

화훼농가 돕기 챌린지 등 코로나19 극복나선 유통가

유통가 CEO, 캠페인 적극 동참

최수정 한국코카콜라 대표
‘플라워 버킷 챌린지’ 화훼농가 도와
체육대상 수상자들에게 꽃다발 전달

이효율 풀무원 총괄 CEO
‘스테이스트롱 캠페인’ 적극 동참
“코로나19 종식에 임직원 한마음”



최수정 대표가 9일 화훼농가 돕기 릴레이 캠페인 ‘플라워 버킷 챌린지’에 참여했다. /한국 코카-콜라



9일 이효율 총괄CEO가 ‘스테이 스트롱’ 캠페인에 동참하는 모습. /풀무원

유통채널 CEO들이 신종코로나바이러스 감염증(코로나19) 극복을 위한 다양한 캠페인에 참여하고 있다.

9일 업계에 따르면 최수정 한국 코카-콜라 대표는 코로나19로 어려움을 겪는 화훼 농가를 위해 ‘플라워 버킷 챌린지’에 동참한다. 최 대표는 비대면 개별 시상식으로 진행된 올해 25회 코카-콜라 체육대상 수상자들에게 꽃다발을 전달한다.

올해는 감염병 확산으로 도쿄 올림픽 연기라는 초유의 사태가 발생해 4년간 땀 흘리며 노력해온 선수들에게 허탈감을 안겨준 해다. 이에 최 대표는 선수들을 위로

하고자, 최우수수상 오상욱 (펜싱), 우수수상 조구함 (유도), 강재영 (양궁), 남자휠체어농구대표팀 등 총 30여 명의 25회 코카-콜라 체육대상 수상자들에게 꽃다발을 안겨주기로 한 것이다.

최 대표는 “어려운 시기를 극복하고 전 세계에 태극전사들의 저력을 보여줄 수 있도록 응원하기 위해 꽃을 드리게 됐다”며 “코카-콜라가 화훼 농가를 위한 작은 활동에 동참할 수 있어 기쁘고, 대한민국 국민이 일상 속 소중한 순간을 통해 힘든 시간을 잘 헤쳐나가기길 기원한다”고 말했다.

플라워 버킷 챌린지는 최근 각종 모임과 행사가 연이어 취소되면서 판로가 막힌 화훼 농가의 꽃·식물을 구매하는 공익 릴레이 캠페인으로, 추천받은 사람이 캠페인에 참여한 뒤 다음 참가자를 추천하는 방식으로 진행된다.

이날 문석 한화호텔앤드리조트 대표도 ‘플라워 버킷 챌린지’ 캠페인에 동참한다고 밝혔다. 현 상황에도 고객에게 안전한 휴식 제공을 목표로 일하고 있는 한화호텔앤드리조트 현장 직원들에게 화훼농가에서 구매한 꽃다발을 건넬 예정이다.

문 대표는 “이번 챌린지 동참을 통해 화훼농가에 조금이나마 도움이 되길 바란다”며 “한화그룹의 사회공헌 철학인 ‘함께 멀리’의 의미를 되새기겠다”고 전했다.

문 대표는 조운성 GS리테일 대표의 지명을 받아 참여하게 됐으며, 다음 주자로 조창현 신세계사이먼 대표를 추천했다.

같은날 풀무원은 이효율 총괄 CEO가 코로나19 위기를 이겨내자는 응원 메시지를 담은 ‘스테이 스트롱(Stay Strong)’ 캠페인에 동참했다고 밝혔다.

‘스테이 스트롱’ 캠페인은 지난 3월 대한민국 외교부가 시작한 인증 릴레이로, 유례없는 팬데믹 현상 코로나19를 반드시 극복하자는 메시지다. 두 손을 모아 비누 거품을 내 씻고 있는 로고와 ‘Stay Strong’ 문구로, 개인위생을 준수하자는 의미를 전하고 있다.

캠페인 로고와 직접 만든 응원 메시지 팻말을 들고 사진을 촬영한 후 소셜네트워킹서비스(SNS)에 게시하면 된다. 이때 바통을 이어갈 3명을 지목한다.

이효율 총괄 CEO는 김연희 보스턴 컨설팅그룹(BCG)코리아 대표파트너의 지목을 받아 이번 캠페인에 참여했다. 다음 주자로 나종호 한국강소기업협회상임부회장, 이광호 한국식품산업협회 부회장, 최홍우 서울과학기술대학교 원대학교 부총장을 추천했다.

이효율 총괄 CEO는 “전 세계가 큰 위기이지만, 포기하지 않고 함께 노력한다면 극복할 수 있다고 믿는다”라며 “풀무원은 코로나19의 빠른 종식을 위해 임직원 모두 한마음 한뜻이 돼 힘을 모을 것”이라고 밝혔다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

제주용암수 150만병 판매... 中·베트남서 인기

오리온, 판매개시 한달만의 성과
칼슘·칼륨 등 미네랄 성분 풍부



‘제주용암수’ 제품 3종 이미지. /오리온

오리온은 ‘오리온 제주용암수’의 온·오프라인 전 채널 판매를 개시한 지 한 달 만에 150만 병 판매를 돌파했다고 9일 밝혔다. 오리온 제주용암수는 국내 시장에서 몇 안 되는 경수 가운데 하나다. 오리온은 중국과 베트남에서 제주용암수를 판매하고 있다.

오리온 그룹은 지난 5월 말 제주특별자치도 및 제주테크노파크와 상생 협약 및 용암해수에 대한 원수 공급 계약을 체결한 바 있다. 오리온 제주용암수는 기존 가정배송 서비스 외에 전국의 일반 슈퍼마켓과 롯데마트, GS슈퍼마켓 온라인몰인 GS Fresh 및 쿠팡 로켓배송, G마켓, 옥션, 네이버 쇼핑 등에서 판매 중이다. 추후 대형마트, 이커머스 채널 등 온·오프라인 판매처를 계속 확대해 판매량을 증대시킨다는 계획이다.

오리온 제주용암수는 연수 위주의 국내 물 시장에 ‘경수’라는 새로운 카테고리 리를 개척하며 소비자들의 호응을 얻고 있다. 경도는 물의 세기를 나타내는 것으로, 물의 1L에 녹아있는 칼슘과 마그네슘을 기준으로 연수(경도 0~75mg/L), 적당한 경수(경도 75~150mg/L), 경

수(경도 150~300mg/L), 강한 경수(경도 300mg/L 이상)로 구분한다. 오리온 제주용암수는 경도 191.9mg/L, 경수로 분류된다. 통상적으로 경수는 칼슘과 마그네슘이 다량 녹아 있기 때문에 미네랄이 많은 물로 인식되고 있다.

오리온 제주용암수의 주요 미네랄 성분으로는 뼈 건강에 좋은 칼슘 62mg/L, 나트륨 배출로 체내 수분과 전해질 균형에 도움을 주는 칼륨 22mg/L, 신경과 근육 기능 유지에 탁월한 마그네슘 9mg/L 등을 담았다. 부드러운 목 넘김과 뛰어난 물맛도 주요 특징이다. 용량은 330mL, 530mL, 2L 3종을 판매하고 있다.

오리온 제주용암수는 우수한 제품력을 바탕으로 중국, 베트남 등 본격적인 세계 시장 공략에도 나섰다. 중국에서는 ‘오리온 제주용암천’이라는 제품명으로 상하이, 베이징, 광저우 등 2030세대 직장인들이 모여있는 대도시를 중심으로 판매를 시작했다. /원은미 기자

쿠팡, 코로나19 안전감시단 2400명 투입

로켓배송센터서 체온측정 등 역할

쿠팡이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 예방을 위해 전국 로켓배송센터에 2400명 규모의 안전감시단을 운영한다고 9일 밝혔다. 안전감시단은 각 사업장에서 근무하는 직원들이 예방 프로세스를 지키도록 돕는 역할이다.

물류센터 직원들이 출근하기 전부터 안전감시단은 활동을 시작한다. 버스 안전감시단은 통근버스에 오르는 모든 직원의 체온을 측정하고, 마스크 착용을 점검한다. 발열, 기침 등 코로나 의심 증상이 있는 직원은 버스에 탑승할 수 없다. 공정 안전감시단은 물류센터 출입구와 식당, 휴게실 등 공용공간을

비롯해 직원들의 주요 동선과 각 공정에서 거리두기 실천과 손 소독제 사용을 독려한다.

지난 24일 첫 확진자 발생 이후 단 한 명의 추가 감염 없이 운영을 재개한 덕평 물류센터 한 곳만 해도 300명에 달하는 안전감시단이 활동중이다. 쿠팡 전체 물류센터의 안전감시단 규모는 약 1900명이다.

물류센터에서 상품이 출고된 이후의 배송 단계에서도 안전감시단을 찾아볼 수 있다. 500여 명의 배송캠프 안전감시단은 쿠팡맨과 쿠팡 플렉스의 예방 조치 준수에 힘쓴다. 로켓배송의 전 과정에서 작은 빈틈도 놓치지 않는다는 방침이다. /신원선 기자 tree683@

이마트 ‘강원도의 밥상’ 밀키트 3종

이마트가 전국 팔도의 대표 음식을 피코크 밀키트(요리에 필요한 손질된 식재료와 양념, 조리법을 세트 구성해 판매하는 제품)로 출시한다.



피코크 강원도의 밥상 밀키트 3종 /이마트

첫 시리즈로 ‘강원도의 밥상’ 밀키트 시리즈 3종을 선보인다.

이마트는 9일부터 피코크 밀키트 ‘강원도의 밥상’ 강릉식 짬뽕 순두부(2인분, 9980원), 원주식 장칼국수(2인분, 6980원), 영월식 청국장(2인분, 8980원) 판매를 시작한다고 밝혔다.

‘강원도의 밥상’은 강원도 지역 특색 한식 레시피를 담았으며, 향후 충청도,

경상도, 전라도, 제주도 지역 특색을 살린 요리도 밀키트로 재구성해 선보일 예정이다. /신원선 기자

롯데푸드 파스퇴르 ‘쾌변 콜라겐’ 선보여

롯데푸드 파스퇴르는 발효유 ‘쾌변’을 리뉴얼하고 ‘쾌변 콜라겐(사진)’을 새로 선보인다고 9일 밝혔다. 업그레이드 쾌변은 신바이오틱 쾌변 시스템을 강화해 복합유산균과 식이섬유, 올리고당, 락투로스 등 프리바이오틱스를 대폭 늘렸다. /원은미 기자



전자담배 아이코스3 듀오. /한국필립모리스

아이코스, 美 FDA서 ‘위험저감’ 마케팅 인가

필립모리스, 일반담배와 차별성 강조

필립모리스 인터내셔널(PMI)이 미국 식품의약국(FDA)가 아이코스에 대해 ‘위험저감 담배제품’ 마케팅 인가를 결정했다고 9일 밝혔다.

FDA는 인가 이유로, 아이코스가 공중보건에 향상 시키는데 도움을 줄 수 있다는 점을 들었다.

아이코스는 미국 FDA의 ‘위험저감 담배제품’ 마케팅 인가를 받은 최초의

자 유일한 전자담배 제품이 됐다.

FDA의 결정은 ‘아이코스가 일반담배와 근본적으로 다르고, 흡연을 지속하고자 하는 성인들에게 더 나은 대안’이라는 점을 보여주는 것이라고 필립모리스 인터내셔널은 설명했다. 앞으로 필립모리스 인터내셔널은 ▲아이코스 시스템은 담뱃잎을 태우지 않고 가열함 ▲담뱃잎을 태우지 않고 가열함으로써 유해물질 발생이 현저하게 감소함 등의 정보 사용이 가능해졌다. /원은미 기자