

전통시장을 지역 명소로... 스타필드의 맞춤형 상생 '훈훈'



1년간 덕풍5일장 상생 분석·컨설팅 먹거리 활성화, 신규매출 확보 돕고 BI 제작하는 등 브랜딩 작업 착수 상점마다 배너달아 간판처럼 활용 낡은 매대 갈끔·통일성 있게 개선



하남덕풍5일장 리뉴얼 오픈 행사 기념사진. /신세계프라퍼티

지역과 함께 성장하는 파트너, 쇼핑 테마파크 스타필드가 하남 신장시장 도시락 신메뉴 개발에 이어 덕풍5일장 활성화를 위해 나섰다. 스타필드는 지난해 12월부터 약 1년 동안 전통시장이 처한 상황을 철저히 분석하고, 지역별 특성에 따른 컨설팅부터 실질적 지원까지 원스톱으로 제공하는 지역맞춤형 상생 모델을 선보이고 있다.

신세계프라퍼티는 스타필드 하남이 지역 파트너인 전통시장 상인들과의 상생을 위해 약 1년 동안 진행한 하남덕풍 5일장 리뉴얼 작업을 마무리하고 이를

기념하는 리뉴얼 오픈 행사를 진행했다고 10일 밝혔다.

9일 하남 덕풍시장에서 진행된 리뉴얼 오픈 행사에는 김상호 하남시장, 이임용 신세계프라퍼티 상무, 김재근 덕풍시장 회장, 황병서 덕풍5일장 부회장, 이정립 스타필드 하남 점장 등 주요 관계자들이 참석해 새 출발을 알렸다.

앞서 스타필드 하남은 신장시장 상인들의 지속 상생을 위해 유명 셰프인 최현석 셰프와 함께 시그니처 메뉴를 개

발했다. 이를 통해 신장시장 먹거리를 활성화하고 푸드뱅크 사업과 연계, 관내 취약계층 대상 도시락 패키지를 기부함으로써 신규 매출을 확보할 수 있도록 '하남덕풍5일장' 로고 색상을 활용한 파라솔, 캐노피, 배너 등을 디자인, 제작했다. 이 밖에 테이블보, 홍보물 등 작은 부분도 세심하게 고려해 새 단장을 마쳤다.

더불어 디자인 및 환경 개선뿐 아니라 상품을 효과적으로 배치해 고객 편의성을 높이는 한편, 상품을 더욱 매력적으로 보이게 하는 진열 방법에 대한 VMD 전문가 컨설팅 교육을 진행했다.

수 있는지 고심한 끝에, 덕풍5일장을 효과적으로 알릴 수 있는 브랜드 기획과 전체적인 환경 개선을 단행하기로 결정했다.

먼저, 아이덴티티를 강화하고자 '하남덕풍5일장'이라는 BI를 만들고 그래픽 모티프를 개발하는 등 브랜딩 작업에 착수했다. 또한, 5일장 상인들이 자부심을 갖고 좋은 제품을 판매한다는 점에서 착안, 상인 이름을 걸고 판매하는 '이름있는 가게'를 콘셉트로 가게 배너(간판과 비슷한 용도)마다 이름을 넣어 특별한 5일장을 만들었다.

낡은 매대들도 옷을 갈아입었다. 개선은 살리되, 깔끔한 느낌과 통일성을 줄 수 있도록 '하남덕풍5일장' 로고 색상을 활용한 파라솔, 캐노피, 배너 등을 디자인, 제작했다. 이 밖에 테이블보, 홍보물 등 작은 부분도 세심하게 고려해 새 단장을 마쳤다.

더불어 디자인 및 환경 개선뿐 아니라 상품을 효과적으로 배치해 고객 편의성을 높이는 한편, 상품을 더욱 매력적으로 보이게 하는 진열 방법에 대한 VMD 전문가 컨설팅 교육을 진행했다.

새롭게 제작한 BI를 충분히 활용할 수 있도록 BI 메뉴얼도 제작, 전달했다.

스타필드 하남은 덕풍5일장 리뉴얼과 신장시장 도시락 개발로 하남 전통시장이 다시금 지역명소로서 활력을 찾을 것이라 기대하며, 홍보 활동에도 힘쓸 예정이다.

리뉴얼한 가게를 오픈한 황병서 덕풍 5일장 부회장은 "스타필드 하남의 도움으로 낡았던 물품들을 교체하고, 매장 환경도 한결 깨끗해져 새 가게를 얻은 기분이다. 특히 처음으로 가게 이름을 걸고 고객을 맞이하게 돼 덕풍5일장 상인으로서 자부심을 갖고, 더욱 좋은 물건을 판매할 수 있을 것 같다"며 기대감을 표했다.

임영록 신세계프라퍼티 대표이사는 "지난 16년 스타필드가 하남에서 처음 문을 연 이래로 스타필드는 지역 파트너인 시장 소상공인들의 공감을 핵심으로 실질적인 상생 활동을 펼쳐왔다"며 "앞으로도 기업의 사회적 책임을 넘어 지속 가능한 사회적 가치 창출을 위해 노력하겠다"고 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

현대백, 200개 브랜드 참여 '윈터시즌 오프' 이마트, 노브랜드 건전지 자발적 리콜

13~29일 전국 15개 점포서 진행 의류·잡화 등 최대 50% 할인



의류 판매량이 높아 일년 중 가장 매출 구성비가 높은 시즌"이라며 "이번 행사

현대백화점은 오는 13일부터 29일까지 17일간 압구정본점 등 전국 15개 점포에서 '윈터 시즌 오프'를 진행한다 고 10일 밝혔다.

현대백화점은 이 기간 구매 프로모션을 강화해 고객 혜택을 늘리고, 해외패션 등 브랜드별 자체 할인 행사도 진행할 계획이다.

현대백화점 관계자는 "11월은 연말 선물 수요가 많은데다 아우터 등 겨울

기간 패딩·코트 등 겨울 의류 물량을 늘리고, 프로모션을 집중해 협력사의 재고 소진에도 도움이 될 것"이라고 말했다.

현대백화점은 먼저, 200여 개 브랜드가 참여하는 시즌 오프 행사를 진행한다. 행사 기간 남녀 수입 의류·컨템포러리·잡화 등 올해 신상품을 최초판매가 대비 10~50% 할인 판매한다.

오는 13일부터 릭오웬스·겐조·페세리코 등을 시작으로 오프 화이트·무이·엠프리오르마니·에르마노설비노 등이 순차적으로 참여할 예정이다.

/신원선 기자

2015~2018년 판매 2개 규격 대상

이마트가 중국(제조사 Chung Pak Battery Works Limited)에서 수입 판매한 노브랜드 건전지에 대해 10일부터 자발적 리콜을 실시한다.

이번 리콜은 KC(국가통합인증마크) 인증을 받은 노브랜드 건전지 중 일부 제품에 결함이 발견됨에 따라, 이마트가 먼저 제품안전관리 소관 부처인 산업통상자원부 국가기술표준원에 요청, 사전협의 및 보고하고 자발적 리콜을 진행하는 것이다.

건전지는 '전기용품 및 생활용품 안전관리법'에 따른 안전확인신고대상 생활제품으로 제조사 또는 수입업자는 해

당제품의 출고 또는 통관 전에 모델별로 안전인증기관에 안전확인신고를 하여야 한다.

리콜 대상 제품은 이마트·노브랜드 전문점·이마트24·SSG.COM(온라인)에서 2015년부터 2018년 12월 사이에 판매된 노브랜드 건전지(AA 규격: 10입/20입, AAA 규격: 10입/20입)다.

해당 제품 소지 고객은 10일부터 가까운 이마트 또는 노브랜드 전문점 고객만족센터에 방문하면, 상품 패키지와 상품 보유 시 4000원(20입)·2000원(10입)을, 패키지 없이 낱개 상품 보유 시 개당 200원의 금액을 환불 받을 수 있다.

/신원선 기자

"美 오리건주 첫 '만점 와인' 맛보세요"

하이트진로 '파트리샤 그린 셀라'



하이트진로에서 수입하는 파트리샤 그린셀라의 피노누아.

하이트진로가 미국 오리건주 최초로 와인 평가 만점을 받았던 와이너리 '파트리샤 그린 셀라'의 피노 누아 와인 5종을 출시한다고 10일 밝혔다.

파트리샤 그린 셀라는 미국 오리건주 윌라멧 밸리의 탁월한 지형과 토양을 갖춘 와이너리로 세부 생산 지역의 특징을 잘 반영해 다양한 피노 누아 와인을 생산하는 것으로 유명하다.

파트리샤 그린 셀라 리저브 피노 누아 윌라멧 밸리 2018'는 미국에서만 한정적으로 판매되는 와인이나 예외적으로 한국에 84병 판매된다. 와이너리 와인 중 가장 기본 라인이지만 와인평론지 와인스펙테이터에서 선정한 '2018올해의 TOP 100와인'이자 와인스펙테이터 92점, 와인앤수지애스트 91점으로 평가받았다.

'프리덤 힐 피노 누아 윌라멧 밸리 2018'는 포도원에서 생산하는 다양한

포도를 블렌딩해 우아하고 복합적인 긴 여운을 남긴다. 전체 생산량 1,160상자(1상자=12병)중 150병이 수입됐다. 와인스펙테이터 92점, 와인앤수지애스트에서 93점으로 평가받았다.

'마린 세디멘트리 피노 누아 웨헬름 마운틴즈 2018'은 다른 포도원에서 생산한 와인을 블렌딩해 만들어진 와인이다. 와인스펙테이터 92점, 와인앤수지애스트에서는 93점을 받았다.

/조효정 기자 princess@

대상 청정원 짝먹소스 신제품 3종

대상 청정원이 '디핑소스' 신제품 3종을 출시했다고 10일 밝혔다. 청정원 짝먹소스는 '맵닭치즈', '레몬크림', '오지치즈' 등 3종(사진)으로, 기존 디핑소스로 출시되지 않은 색다른 소스를 선보여 소비자 선택의 폭을 넓혔다는 점도 눈에 띈다. 집에서 만든 안주용 치킨, 간식용 튀김 등에 짝먹기 편하도록 발림성을 높였다. 치킨, 닭봉, 새우튀김, 감자튀김 등 다양한 메뉴와 잘 어울린다.

/조효정 기자



中 티몰에 '케라시스 플래그십 스토어'

애경산업, 헤어클리닉·삼푸 등 판매

애경산업이 중국 최대 전자상거래 플랫폼 '티몰'(TMALL)에 '애경 케라시스' 플래그십 스토어를 오픈했다고 10일 전했다.

애경 케라시스는 티몰 국제관 및 내수관에 모두 플래그십 스토어를 오픈하며 헤어클리닉 및 퍼퓸 라인의 삼푸, 린스 등 주요 제품을 판매한다. 향후 스페셜케어, 염모제 등도 운영 예정이다.

애경 케라시스는 플래그십을 오픈함과 동시에 브랜드 인지도 향상을 위해 모델인 배우 수지, 중국 왕홍 등을 활용한 디지털 마케팅을 강화할 예정이다. 또한 중국 온라인 시장 경쟁력 강화를 위해 중국 소비자에 맞는 다양한 이벤트 진행 및 제품을 선보인다. 애경산업은 이에 앞서 티몰에 '애경 플래그십 스토어', '루나 플래그십 스토어'를 론칭했다.



티몰은 중국 최대 전자상거래 기업 알리바바 그룹이 운영하는 온라인 종합 쇼핑몰이다.

애경산업 관계자는 "이번 티몰 플래그십 스토어 오픈을 통해 중국 시장 판로 및 소비자와의 접점 확대를 기대한다"며 "애경 케라시스는 티몰 진출을 시작으로 중국 내 헤어케어 시장의 성공적인 안착을 위해 최선을 다하겠다"고 밝혔다.

/원은미 기자 silverbeauty@