

‘세기의 담판’에 식품·외식업계도 정상회담 마케팅

오비맥주
화합·협력 메시지 담은 영상 제작
파파존스
6월 기념하는 할인 프로모션 진행

도널드 트럼프 미국 대통령과 김정은 북한 국무위원장이 12일(현지시간) 싱가포르 센토사 섬의 카펠라 호텔에서 세기의 만남을 가졌다. 이에 식품·외식업계도 관련 마케팅에 나서고 있다.

또한 이번 두 정상의 만남으로 남북 경제협력력이 강화될 것이라 기대감이 커지고 있어 업계에서는 대북사업 준비에도 나서고 있다.

오비맥주 미국과 북한 두 정상의 만남을 계기로 화합과 협력의 메시지를 담은 ‘프레시 스타트’ 영상을 제작, 공식 SNS 채널을 통해 공개한다고 밝혔다.

카스는 수많은 역경을 딛고 마침내 성사된 북미정상회담처럼 불편한 관계도 대화를 통해 새로운 관계로 다시 거듭날 수 있다는 메시지를 실생활의 에피소드들로 연출했다. 무수히 많은 관계 속에서 어려움을 겪는 청춘들에게 화합의 중요성을 일깨우기 위해 불편하고 어색한 관계의 청춘 남녀들이 화해해 나가는 과정을 스



오비맥주 ‘프레시 스타트’ 영상

/오비맥주

토리텔링 형식으로 영상에 담았다.

‘프레시 스타트’ 영상에는 헤어진 연인, 유튜버와 악성 누리꾼, 절교한 친구, 전(前) 동업자 등 모두 네 커플의 사연과 대화가 등장한다. 이들은 모두 과거에서 서로에게 상처를 받아 절연하거나 적대적인 관계에 놓인 상황이다. 카스는 루프탑 바(Bar)에서 아름다운 야경과 함께 이들이 그 동안 쌓인 오해와 감정을 풀 수 있는 소통의 매개체로 등장한다. 카스와 함께 오랫동안 대화를 나눈 각 커플들은 서로의 잘못을 인정하고 사과하며 이전보

다 더욱 돈독한 사이로 새로운 만남이 어갈 것을 암시한다.

오비맥주 관계자는 “브랜드 차원에서 평화와 화해의 분위기가 지속됐으면 하는 바람을 소비자들에게 전달하는 것이 이번 광고의 취지”라며 “불편하고 어색한 청춘 남녀들이 카스와 함께 극적으로 서로 화해하는 과정을 보여줌으로써 우리도 일상 속에서 반목과 질서를 벗어나 서로 화합하자는 메시지를 담았다”고 말했다.

파파존스도 6월을 기념하는 할인 프로



파파존스가 ‘대한민국의 역사적인 6월을 함께합니다’ 이벤트를 진행한다.

/파파존스

모션을 진행한다. 파파존스는 역사의 순간을 함께하는 의미로 14일까지 파파존스 피자 라지 사이즈 이상 전 메뉴에 30% 할인을 제공한다. 파파존스 온라인 채널(홈페이지, 모바일 웹, 앱)을 통해 주문할 경우 할인 혜택을 적용받을 수 있다.

파파존스 관계자는 “북미 정상회담, 지방선거 등 국내외 큰 이슈로 전 세계인의 관심이 집중되는 6월을 기념하고자 이번 프로모션을 마련했다”며 “글로벌 브랜드 파파존스 피자와 함께 다시 없을 역사적인 순간을 누리시길 바란다”고 밝혔다.

북미 두 정상의 만남으로 남북 경제협력력이 강화될 것이라 기대감이 커지고 있다. 유통업계와 식품업계는 대북 사업 준

비에 나섰다.

롯데그룹은 대북사업을 추진하고 있다. 지난 3일 롯데는 그룹 내 북방 태스크포스(TF)를 구성하고 북방지역과의 교류를 활성화하겠다고 밝혔다. 북방지역은 북한, 러시아 연해주, 중국 동북 3성 등을 말한다.

TF장은 오성엽 롯데지주 커뮤니케이션실장(부사장)이 맡는다. TF에는 롯데지주 공유가치창출(CSV)팀·전략기획팀 임원, 식품·호텔·유통·화학비즈니스유닛(BU) 임원, 롯데 미래전략연구소장도 참여한다. 이에 따라 TF는 총 8명으로 구성됐다. 롯데는 식품·관광 계열사를 앞세워 교류를 활성화할 계획이다. 국제기구 등과 협력해 문화·경제적 지원을 확대하는 방안도 검토하고 있다.

오리온은 과거 개성공단 입주업체에 중간판매상을 통해 초코파이를 판매한 바 있다. 당시 초코파이는 북한 암시장에서 거래될 정도였다. 향후 남북관계 개선되면 대북사업을 준비하거나 검토한다는 입장이다.

기존에 대북사업 경험이 없는 오투기는 남북 경제협력력이 본격화되면 대북사업을 추진할 수 있다는 뜻을 전했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metro.co.kr

시원한 의류 한곳에... 롯데백화점 ‘웰컴 투 아이스랜드’

냉감 소재 ‘쿨링’ 상품 할인 행사

롯데백화점은 13~28일 냉감 소재로 만들어 더운 날씨에도 시원하게 입을 수 있는 ‘쿨링’(cooling) 상품을 판매하는 ‘웰컴 투 아이스랜드’ 행사를 연다.

행사에서는 노스페이스, 라푸마, 컬럼비아, 몽벨 등 인기 브랜드 제품을 10~20% 할인 판매한다.

K2는 쿨 티셔츠를 7만 원 이상 사면 1만 원 할인해주고, 네파, 디스커버리, 블랙야크 등은 10만 원대, 20만 원대, 30만 원대 등 구매 금액대 별로 10~20% 할인해준다.

또한, 냉감 기능 및 향균 기능 등 여름에 입기 좋은 티셔츠 상품들을 선보인다. 대표적으로 기능성 냉감 소재를 사용해 피부 접촉 시 지속적으로 냉감을 느낄 수 있는 ‘아이더 아이스티’를 10만원에, 기능성 소재를 사용해 피부



롯데백화점 매장에서 아이스 의류를 고르고 있다.

/롯데백화점

접촉 시 시원함을 생성하고 향균 처리를 도와 땀냄새를 잡아주는 블랙야크의 ‘야크 아이스티’를 6만9000원에 판매한다.

한편 더운 날씨가 예년보다 일찍 찾아오면서 시원한 소재의 기능성 의류

를 찾는 사람이 늘었다.

롯데백화점에 따르면 이달 들어 노스페이스, 아이더, 블랙야크 등 기능성 소재를 전면으로 내세운 브랜드의 매출은 지난해 같은 기간보다 최대 20% 가량 증가했다. /신원선 기자 tree6834@

롯데마트서 생리컵 판매 ‘불편했던 직구는 그만’

대형마트 최초 생리컵 판매 개시

유해성 논란을 빚은 일회용 생리대의 대안으로 떠오른 생리컵을 대형마트에서도 살 수 있게 됐다.

롯데마트는 대형마트 최초로 일회용 생리대의 대체품으로 각광받고 있는 생리컵을 판매한다고 12일 밝혔다.

지난해 일회용 생리대의 유해성 논란이 커지면서 온라인이나 사회관계망 서비스(SNS) 등에서 생리컵, 면 생리대 등이 대체품으로 주목받고 있다. 그러나 기간 해외직구로만 구할 수 있어 많은 소비자들이 구매와 관련된 불편을 겪거나 가격적인 측면에서 불만이 컸던 것이 사실이다.



위드컵

/롯데마트

이에 롯데마트는 식품의약품안전처에서 최초로 허가(의약품)받은 국내 1호 ‘위드컵’ 2종을 소비자들이 쉽게 구입할 수 있도록 오는 13일부터 잠실역, 서울역점 등 전 점포와 온라인몰인 롯데마트몰

을 통해 선보인다.

‘위드컵’은 의료용 실리콘으로 제조되어 소비자들이 안심하고 사용할 수 있다. 해외 직구 상품 대비 저렴하며, 배송기간에 대한 부담이 없다.

또한 최대 2년간 위생적으로 사용할 수 있어, 일회용 생리대에 비해 가성비 측면에서도 뛰어난 것으로 알려졌다.

이호철 롯데마트 홈퍼스널케어팀장은 “일회용 생리대의 대체품인 생리컵을 해외직구 상품 대비 합리적인 가격으로 선보인다”며 “가까운 롯데마트나 롯데마트몰에서 손쉽게 구매할 수 있어, 고객들의 해외 배송비와 배송기간에 대한 부담도 덜어줄 수 있을 것으로 기대된다”라고 말했다. /신원선 기자



‘여름 제철 과일로 몸보신하세요’

12일 오전 서울 서초구 농협유통 양재점에서 직원들이 ‘여름 제철 보양식 과일 대전’의 과일을 선보이고 있다. 농협유통은 양재점에서 참외, K토마토, 바나나, 친환경 블루베리, 감귤, 체리 등을 최대 34% 할인 판매 한다. /연립뉴스

라면이 티셔츠 속으로... 장벽 깬 이색 콜라보

LF ‘TNGT’·삼양식품 협업 제품 출시

라이프스타일 전문기업 LF의 남성복 브랜드 TNGT가 삼양식품과 협업한 이색 패션 제품을 출시한다고 12일 밝혔다. 이중 업종간 장벽을 깨고 새로운 가치와 신선한 재미를 선사하고자 진행된 이번 협업에서 TNGT는 소비자들에게 친숙한 삼양식품의 특징을 감각적인 스타일로 제품에 풀어냈다.

TNGT는 삼양라면, 나가사끼 짬뽕, 불닭볶음면 등 삼양식품의 대표아이템의 로고를 워트하는 그래픽으로 활용하



는 것은 물론, 상징적인 색상 조합으로 총 10가지의 콜라보레이션 제품을 선보인다. /김민서 기자 min0812@

구찌, 신세계百貨 본점에 남성전용 매장 오픈

구찌(Gucci)가 서울 명동에 위치한 신세계백화점 본점에 남성 스토어를 오픈했다고 12일 밝혔다.

이 매장은 자신만의 스타일을 추구하는 남성들을 위한 쇼핑 공간으로, 의류, 여행가방, 신발, 가죽 소품 등 다양한 제품이 갖춰져 있다. 크리에이티브 디렉터 알레산드로 미켈레가 제안하는 감각적이고 현대적인 제품을 만나볼 수 있다.

구찌 신세계百貨 본점 남성 매장은 절제미가 돋보이는 내부 장식을 통해 고객들에게 편안함과 안락함을 제공한다. 가죽 소재의 의자와 원형 식탁 등을 배치해 부드러우면서도 감각적인 공간을 연출했다.

또 ‘컨템포러리 럭셔리(contemporary luxury)’라는 브랜드의 비전을 아름답고 독특한 자재뿐만 아니라 여백의미를 통해 재현했다. /김민서 기자