



**UPCYCLING REDESIGN FAIR  
URF 2013**

# INDEX



UPCYCLING REDESIGN FAIR  
**URF 2013**

- 개최 배경 및 목적
- 산업 동향 및 시장 분석
- 전시 안내
- 추진일정
- 예산계획



# UPCYCLING





## URF 2013 개요

명칭	업사이클링 리디자인 페어 2013 (Upcycling Redesign Fair 2013)		
전시기간	2013.10.10. (목) ~ 10. 13(일)		
전시면적	창원 컨벤션 센터 CECO 제 1, 2 전시장, 대회의실 (8,306 m <sup>2</sup> )		
슬로건	Once A*gain		
개최목적	국내 업사이클링 산업을 위한 소비자 인식 제고와 실무자 양성 도모		
전시품목	예술 작품, 업사이클링 패션, 생활용품, 가구, 문구		
부대행사	Upcycling Industry Conference, Re+made in Korea Design Contest DIY Program - Hair pop, Pouch, Noridan Performance		
주최	지식경제부, 환경부	주관	창원시
후원	한국폐기물협회, 한국디자인진흥원, 코오롱, 에이스 침대, 나이키, 힐라		

## URF 2013 엠블럼과 슬로건

가치를 더하다

Once **A+**gain

- 다시 한번 디자인 하다
- 다시 한번 가지고 싶다



UPCYCLING REDESIGN FAIR  
**URF 2013**

**RE** 를 넘어, **UP**이 되는 가치

## URF 2013 개최 필요성

‘환경 수도 창원’  
도시 마케팅



- ‘환경 창원’ 이미지를 한 단계 높일 차세대 환경산업 선도 필요

디자인의 중요성



- Design or Resign
- 감성 가치 구현을 통한 사람들의 욕구 충족

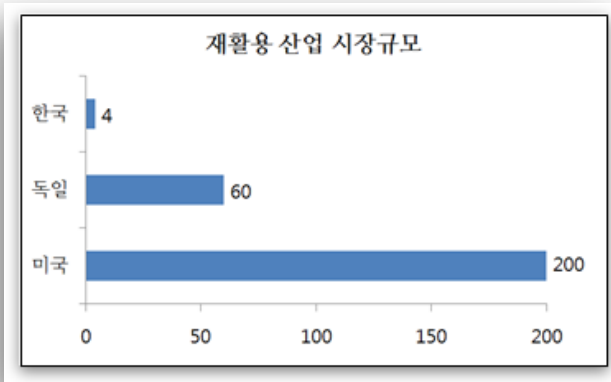
자원 순환 산업



- 순환자원의 중요성이 증가함에 따라 산업 기반 확보가 필요함

**REDESIGN**으로 두 마리 토끼를 잡자!

## 산업 현황 분석 - 창원 전시 산업과 업사이클링 산업



국내 업사이클링 업체 30여개, 중소기업

- 재활용 산업의 활성화를 위해 이미지개선 필요
- 업사이클링 산업 - 생산 및 유통구조 개선 필요

<그래프 1. 재활용 산업 시장 규모 - 매출액 기준> (단위: 조, KRW)

출처: 에코크리에이터, 김대호, 아이엠북, 2012.04.10., 56p /한국통계청, 국가통계포털, 2010년 재활용업체 매출 통계

3일 3개 분야 100여 개의 프로그램 (2012년 기준)

- '환경수도 창원'의 프로젝트를 통합하는 이미지 마케팅 필요
- 지역주민 위주의 행사 → 세계인이 주목하는 전시산업





## SWOT 분석

### STRENGTH

- 새로운 가치, 문화 창출
- 친환경적 자원의 순환 촉진
- 새로운 환경 산업의 기반 확대
- 외국에 비해 재활용률이 높음

### WEAKNESS

- 유통경로와 자원 확보 부족
- 높은 진입장벽
- 경쟁 제품의 생산 속도를 따라가기 힘든 수공업 생산 구조

### OPPORTUNITY

- 원자재 선택의 폭이 넓음
- 미개척시장 (블루오션)
- 발달된 해외시장에 해외진출 용이
- 현 정책 기조와 부합하는 산업

### THREAT

- 산업 간 협력 부족
- 소비자의 부정적인 인식
- 원자재 분류 및 공급망 부족





# 국 내외 전시회 비교 분석

## 서울 Upcycling Fair



회랑 일부

리폼 산업의 활성화

국내 기업 및 디자이너

- 리폼 경진대회
- 작품전시 및 체험 프로그램

- Upcycling을 디자인 요소로 인식
- 리폼으로 포지셔닝
- 작품과 디자인 중심 전시

엠블럼

규모

목적

참가업체

프로그램

특징

## AWRE

(Australasian Waste & Recycling Expo)



단독 부스 전시

재활용 산업 전반의 성장 도모

재활용 업체, 유통업자, 자산 관리자

- 페널 토론 및 심포지움
- 작품과 제품 전시

- 1:1 방식의 소비자와의 만남
- 재활용 산업 관련 워크숍 진행
- 새로운 제품을 시장에 소개
- 의사 결정권자간의 네트워킹

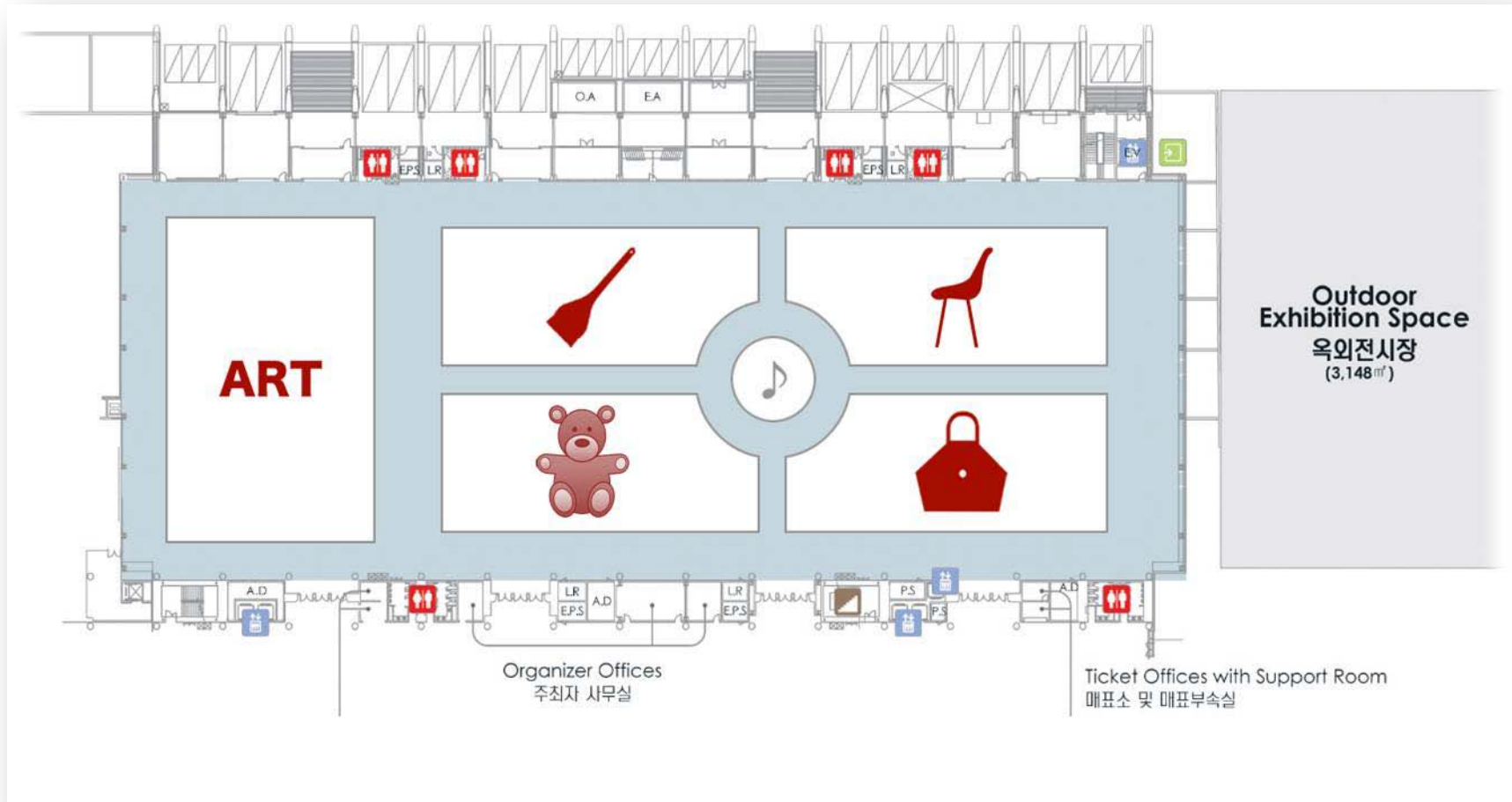


# 전시 품목



FASHION DESIGN HOUSEHOLD PRODUCT DESIGN ART EXHIBITION DESIGN FURNITURE DESIGN

 전시장 배치도

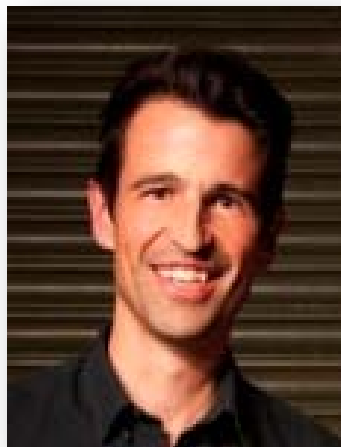


면적: Exhibition 1+2, 7,827m<sup>2</sup>

# 부대행사 - Up+cycling Industry Conference

DAY 1

DAY 2



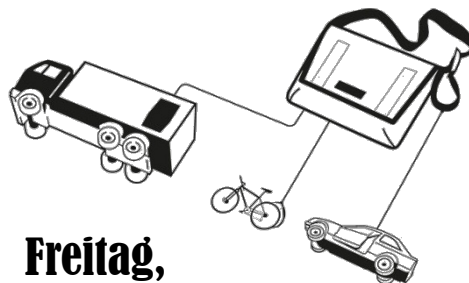
Keynote Speaker:

## Markus Freitag

- 'Freitag' 창립자
- 현수막 가방 브랜드
- 해외 포함 9개지사  
전세계 400여개점 수출

He will share

- Know-how
- Know-what
- Know-why

about **Upcycling**

**Freitag,  
Out of the Bag**

- 대상: 실무자, 유통업자
- 목표: 업사이클 산업 실무 습득
- 세미나 내용:  
정부정책자금의 이해와 활용  
사업계획서 작성법  
업사이클 산업 실무

301

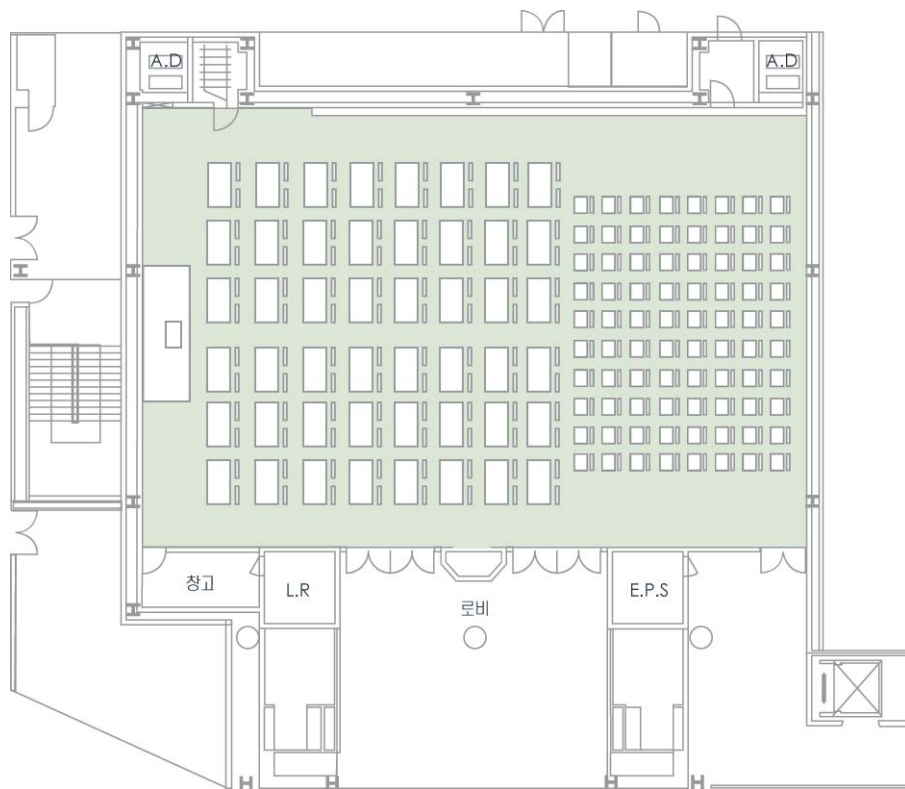
- 대상: 디자이너, 마케터
- 목표: 업사이클 디자인 구상 실습
- 세미나 내용:  
에코 디자인과 마케팅 기법  
디자인정보와 제품의 유통사례  
비관련 사물과 디자인 결합 실습

302

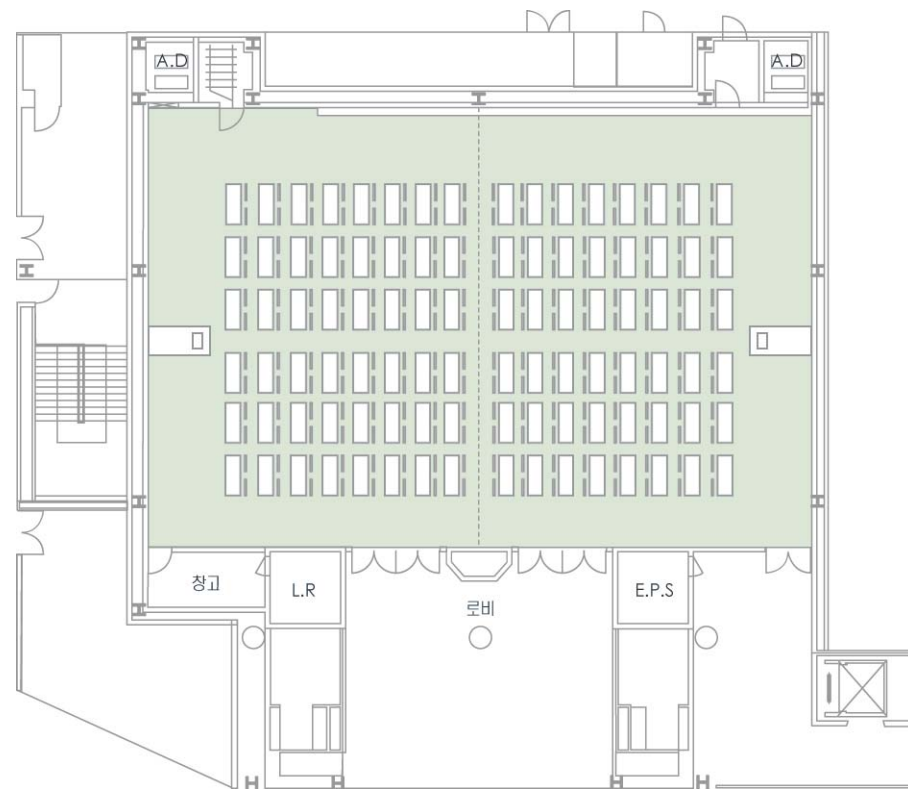


# 컨퍼런스 배치도

## CONFERENCE DAY



## SEMINAR DAY



면적: 3층 회의실 301+302, 480m<sup>2</sup>

## 기타 부대행사

### Re+made in Korea Design Contest



- 목적: 업사이클링 의식 고취  
업사이클링 디자인 제작 독려



### Do Upcycling Yourself Program

- 헌옷, 헌수막으로 헤어팝과 파우치



### Noridan Performance+



- 폐자재 악기
- 역동적 공연
- 장내 분위기 고취 목적

 URF 2013 차별화 3대 전략 - STP 분석

**S**EGMENTATION

Market A



**제품시장**

다양한 소재  
세련된 제품  
혁신적인  
DESIGN

Market B



**작품시장**

다양한 소재  
신선한 작품  
현대적인  
DESIGN

**T**ARGETING

1



DESIGN을  
중시하는  
1835세대

2



원자재, 생산,  
유통업자,  
디자이너

**P**OSITIONING

**M**OTIVATION  
**M**ARKETING

- Re+made in Korea
- Seminar

**D**ESIGN  
**M**ARKETING

- ATL - 재생지, 온라인
- BTL - Eco 마케팅

## PR 전략

### BEFORE

- Design Contest
- SNS - Facebook
- PSA 사전 접수  
(Pre-Scheduled Appointment)
- 단체관람, DM 발송
- 온라인 서포터즈
- Reverse Graffiti



### ON-GOING

- Green Convention
- PSA 프로그램 진행  
(Pre-Scheduled Appointment) :  
산업관계자간의 1:1  
네트워킹 프로그램
- 옥외 광고판 설치 :  
가로등, X - 배너  
(모든 현수막은  
업사이클링 업체로 운송)
- 온라인 서포터즈
- 기사 PR

### AFTER

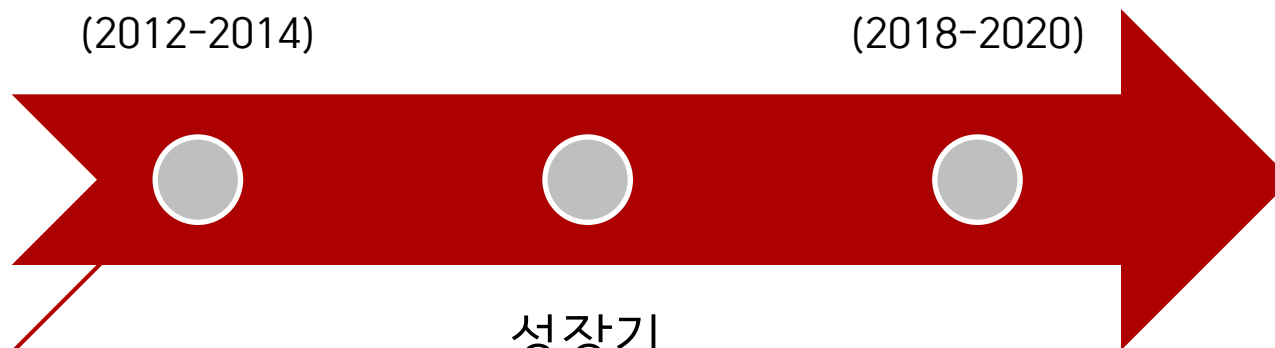
- 전시 폐기물의 Upcycling
  - 협력업체의 도움으로 폐기물은 업사이클링 업체의 원자재로 활용될 수 있도록 운송
  - 추후 이러한 업사이클링 사례를 홍보
- SNS 후기 이벤트
  - Blog, Facebook, Twitter
  - 후기 독려하여 추천으로 업사이클링 제품 제공



## URF 2013 중장기 전략

태동기  
(2012-2014)

안정기  
(2018-2020)



성장기  
(2014-2018)

### URF 2013 성과목표

전시면적	전시	7,826m <sup>2</sup>
	회의	480m <sup>2</sup>
부스	독립부스	4개 (후원업체)
	총 부스	300개
참가업체	국내	30개 업체
	해외	50개 업체
바이어	약 250명	
참관객	전시	약 43,000명
	회의	약 250명

### URF - Vision 2020 운영방침

- 개최 시기: 2년 주기, 가을, 국제행사
- 공백기: 지역 단위별 소규모 행사 주최 디자이너 및 실무자 발굴을 위한 교육 워크샵 (1, 3분기)  
Private 방식으로 원자재업체, 생산업체, 유통업체 간의 모임 주도
- Once A+gain 캠페인 - 온라인

 기대 효과

정책적



- '저 탄소 녹색성장', '폐기물 자원화 에너지' 인식 확산
- 정책범위 확대

경제적



- 재활용산업 확대
- 새로운 인력 양성
- 수익구조 개선

환경적



- 자원 낭비 감소
- 탄소 발생 절감

사회·문화적



- 재 소유 문화 확산
- 순환자원의 개념 확산





## URF 2013 일정

	10. 10 (목)	10.11 (금)	10.12 (토)	10. 13(일)
08:00				
09:00				
10:00	HAIR POP 체험활동	HAIR POP 체험활동	노리단 공연	노리단 공연
11:00				
12:00				
13:00	등록	등록	HAIR POP 체험활동	파우치 만들기
14:00	통합 컨퍼런스  3층 301, 302	URF 2013  3층 전시실  Upcycling 실무 세미나  3층 301, 302	URF 2013  3층 전시실	URF 2013  3층 전시실
15:00				
16:00				
17:00			파우치 만들기	HAIR POP 체험활동
18:00				
19:00				



## 예산 계획

### 수 입

### 지 출

항 목	금 액	항 목	금 액
1. 부스임대료	185,000,000	1. 초청 비	20,492,000
2. 입장료	80,000,000	2. 행사장 임대	104,291,510
3. Conference	4,000,000	3. 행사 조성	122,870,000
4. 체험 비	400,000	4. 행사 운영비	6,250,000
5. 정부 지원금	150,000,000	5. 배부용품	1,500,000
6. 협회 및 기업 후원금	150,000,000	6. 운영요원 인건비	22,490,000
		7. 전시회 인쇄물	8,109,000
		8. 홍보	16,150,000
		9. 공모전	5,200,000
		10. 기타	13,000,000
<b>합 계</b>	<b>569,400,000</b>	<b>합 계</b>	<b>307,352,510</b>



Thank you