

1년에 두 번 여성은 여왕이 된다

길거리에 늘어선 꽃다발, 아오자이를 입은 여성들, 곳곳에 걸린 축하 플래카드... 베트남은 지난 3월 8일 ‘국제 여성의 날’을 맞이하여 각종 이벤트로 거리마다 활기를 띠었다. 이 특별한 기념일에 많은 남성들은 여성의 날을 축하하고자 연인에게 케이크, 꽃다발, 향수 등 다양한 선물을 한다. 연인 뿐 아니라 가족, 친구 등 모든 관계의 여성들에게 축하를 전하는 날이기도 하다.

베트남은 여성의 날이 1년에 두 번 있는 나라로, 3월 8일 국제 여성의 날을 제외하고도 10월 20일 베트남 정부가 지정한 ‘베트남 여성의 날’이 존재한다. 이 기념일은, 1930년 베트남여성연합회가 창립된 날을 기념해 베트남 정부가 지정했다. 이는 베트남 역사상 처음으로 국가여성단체가 설립된 날로, 이 날을 기점으로 베트남 여성들은 처음으로 투표권을 가지고 사회에 진출할 수 있었다. 또한 비슷한 기념일로 5월 10일 어머니의 날이 있다.

여성을 존중하고 여권을 신장하자는 목적으로 만들어진 기념일인 만큼, 매년 두 번 있는 여성의 날에는 다양한 곳에서 여성의 인권을 위한 축제가 열린다. 또한 공공기관이나 기업에서는 다양한 업적이나 성취를 이룬 여성들에게 수상을 하기도 한다.



| 남학생들이 여학생을 위해 준비한 파티와 회사에서 개최된 파티 현장 |

여성 뿐 아니라 여성 위인을 기리기 위한 행사

베트남은 여성이 강한 나라이다. 8,600만 명에 달하는 청년 인구 중, 여성의 인구는 4,343만 3,854명으로 전체 인구의 50.6%를 차지하고 있다. 또한 OECD와 아시아개발은행(ADB)이 공동으로 발표한 ‘2019 동남아시아 정부 개요 보고서’에 따르면 베트남의 여성 경제활동인구 비율은 48.5%로 동남아에서 가장 높은 수치를 기록하고 있다. 또한 현재 베트남 여성의 공공부문 일자리는 46%에서 48.1%로 증가하는 수치를 보이고 있으며 동남아 평균인 46.9%보다 높다. 베트남 내 여성 사업주 비율은 전체 사업주의 35%를 차지하고 있으며 자영업자의 경우 48%로 역시 낮지 않다.

또한 여성의 날은 단순히 오늘날의 여성들을 위한 것뿐만 아니라 역사 속 베트남 여성 위인들을 기리는 날이기도 하다. 베트남은 다른 나라에 비해 여성 위인들이 많은데, 대표적으로는 쯔 자매(Hai Ba Trung), 베트남공산당의 여전사인 왕티민카이(Nguyen Thi Minh Khai), 최연소 여군 영웅 보티사우(Vo Thi Sau) 등이 있다. 베트남인들은 여성의 날을 주요 행사로 기념하여 이러한 여성 영웅들의 헌신에 보답하고자 한다.



| 식음료업계가 준비한 여성의 날 프로모션 광고 |

여성들에게 꽃과 카드, 선물 주는 문화 형성

한국에서는 여성의 날이 다른 기념일에 비해 규모가 크지 않지만 베트남에서는 전 국민이 중요하게 생각하는 기념일이다. 여성들에게 각광받는 날임은 분명하다. 이 날 남성은 주변의 여성에게 축하의 메시지나 꽃을 전달하지 않는다면 미움을 살 수 있어 주의해야 한다. 항간에 ‘여성의 날에 꽃을 챙기지 못한 남편은, 1년 내내 부인의 등상에 힘들다’는 말이 있을 정도이다. 여성의 날은 1년에 두 번, 베트남 여성들이 공주, 왕비가 되는 날이다.

비단 지인들끼리만 교류하는 기념일이 아닌, 학교와 같은 기관이나 혹은 기업 차원에서 이벤트를 기획하기도 하는 등 여성의 날은 베트남의 전통적인 기념일처럼 여겨지고 있다. 학교에서는 남학생들이 여교사, 여학생들을 위해 자발적으로 돈을 모아 꽃과 카드를 선물하고, 회사에서는 모든 직원들을 불러 모아 식사를 대접하는 등의 행사를 진행한다.

식음료업계 기념일 맞춤 이벤트 준비

중국발 코로나 바이러스 때문에 세계 경제가 주춤한 가운데에도 불구하고 올해 역시 여성의 날의 떠들썩한 분위기는 여전했다. 젊은 인구가 많은 베트남답게 모두 바깥에 나와 여성의 날을 즐긴 덕분에 한동안 한산했던 거리는 오랜만에 마스크를 착용한 연인들과 가족들로 붐볐다. 사람들은 여성의 날을 기념해 아오자이를 착용하고 한 손에는 꽃을 든 채 사진을 촬영하는 등 이날 하루만큼은 모든 사람들이 바이러스를 잊은 듯, 여성의 날을 즐겼다.

축제처럼 펼쳐지는 기념일인 만큼 화훼산업이나 제과업계, 여성의류업계에서는 대목을 노리는 시즌이기도 하다. 많은 기업들이 코로나 바이러스로 얼어붙었던 소비자의 지갑을 열기 위해 다양한 마케팅을 시도했다. 가방, 주얼리, 여성의류, 신발 업계는 여성의 날을 겨냥한 다양한 프로모션 혜택을 내놓았고 화훼산업 종사자들은 온라인으로 꽃다발을 주문받아 직접 배달하는 서비스를 하기도 하였다.

식음료업계 역시 오랜만에 찾아온 매출상승의 기회를 놓치지 않기 위해, 각양각색의 이벤트를 준비했다.

스타벅스, 타이거 슈가 등 음료 업계에서는 여성의 날 딱 하루만 적용되는 ‘원 플러스 원’ 행사를 진행하고, 뚜레주르를 비롯한 제과업계에서도 여성의 날 기념 케이크를 제작하여 홍보·판매하였으며 외식업계에서도 할인행사로 손님 유치에 힘썼다.

Key Point

여성의날 특화상품 개발 필요

기념일은 매출 상승을 위한 날이라 해도 과언이 아니다. 지출을 자제하던 소비자들도 이날만큼은 가족과 친구, 연인을 위해 아낌없이 소비하기 때문이다. 식음료분야에서는 더욱 그렇다. 대다수의 사람들이 근사한 레스토랑이나 카페에서 식사하거나 차를 마시고, 선물용 케이크나 제과, 초콜릿과 캔디 등을 선물하기 때문이다. 여성의 날이 두 번, 어머니의 날이 한 번 - 1년에 세 번이나 여성을 위한 기념일이 준비된 베트남의 시장상황에 대비해, 우리 기업들도 베베로데이나 발란타인데이와 유사하게, 기념일 특화 상품을 발굴해 적극적인 마케팅을 펼친다면 매출신장에 도움이 될 것으로 보인다.