라빈스, 파리바게뜨, 배달의민족x순살만골격, GS더프렌치, 도미노피자, 롯데시네마, 이니스프리, 팔각도 할인 혜택도 제공한다. /이혜민 수습기자 hyem@