

“편견과 철창에 갇힌 유기동물을 사랑으로”

갤러리아百, 유기견 쇼핑백 선보여

입양 필요성, 안락사 등
유기동물 보호 메시지 담아
‘펫부티크’ 구매 고객에 증정

갤러리아백화점이 유기동물 보호를 테마로 디자인 한 쇼핑백을 선보인다. 해당 쇼핑백은 갤러리아가 11월 30일부터 12월 31일까지 명품관에 직영으로 운영하고 있는 펫샵 ‘펫 부티크’에서 구매 고객에게 제공한다고 28일 밝혔다.

이번 프로젝트는 갤러리아의 반려동물 생명존중 관련 사회공헌 활동인 ‘파란 프로젝트’(PARAN)의 일환으로, 유기동물 입양의 필요성을 직접적인 메시지로 전달한다는 점이 특징이다.

쇼핑백 종류는 두 가지로 철조망 연출을 통한 유기견 자유에 대한 메시지를 담은 제품과 유기견 안락사를 직접



모델들이 갤러리아백화점에서 유기동물 보호를 테마로 디자인 한 쇼핑백을 소개하고 있다. /갤러리아백화점

적으로 표현해 경각심을 전달하는 제품이 있다.

한편 갤러리아는 2018년부터 ‘파란 프로젝트’를 전개하며 반려동물의 생명 존중을 위한 활동에 앞장서고 있다.

특히 올해는 ‘갤러리아 프렌즈’를 실시, 동물보호 단체뿐 아니라 동물 보호에 앞장 서는 개인 활동가와 영세 업체 등을 지원하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

신라면세점, 동남아 여행 프로모션 ‘풍성’

교원KRT 여행사와 적립금 등 혜택

신라면세점이 해외 여행객들을 대상으로 한 프로모션을 확대한다.

신라면세점은 교원KRT 여행사와 11월 홈쇼핑 판매상품 단독제휴를 맺고 해외여행을 준비중인 고객들에게 적립금과 멤버십 업그레이드, 신라리워즈 포인트, 아티제 커피 등을 증정하는 행사를 시작한다고 28일 밝혔다.

최근 해외 여행에 대한 관심이 높아지면서 이달 초부터 시작한 모든 해외 여행객 대상 골드 멤버십, 킴링 증정 행사와 여행플랫폼 ‘KKday’ 상품 구매 고객 대상 행사와 더불어 해외여행 고객 겨냥 프로모션을 확대한 것이다.

신라면세점은 교원KRT의 특정 해외여행상품을 구매하는 고객들에게 신라인터넷면세점에서 사용 가능한 신라리워즈 포인트와 서울점 매장의 특별 블랙멤버십 혜택, 추가 리워즈, 아티제

커피쿠폰 등 증정 이벤트를 실시한다.

28일 저녁 시간 GS홈쇼핑에서 방영하는 교원KRT의 동남아 여행상품을 구매한 고객에게 신라인터넷면세점의 슈퍼프리미엄플러스 등급과 100만원 적립금, 13만5000 신라리워즈 포인트 등을 추가 지급한다.

신라면세점 서울점은 ▲멤버십 최고 혜택으로 1일 사용가능한 블랙박스 ▲추가 신라리워즈 ▲무료 커피쿠폰을 증정하고 ▲인천공항점에서 사용 가능한 신라리워즈 추가 제공 등 푸짐한 혜택을 준비했다.

또 신라면세점은 해외 여행을 준비하는 모든 고객들에게 골드 멤버십과 포인트 등을 증정하는 톡톡 프로모션과 ‘KKday’를 통해 여행상품을 구매하는 고객들에게 신라인터넷면세점에서 사용 가능한 신라리워즈 포인트를 증정하는 이벤트를 진행하고 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@

현대百, 투명 페트병 재활용으로 ‘수달 보호’

내달 3일부터 업사이클 캠페인
페페트병 기부 받아 기부금 조성
멸종위기 수달 서식지 보전 지원

현대백화점이 멸종위기 동물인 수달의 서식지 보전을 위한 이색 친환경 캠페인을 연다.

현대백화점은 다음달 3일부터 5일까지 압구정본점 등 전국 16개 점포에서 플라스틱 업사이클 캠페인 ‘수달과 함께 그린 행복’을 진행한다고 28일 밝혔다.

이번 캠페인은 각 점포 사은데스크

에서 고객에게 투명 페페트병(7개 이상) 기부받는 프로그램으로, 점포별로 참여 고객 선착순 300~500명에게는 현대백화점상품권 5000원권을 증정한다. 현대백화점은 이번엔 수거한 투명 페페트병을 세척·선별 등의 과정을 거쳐 내년중 업사이클 굿즈를 출시한다는 계획이다.

특히 현대백화점은 이번 캠페인에 참여한 고객 한명당 2000원씩 적립해 기부금을 조성하고, 이를 사회책임 ‘터치포굿’을 통해 천연기념물 제 330

호이자 1급 멸종위기종인 수달의 서식지 보전 활동을 지원할 예정이다.

현대백화점은 이번 캠페인을 시작으로 고객들이 쉽게 참여할 수 있는 플라스틱 업사이클 캠페인을 확대하고, 백화점 내 패키지에도 플라스틱 사용을 축소해 나갈 계획이다.

양명성 현대백화점 영업전략담당은 “앞으로도 고객과 함께 생활 속 친환경을 실천하기 위해 고객들이 쉽게 참여할 수 있는 다양한 친환경 캠페인을 전개할 것”이라고 말했다. /신원선 기자

“최현석 스테이크 키트와 홈파티 즐기세요”

이마트24 고기·가니쉬 등 구성
최현석 셰프 요리 노하우 담아

이마트24가 크리스마스 연휴 및 연말 홈파티를 즐기는 고객을 위해 최현석 셰프와 손잡고 ‘아임이 최현석 스테이크 키트(사진)’를 선보인다.

‘아임이 최현석 스테이크 키트’는 혼자서 먹기 적당한 양(150g)의 고기와 야채 가니쉬, 허브솔트로 구성된 냉동 밀키트 상품이다. 뉴질랜드산 안심 부위를 사용했으며, 가정집에서 스테이크로 구워서 먹기에 알맞은 2cm 두께의 고기를 사용했다.

대부분 가정집에서 스테이크를 구울 때 고온의 후라이팬에 빠르게 익히는 팬시어링 방법을 사용하기 때문에, 후라이팬 조리에 최적화된 두께인 2cm를 선택했다. 최현석 셰프의 고기 숙성 노하우를 바탕으로 24시간 동안 숙성해 잡내를 잡고, 부드러운 고기맛을 살렸다.

또 편의점에서 선보였던 기존 스테이크 고기 상품과는 달리 스테이크에 어울리는 칼리플라워, 미니양배추, 미니새송이버섯, 그린빈스 등 다양한 가니쉬, 허브솔트까지 함께 들어있어 이 상품 하나로 근사한 요리가 가능하다.



이번 상품은 최현석 셰프의 스테이크 요리 노하우를 담아 레스토랑에서 먹는 스테이크의 맛을 집에서도 그대로 즐길 수 있도록 하는데 중점을 뒀다.

이마트24는 최현석 셰프와 함께 고기 부위 선정부터 어울리는 가니쉬 구성, 최적의 맛을 낼 수 있는 조리 방법 등을 고민하며 7개월간의 개발 기간을 거쳐 이번 상품을 선보이게 됐다.

특히, 요리를 어려워하는 고객들도 누구나 쉽게 레스토랑의 스테이크 맛을 낼 수 있도록 하기 위해, QR코드를 통한 셰프의 요리 동영상 제공한다. 이 요리 동영상은 이마트24 MD가 낸 아이디어로 고기 조리 방법에 따라 스테이크 맛의 차이가 크게 나기 때문에 유튜브 영상을 참고해 스테이크 요리를 한다는 점에서 착안했다. /신원선 기자

최상급만 골랐다... 롯데百, 프리미엄 과일 전문관

청과 전문 바이어 발탁해
농가 선정, 매장 진열 개편
산지 4곳서 최고급 과일 선정

롯데백화점이 고객들의 높아진 과일 눈높이에 맞추기 위해 1등 과일 찾기에 직접 나섰다.

롯데백화점 강남점은 오는 12월 1일 청과 전문 바이어(상품기획자)가 직접 고른 최상급 과일을 판매하는 ‘프리미엄 과일 전문관’을 연다고 28일 밝혔다.

롯데백화점의 청과 상품군의 매출 트렌드를 분석해 보면, 2021년 1~10월 기준 약 10%의 매출 성장율을 보였으며, 특히 동기간 객단가는 약 12% 높아졌다. 프리미엄 청과에 대한 고객의 관심도가 높아지고 있는 것으로 분석된다. 이에 롯데백화점은 그동안 축적된 청과 구매 고객의 데이터를 기반으로 고객의 수요를 분석해 최고의 전문가/최고의 산지/최고의 품질을 지향하는 ‘프리미엄 청과 전문관’을 강남점에 런칭하게 됐다.

롯데백화점은 경험이 풍부한 청과



롯데백화점 강남점은 오는 12월 1일 청과 전문 바이어(상품기획자)가 직접 고른 최상급 과일을 판매하는 ‘프리미엄 과일 전문관’을 연다.

전문 바이어를 새로 영입하고, 농가 선정부터 매장의 진열까지의 모든 과정을 전문화했다. 현장 경험이 풍부한 청과 전문 바이어를 선발해 소싱을 다양화하고, 지역의 전문 파트너사와 함께

우수 농가를 선정해 생산부터 공급까지 모든 과정에 참여했다. 이를 통해 국내 최고의 산지 4곳(영주, 상주, 논산, 서귀포)의 20여개 농가에서 자란 최고 품질의 과일이 출하되는 시점에 많은 공급 물량을 선점할 수 있게 됐다.

우선 본격적인 딸기 시즌을 맞아 1등 산지로 꼽히는 논산 지역 농가에서 자란 금실, 설향, 죽향, 킹스베리, 비타베리 등 고품질 상품을 선보인다. 지역 농협의 정기적인 품질 관리를 통해, 시즌 내내 최고급 품질을 유지할 예정이다. 또한, 대표 프리미엄 과일인 샤인머스캣은 대표 산지인 상주의 농가 및 지역 농협과 협업한다. 뛰어난 당도를 자랑하는 상주 샤인머스캣은 얇은 껍질과 탱글탱글한 식감이 특징이다.

조환섭 롯데백화점 강남점장은 “롯데백화점 강남점은 식품 매출 규모가 크고, 특히 청과 상품군의 매출이 높아 롯데백화점의 ‘1등 과일 찾기 프로젝트’를 첫 선보이게 됐다”며, “고객의 다양한 수요를 충족시키기 위해 국내외 최고 품질의 청과를 지속해서 선보일 계획이다”고 말했다. /신원선 기자

제주개발공사 적극행정 우수사례 ‘대통령상’

제주특별자치도개발공사가 행정안전부, 인사혁신처, 국무조정실이 함께 진행한 ‘2021 하반기 범정부 혁신우수 적극행정 우수사례 경진대회’에서 지방공사·공단 부문 대상(대통령상)을 수상했다.

‘적극행정 우수사례 경진대회’는 중앙행정기관·지방자치단체·공공기관·지방공사·공단을 대상으로 국민이 체감할 수 있는 우수사례를 발굴하고 확산하기 위해 마련된 것으로 1000여 명의 국민 심사단과 민간 전문가 심사단의 평가를 거쳐 수상작이 결정된다.

제주개발공사는 ‘작은 플라스틱이

다시 태어나는 병뚜껑’ 캠페인으로 대상을 받았다. 이 캠페인은 코로나19의 영향으로 플라스틱 쓰레기가 급증하는 가운데 순환 경제 시스템이 갖춰진 페트병과 달리 병뚜껑처럼 관리 사각지대에 놓인 작은 플라스틱을 패션 아이템이나 소품으로 업사이클링해 자원순환을 확대하는 사업이다.

공사는 이를 위해 지역 주민과 함께 제주도내 버려진 병뚜껑을 수거하고, 제주삼다수 소셜미디어 계정을 통해 병뚜껑을 모아 ‘삼다수 ECO 책 선반’을 만드는 ‘삼다수 에코 굿즈 이벤트’도 진행했다. /신원선 기자