

“공장·스토어 놀러오세요”... 식품업계 ‘거리 좁히기’ 분주

**오프라인 체험형 마케팅 붐물
오뚜기 브랜드 굿즈 상품 공개
농심 2년만에 공장 견학 재개
제네시스BBQ
고등학생 20명 초청 ‘치킨캠프’**



오뚜기 브랜드 굿즈 팝업스토어 Y100



오뚜기 농심 임직원 가족들이 공장 견학을 하고 있다.

/농심

코로나19로 인한 사회적 거리두기 전면 해제로 엔데믹(감염병의 풍토병화) 전환에 대한 기대감이 고조되고 있다. 이에 식품·외식업계는 오프라인 체험 공간에 힘주고 공장 견학을 재개하는 등 고객과의 스킨십 강화에 나섰다.

◆오프라인, 되찾은 활기

식품업계는 브랜드 가치를 색다르게 경험할 수 있는 팝업 공간 운영을 늘리는 모양새다.

오뚜기가 지난달 서울 성동구 성수동 복합문화공간 'LCDC SEOUL'에 마련한 팝업 스토어 'OTTOGI Y100'은 MZ세대 사이에서 인기명사로 떠올랐다.

OTTOGI Y100은 오뚜기의 노란색과 빨간색을 활용한 인테리어와 이색 굿즈(기획 상품)가 가득하다. 오뚜기의 대표 제품 '3분 카레'와 '산타스프' 등을 비롯

해 다양한 이미지로 공간을 꾸몄다.

첫 번째로 공개한 브랜드 굿즈 '오뚜기 팔레트' 시리즈는 ▲반팔 티셔츠 4종 ▲마켓백 ▲키링 3종 ▲키친 클로스 ▲트레이 2종 ▲머그컵 3종 ▲장난감 큐브 등 총 7가지다. 오뚜기의 실루엣과 심볼마크, 서체 등을 활용해 브랜드 요소를 형성화했다.

식품을 직접 맛볼 수 있는 체험형 매장도 있다. 테이스티나인은 서울 서초구 서래마을에 최근 플래그십 스토어 '테이스티나인홈'을 오픈했다. 1~2층 약 330㎡(100평) 규모로 방문객들이 브

랜드 경험과 새로운 라이프스타일을 체험할 수 있도록 했다.

테이스티나인홈 1층은 샐러드와 디저트, 커피 등을 즐길 수 있으며 다양한 도서와 월별 추천 도서를 미술품과 함께 감상할 수 있으며, 2층은 테이스티나인의 노하우가 담긴 레디밀을 각종 주류와 함께 즐길 수 있도록 했다.

◆공장 문도 열렸다

농심은 코로나19 확산으로 중단했던 공장 견학을 2년 만에 다시 시작했다. 지난달 26일 안양공장에서 임직원 가족을 대상으로 시범 견학을 진행했으

며, 5월 중순 일반인을 대상으로 한 신청 시스템을 오픈하고, 오는 6월부터 본격적으로 견학 프로그램을 운영할 계획이다.

농심의 공장 견학은 연간 2만여 명이 참여하는 농심의 대표적인 소비자 소통 프로그램이다. 농심은 코로나 이전과 동일하게 안양, 안성, 아산, 구미, 부산, 녹산 등 전국 6개 공장에서 견학프로그램을 운영한다는 방침이다.

제네시스BBQ 역시 지난 2년동안 중단됐던 치킨캠프를 재개했다. 지난달 27일 제네시스BBQ는 치킨대학에서

외식분야 꿈나무인 이천 제일고등학교 학생 20명을 초청해 치킨 캠프를 진행했다. 황금올리브 치킨 조리과정을 배우고 4인 1개 조로 직접 조리하는 체험을 했다.

◆외식 늘고 배달 줄었다

외식업계도 거리두기 전면해제 이후 모처럼 웃었다.

CJ푸드빌에 따르면 빙스의 매출(4월 1~19일)은 전년동기대비 30%, 전월대비 20% 증가했다. 이랜드가 운영하는 애슐리의 매출(4월 1~17일)은 전년동기 대비 25%, 전월대비 25% 각각 상승했다. '가정의 달' 5월에는 식사 수요가 더 늘어날 것으로 보인다.

반면, 코로나19로 급증한 배달 수요는 감소했다.

빅데이터 플랫폼 기업 모바일인덱스에 따르면 정부가 사회적 거리두기를 전면 해제한 지난 18일부터 21일까지 국내 점유율 1~3위 배달 앱 배달의민족과 요기요, 쿠팡이츠의 이용자(안드로이드 운영체제 기준)는 총 1855만 2775명으로 전달 대비 21.2% 줄었다.

/신원선기자 tree6834@metroseoul.co.kr

풀무원, 美서 식물성 지향 혁신요리 선보

**CIA 행사 메인 후원사 참여
대체육 제품 등 K-푸드 전파**

코로나19 이후 K-푸드가 전 세계적으로 주목받고 있는 가운데 풀무원이 세계 3대 명문 요리학교인 미국 CIA(Culinary Institute of America)와 손잡고 두부를 비롯한 식물성 식품과 식물성 대체육 제품을 활용한 혁신 제품을 선보이며 K-푸드 전파에 나섰다.

풀무원은 세계 3대 요리학교인 미국 CIA가 캘리포니아주 나파 시에서 주최한 '글로벌 식물성 지향 식품 씨앗'에 세계적인 기업 유니레버와 메인 후원사로 참여해 풀무원의 지속가능한 식물성 지향 식품과 이를 활용한 글로벌 요리를 소비자들에게 소개했다고 1일 밝혔다.

이번 행사는 4월 26일부터 28일(현지



'글로벌 식물성 지향 식품 씨앗' 행사 첫날인 4월 26일에 진행된 오프닝 리셉션에서 풀무원이 식물성 대체육 스테이크로 만든 타코 요리를 선보였다. /풀무원

시간)까지 캘리포니아주 나파 시에 위치한 CIA 코피아 캠퍼스에서 열렸다. 풀무원은 행사 기간 동안 다양한 식물성 요리를 참석자들에게 제공하고 식물성 식품을 주제로 토론 및 요리 시연을 진행했다.

이 행사에서는 뉴욕타임스가 극찬한 '철학자 셰프' 백양사 정관스님이 풀무원 두부를 활용한 식물성 지향 요리를 시연해 현지 참석자들로부터 큰 호응을 얻었다.

'글로벌 식물성 지향 식품 씨앗'은 미국 CIA가 주최하는 지속가능 요리 연구 회의체로 식물성 지향 식품 관련 아이디어 소통 및 글로벌 교류의 장 역할을 해오고 있다.

풀무원은 국내 식품기업으로는 유일하게 행사 첫해인 2019년부터 4년 연속 참가해 한국의 식물성 지향 식품 확산에 기여해 왔으며, 올해는 세계적인 다국적 생활용품 기업 유니레버와 함께 최고 등급인 '그랜드 플래티넘' 후원사 자격으로 행사에 참여했다.

/신원선 기자

GS리테일, 'GS상상초월' 쇼핑축제 연다

**'상상 이상의 쇼핑 유니버스' 테마
GS25 등 전 유통 채널 총 출동**

GS리테일은 GS25, GS샵, GS더프레스, GS프레시몰 등 전 유통 채널이 총 출동하는 쇼핑 축제 'GS상상초월'을 개최한다고 1일 밝혔다.

GS리테일은 세계적인 팝아트 디자이너 케니 샤프와 손잡고 '상상 이상의 쇼핑 유니버스'를 테마로 기획했다. MZ세대를 중심으로 아트 마케팅에 열광하는 최근 트렌드를 반영해 추진한 이색 협업이다.

GS상상초월을 위한 핵심 협업 결과물은 케니 샤프의 대표 작품인 '블롭' 시리즈로 디자인한 한정판 굿즈 '콤팩트 캐리어', '보스턴백', '피크닉 매트' 3종이다.

GS리테일은 굿즈 제작 규모를 기존 행사 대비 3배 이상으로 대폭 확대하는

등 충분한 물량을 확보했다. 3종의 굿즈는 각 유통 채널별 행사 상품을 GS페이 등으로 구매 후 이벤트에 참여하거나 일정 구매 횟수, 구매 금액 충족 시 선착순 또는 추첨을 통해 지급 받을 수 있다.

행사 기간, 각 유통 채널은 고객 특성을 고려한 다양한 행사를 전개한다. GS25는 1500여개 상품을 1+1, 초특가 등의 행사로 선보인다.

GS샵에서는 TV홈쇼핑을 통해 30여개 매가 히트 브랜드를 중심으로 한 상상초월 특집 방송을 진행하며 TV홈쇼핑, 마이샵, 사파라이브 3개 채널 통합 브랜드 행사를 전개한다.

GS더프레스는 1주차 '우월한우 먹는 날' 행사를 시작으로 매주 과일, 수산물, 한돈 등의 대표 상품을 최대 50% 할인하는 행사와 함께 GS페이 결제 시 최대 30% 할인 행사를 준비했다.

/김서현 기자 seoh@

**롯데홈쇼핑
김지희 작가 원화 판매**

롯데홈쇼핑은 3일 모바일TV '엘라이브'에서 '실드스마일' 시리즈로 유명한 김지희 작가의 작품을 단독으로 선보인다.

김지희 작가는 미국, 홍콩, 일본 등에서 200여회 글로벌 전시회에 참여하고 MCM 등 유명 브랜드와 콜라보레이션을 진행한 인기 작가다.

당일 방송에서는 롯데홈쇼핑이 3개월 간의 기획을 통해 준비한 '실드스마일' 시리즈 원화 2점과 트렁크 10점 등 총 12점을 선보인다. 서울 서초구에 위치한 문화복합공간 '갤러리앤나인(M9)'에서 현장 생중계하며, 김미경 대표가 출연해 직접 작품을 소개한다.

/김서현 기자

현대홈쇼핑, 한달 간 '슈퍼 H페스타' 개최

창사 21주년 맞이 행사·프로모션

현대홈쇼핑이 31일까지 한 달 간 '슈퍼H페스타'를 진행한다. 현대홈쇼핑은 올해로 창사 21주년을 맞았다. 행사 기간 동안 ▲구매 고객 대상 경품 이벤트 ▲방송 상품 3회 이상 구매하는 고객 대상 사은품 증정 ▲특별 방송 등 다양한 행사와 프로모션이 진행된다.

31일까지는 금액 상관없이 TV홈쇼핑·현대홈쇼핑플러스샵(T커머스)에서 상품을 구매한 고객에게 추첨을 통해 경품을 증정한다. 경품은 '제주도 2인 여행권(6박7일)', '모바일 주유권 3만원권' 등이다.

구매 시 자동으로 응모되며, 당첨자

는 6월 28일 발표한다.

행사기간 중 TV홈쇼핑과 현대홈쇼핑 플러스샵에서 5만원 이상의 상품을 3회 이상 구매하고, 총 구매금액이 40만원 이상인 고객에게는 '티랄 쿨 스티킨' 또는 '무선 진공 쌀통(20kg)'을 증정한다.

5회 이상(결제금액 60만원 이상) 구매한 고객은 '여행용 캐리어(20인치)' 또는 '와인 오픈 키트'를 추가로 받을 수 있다.

1일부터는 명품 전문 프로그램 '클럽노블레스' 등에서 구매 고객에게 추첨을 통해 '스타벅스 아메리카노', '큐티폴 디너세트' 등을 증정하는 특별 방송도 진행한다.

/김서현 기자

**신세계아카데미
프리미엄 키즈 강좌 확대**

신세계아카데미는 올 여름학기에 프리미엄 키즈 강좌 수를 지난 봄 학기 대비 20% 늘렸다고 1일 밝혔다.

신세계아카데미는 신세계백화점 등에서 회원제로 운영 중인 평생교육시설이다.

이번에 신세계백화점 강남점 등에 새로 추가된 키즈 강좌는 '맥그로힐 사이언스 과학실험' 등 1개 강좌에서 다양한 능력을 기를 수 있는 프로그램들로 꾸러졌다.

6월부터 진행되는 신세계아카데미 여름학기 강좌는 인터넷 홈페이지와 신세계백화점 모바일 앱, 오프라인 현장 신청이 가능하다. /김서현 기자 seoh@

**파리바게트
개성만점 '캐릭터 케이크'**

SPC그룹의 베이커리 브랜드 파리바게트가 어린이날을 맞아 캐릭터 케이크 제품을 선보였다.

먼저 어린이들의 사랑을 듬뿍 받고 있는 캐릭터 케이크에 아기자기한 캐릭터 장난감을 올려 소장 욕구를 자극하는 케이크 제품을 출시한다. ▲시크릿쥬쥬 별의여신의 주인공 '쥬쥬'의 드레스로 표현한 '시크릿쥬쥬 케이크' ▲귀여운 덤프트릭 모험 등 공사장의 모습을 아기자기하고 실감나게 표현한 '중장비 케이크' ▲초코 케이크와 화이트 케이크로 구성된 2단케이크 위에 뿌로로와 친구들을 피크닉 콘셉트로 꾸민 '피크닉 케이크' 등이다. /신원선 기자