300만명 찾는 코엑스서 외식문화의 신세계 열다

SHINSEGAE FOOD

데블스도어 파티·공연 즐기는 스포츠펍

쓰리트윈즈 고급 아이스 디저트 카페

버거플랜트 고객과 함께 만드는 버거

왼쪽부터 데블스도어, 쓰리트윈즈,버거플랜트 매장. /신세계푸드

국내 대표 복합 외식문화 공간이 코엑스에 들어섰다.

신세계푸드는 서울 강남구 삼성동 코엑스 1층에 새로운 콘셉트의 매장은 데블스도어, 쓰리트윈즈, 버거플랜트 등 3곳을 오픈했다고 11일 밝혔다.

지난 4월부터 코엑스 컨벤션 센터의 케이터링을 운영해 온 신세계푸드는 케이터링과의 시너지 효과를 내기 위해 전시동 1층에 약 1300㎡(400평) 규모의 초대형 외식매장 운영을 준비해왔다. 특히 코엑스가 트렌디한 직장인과 구매력이 높은 가족 단위의 고객들이 주로 찾는다는 점에 주목했다. 이에 신세계푸드가 운영 중인 외식매장 가운데 젊은 층이 선호하는 수제맥주 펍 '데블스도어', 유기농 아이스크림 '쓰리트윈즈'에 새로운 콘셉트를 접목하고, 지난해부터 개발해 온 신규 버거 브랜드 '버거플랜트'의 팝업 스토어를 선보였다.

데블스도어 코엑스점은 고유의 빈티지한 느낌은 살리면서 주류, 음식, 음악, 게임을 함께 즐길 수 있는 스포츠펍 콘셉트로 구성했다. 1000㎡(300평), 400석 규모의 웅장한 매장에 클럽 스타일의 조명과 DJ부스를 설치해 트렌디한 분위기에서 파티와 공연을 즐길 수 있도록 했다.

또한 중앙에 위치한 바 테이블 상단에는 대형 LED 스크린을 설치해 축구, 야구 중계를 관람할 수 있도록 하고 매장 곳곳에 셔플 보드, 비어 퐁, 다트 등을 설치해 게임을 즐길 수 있도록 했다.

주류는 데블스도어 대표 수제맥주 7종과 갓파더, 올드패션드 등 칵테일 9종 등 16종을 판매한다. 음식는 데블스도어에서 브런치를 즐기는 여성과 수제맥주와 함께 식사를 원하는 직장인들을 위해 피자, 스파게티, 스테이크를 강화했다.

쓰리트윈즈는 고급 디저트 시장의 성장세에 따라 32석 규모의 프리미엄 아이스 디저트 카페로 변신했다. 미국에서 직수입한 쓰리트윈즈 유기농 아이스크림에 신세계푸드가 자체 생산한 베이커리, 음료 등을 접목한 팬케이크, 빙수, 쉐이크, 조각케이크 등 13종이 새롭게 출시됐다. 앞으로 확대될 쓰리트윈즈 매장의 플래그십 스토어로서 운영된다.

'고객과 함께 만드는 버거 전문점'이라는 콘셉트로 팝업스토어를 오픈 한 버거플랜트에서는 4000~6000원대 합리적인 가격의 버거 세트와 샐러드를 판매한다. 100% 호주산 청정우 패티, 국내산 치킨 패티, 자체 개발한 프리미엄 스펀지 도우 버터 번 등 최상급 식재료를 지난 1년간 신세계푸드 본사 테스트 키친에서 수 천명의 소비자의 조사를 통해 찾아낸 직화 그릴 방식으로 주문과 동시에 만들어 고급스러운 버거 본연의 맛을 느끼게 한다.

또 모바일로 제품 및 매장 정보 확인, 주문, 결제 등을 미리 하는 모바일 오더 프로그램을 개발해 고객이 손쉽게 제품을 구입할 수 있도록 도입했다. 고객이 함께 만들어 간다는 콘셉트에 맞춰 레시피 또는 버거의 이름을 제안하는 '플랜트 어 트리(Plant a Tree)' 프로모션도 진행한다. 매월 고객이 제안한 버거 2종을 출시해 판매수익의 일부는 제안자에게 제공하고, 재미있는 버거 이름을 제안한 고객에게는 상품을 제공해 적극적인 고객참여를 이끈다는 계획이다. 신세계푸드는 버거플랜트 코엑스 팝업스토어를 통해 올해 말 정식 론칭 할 버거플랜트에 대한 소비자들의 관심을 높이고 브랜드 완성도를 높여간다는 방침이다.

신세계푸드 관계자는 "연간 300만명이 찾는 서울지역 최대 복합쇼핑몰 코엑스에서 성공적인 식음시설 운영을 통해 신세계푸드의 역량을 한 단계 업그레이드하는 것은 물론 인지도를 높일 계획"이라며 "프리미엄 케이터링과 새로운 콘셉트의 외식 매장을 통해 국내 대표 복합 외식문화 공간으로 만들어 갈 것"이라고 말했다. /박인웅 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

하이트 엑스트라콜드 '썸머 에디션 72'

하이트진로, 여름 한정판 선봬

하이트진로가 하이트 엑스트라콜드 여름 한정판 '썸머 에디션 72'을 출시한다고 11일 밝혔다.

여름을 상징하는 다양한 아이템을 모티브로, 젊고 감각적인 디자인으로 완성했다. 동시에 72종의 멀티 패키지를 선보인 것은 국내 브랜드 최초다.

하이트진로는 이번 에디션을 통해 하이트 엑스트라콜드의 원초적 시원함을 다채롭게 표현하고, 소비자들에게 색다른 재미도 선사해 브랜드의 젊고 감각적인 이미지를 강화한다는 계획이다.

'썸머 에디션 72'는 여름, 페스티벌, 열정 등 3가지 테마 아래 72종의 각기 다른 라벨 디자인이 '아트 컬렉션' 형태를 이룬다. 해변, 파도, 선글라스, 서핑, 수영복, 파도, 아이스 등 여름을 대표하는 아이콘을 자유롭고 화려하게 표현했다. 브랜드 로고를 제외한 디자인 요소의 일관성을 파괴하되, 컬러, 패턴 등은 통일성을 유지했다.

특히 이번 에디션에는 소비자 대상 디자인 공모전 당선작도 포함돼 눈길을 끈다. 지난 3월 소비자 소통 확대의 일환으로 진행한 공모전에서 최종 당선된 천민정 씨의 작품이 이번 에디션에 반영됐다. 소비자들의 열린 참여를 통해 창의적 디자인을 적용했다는 평이다.

'썸머 에디션 72'는 오는 12일 첫 출고되며, 500㎖ 병 제품에만 적용, 전국 유흥주점 등을 통해 판매될 예정이다. /박인웅 기자 parkiu7854@

"롯데몰 은평에서 광장시장 맛집 즐기세요"

'광장시장 먹거리 팝업스토어' 운영

내달까지 빈대떡·마약김밥 등 마련

고객들이 롯데몰 은평 '광장시장 먹거리 팝업스토어'에서 메뉴를 고르고 있다. /롯데자산개발

롯데몰 은평에서 광장시장의 대표 먹거리들을 즐길 수 있다.

롯데자산개발은 오는 7월 31일까지 은평구에 있는 롯데몰 은평에 전통시장 인기 먹거리를 한데 모은 '광장시장 먹거리 팝업스토어'를 운영한다고 11일 밝혔다.

롯데몰 은평을 찾는 고객들은 오는 7월 31일까지 약 두 달간 서울 서북 상권에서 광장시장의 매력을 느끼는 이색적인 기회를 맘껏 누릴 수 있다. 4층 식당가에 들어서는 '광장시장 먹거리 팝업스토어'는 광장시장의 명소인 '순희네 빈대떡'을 중심으로 다채로운 메뉴를 통해 고객의 입맛을 사로잡을 계획이다.

우선 광장시장의 명물인 녹두빈대떡과 고기완자를 판매한다. 마약김밥, 광장시장 떡볶이, 전통순대 등 외국인 관광객들에게까지 널리 알려진 메뉴도 다양하게 준비했다. 또한 수제 닭꼬치, 깐풍기, 비빔국수, 만두, 햄버거 등도 한자리에서 맛볼 수 있다. 막걸리 메뉴도 곧 추가할 예정이다.

전통시장의 별미를 누구나 부담없이 즐길 수 있도록 먹거리의 가격도 합리적으로 설정했다. 3500원(수제닭꼬치)부터 메뉴 가격이 시작되며, 마약김밥, 광장시장 떡볶이, 찰순대, 갈비만두, 비빔국수, 고기완자, 녹두빈대떡 등 대부분의 음식을 1만원 이하 금액으로 먹을 수 있다.

롯데몰 은평 김경태 점장은 "이번 팝업스토어는 롯데몰 은평이 그간 진행해 온 상생활동의 연장선상에서 전통시장의 별미를 자연스럽게 소개하는 기회가 될 것"이라며 "앞으로도 몰링족들에게 전통시장의 다양한 매력을 선보이며 맛집 트렌드를 선도해 나가겠다"고 밝혔다. /신원선 기자 tree6834@

LG생활건강 '피지×마리몬드' 한정판 출시

영업이익의 50% 이상 기부

LG생활건강이 프리미엄 세탁세제인 피지(FiJi) 시트세제에 마리몬드의 '복숭아꽃' 디자인을 적용한 '피지(FiJi) 시트세제×마리몬드' 콜라보레이션 한정판을 11일 출시했다. 마리몬드는 일본군 위안부 피해 할머니 개개인의 스토리에서 영감을 받은 꽃 패턴을 적용한 제품을 판매하는 라이프 스타일 브랜드다. 영업이익의 50% 이상을 사회 문제 해결을 위해 기부한다.

피지 시트세제는 유명 크리에이터 '반도의 흔한 애견샵 알바생'과 함께 B급 코드를 활용한 파격적인 동영상 광고를 제작해 신선한 충격을 준 바 있다. 해당 동영상은 유튜브 업로드 이후 조회수 73만회를 돌파하며 '시트형 세제'에 대한 인지도를 끌어올렸다. /김민서 기자 min0812@

스타벅스 리저브와 함께하는 별빛이야기

6월 12·14·26일 명사 특강 진행

스타벅스커피 코리아는 이달 12일, 14일, 26일 총 3회 동안 오후 7시부터 별마당 도서관 특설무대에서 '스타벅스 리저브와 함께 하는 별빛 이야기' 명사 특강을 진행한다고 11일 밝혔다.

'스타벅스 리저브와 함께 하는 별빛 이야기'는 스타벅스가 스타필드 코엑스몰과 함께 2017년부터 진행하고 있는 문화나눔 행사다. 스타벅스는 지난해 10월에 첫 진행한 2번의 명사 특강 이후 고객 참여 요청이 많아 11월까지 행사를 4회 추가 연장한 바 있으며, 이미도 작가, 김수영 작가, 시인 박준, 시인 글배우, 소설가 장강명 등 다양한 문화계 명사들을 초청하는 6회 특강을 통해 총 500여명의 시민들이 참석했다.

올해 행사는 첫 번째 순서로 12일에는 KJ 인문경영원 임용한 대표가 '세상의 모든 혁신은 전쟁에서 탄생했다'는 주제로 강연을 시작한다. 14일에는 스타벅스 글로벌 커피 대사인 메이저 코헨을 초청해 '커피 스토리'를 주제로 스페셜티 커피의 세계에 대해 소개하는 시간을 갖는다. 메이저 코헨은 1995년 스타벅스에 입사해 올해로 23년째 근무하며 전 세계 30여만 명의 스타벅스 바리스타를 대표하는 글로벌 커피 대사로서 커피 교육 프로그램을 관리하고 있다. 26일에는 홍익대학교 유현준 교수가 '사람이 만드는 도시, 도시가 만드는 사람'을 주제로 강연을 진행할 예정이다.

총 80개의 객석을 마련해 특강일 당일 6시 10분부터 현장 접수를 통해 선착순으로 입장할 수 있다. 참석자 240명 전원에게는 식전에 스타벅스 리저브 커피를 제공하고, 행사 종료 후 특별 제작한 기념 텀블러를 증정한다. /박인웅 기자