

“댕댕이 환영”... 아웃렛 이어 백화점도 ‘펫 프렌들리’ 가세

(멍멍이라는 뜻의 신조어)

**반려동물 친화 마케팅 강화
백화점 일부점포 펫 입장 허용
유치원·놀이시설 등 공간 마련
체류시간 늘려 관련 지출 유도**

#.주말 아침, 김윤화(가명)씨는 가족처럼 아끼는 반려견 코코와 함께 차로 한 시간 거리인 롯데프리미엄아울렛 타임빌라스 의왕점으로 향했다. 김씨는 도착하자마자 노견인 코코를 위해 타임빌라스에서 무료로 ‘견모차(강아지를 태우는 유모차)’를 빌린 뒤 산책과 느긋한 쇼핑을 즐겼다. 점심시간엔 식당에서 코코를 태운 견모차를 옆에 두고 식사도 했다. 타임빌라스에서 김씨는 주변 눈치 보는 일 없이 코코와 즐거운 하루를 보낼 수 있었다. 어디든 반려견 코코의 입장을 막는 곳이 없어 가능한 일이었다.

백화점, 아울렛 등 오프라인 유통채널이 빠르게 ‘펫 프렌들리(반려동물에 친화적인 문화)’로 변하고 있다. 반려동물과 산책을 겸해 외출하는 이들의 구매력을 잡기 위함이다.

반려동물에 대한 각별한 관심을 가진 윤석열 대통령이 당선된 후 오프라인 유통채널과 여행업계는 반려동물 인구를 위한 상품을 쏟아내는 중이다. 윤석열 정부가 발표한 110대 국정과제에는 반려동물과 관련한 국정과제들이 여느



롯데백화점 일산점 프랑소와펫 매장에서 고객이 반려견과 액티비티를 하고 있다. 롯데백화점에 따르면 올해 펫 관련 매출이 전년 동기 대비 70% 이상 성장했다. /롯데백화점

정부보다 많이 포함됐다. 여기에 ‘반려동물 여행 인프라 활성화’가 함께하면서 오프라인 유통채널이 선제적으로 호응하고 있다.

교외아울렛에서 시작한 펫 프렌들리 공간 조성은 최근 백화점으로 번지고 있다. 반려견 입장으로 인한 소음이나 갈등을 우려해 금지했던 과거와는 사뭇 다른 풍경이다.

12일 롯데백화점은 자사의 많은 지점에 ‘펫 프렌들리’ 공간을 조성하며 프리미엄 펫 케어 백화점으로 거듭나고 있다고 밝혔다.

롯데백화점 일산점은 지난 9일 ‘호텔 펫 케어 서비스’ 브랜드 ‘프랑소와펫’을

열었다. 프랑소와펫은 반려동물 생애주기에 따른 용품과 액티브 트레이닝, 미용 등을 한 곳에서 제공하는 윈스탑 브랜드다. 여기에 더해 반려견 동반 입장이 가능한 ‘카페프(cafe.F)’를 열어 보호자와 반려견이 함께 즐길 수 있는 어질리티 기구들과 반려동물을 위한 음료, 간식, 베이커리를 선보일 예정이다.

앞서 롯데백화점은 지난해 동탄점을 열며 반려견 야외 놀이시설 ‘펫 파크’인 ‘루키파크’와 프리미엄 토탈 서비스 점포 ‘위드랜드’를 오픈했다. 두 시설은 협업을 통해 반려견과 식사가 가능한 야외 다이닝 서비스부터 매너훈련, 사회화 행동 교육 등 다양한 야외 활동도 가능

하다. 반려동물 동반 이용객 월 평균 방문자 수는 1000명 대로 알려져있다.

신세계 백화점도 과거에는 반려동물 관련 매장을 운영하지 않았으나 최근 달라졌다. 일부 점포는 견모차 등에 반려동물이 탑승할 경우 입장을 허용하고 있으며 센텀시티점, 대전신세계 아트앤사이언스점에 ‘프랑소와펫’을 입점시켰다.

아울렛의 경우 반려동물 입장이 불가능한 곳은 거의 없는 상황이다.

현대백화점은 자체 강아지 캐릭터 ‘힌디’를 심부름 활용 중이다. 2020년 현대프리미엄아울렛 스페이스원 옥상정원에 1322㎡(약 400평)의 반려동물 전용 펫파크 ‘힌디하우스’를 열었다. 반려동물 전용 펫파크와 펫숍이 위치한 B관에 위치했는데, 반려동물을 위한 음수대와 세족장까지 갖췄다. 놀이터도 반려동물의 체구에 따라 나뉘었다.

롯데 프리미엄아울렛 타임빌라스도 4개층에 달하는 코코스퀘어를 열었다. 명품팀 팀장 출신 하성동 대표가 운영하는데, 반려동물을 위한 럭셔리 서비스를 제공한다. 유치원과 야외공원뿐 아니라 교양강좌 시설까지 운영하며 고객들을 끌고 있다.

2016년 ‘반려견 동반’ 입장을 가장 먼저 시작한 스타필드는 처음 문을 연 당시 논란이 무색하게 성공적으로 운영되고 있다. 대부분 매장에 반려동물이

입장할 수 있어 반려동물을 기르는 고객들에게 ‘반려견과 함께 놀러 가는 곳’으로 인식되고 있다. ‘스타필드 반려견 동반’을 포털에 검색하면 수천건에 이르는 반려견 견주들의 글이 쏟아진다.

과거 사회적으로 큰 논란까지 일어났던 ‘쇼핑물 반려견 동반 출입’이 오프라인 유통채널 전반으로 번지는 데에는 5년여 시간동안 빠르게 변한 동물권에 대한 인식과 늘어난 반려동물 인구 덕이다.

빠른 속도로 성장 중인 반려동물 산업은 한국농촌경제연구원 따르면 올해 4조원 대에 이를 것으로 전망된다. 반려동물을 가족처럼 여기는 문화가 확산하면서 여행뿐 아니라 외출시 반려동물과 함께 오갈 수 있는 곳을 찾는 이들이 늘자 여기에 오프라인 유통채널이 호응하는 중이다. 특히 반려동물과 방문한 고객은 자신을 위한 쇼핑 외에도 반려동물을 위한 용품을 구매하고 긴 체류시간 만큼 추가적인 지출이 많다는 특성도 있다.

업계 관계자는 “반려동물로 인한 갈등도 종종 빚어지지만 최근 ‘펫티켓’ 인식이 높아지며 큰 소동이 이는 일은 적은 편”이라며 “반려동물 입장을 허용하면 홀로 방문했을 때와는 차별화 된 경험을 할 수 있을 뿐 아니라 재방문을 유도하는 효과까지 있다”고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

CU, ‘런치플레이션’ 대응 간편식 파격 행사

(런치+인플레이션)

**도시락·삼각김밥·컵라면 등
최대 65% 결제 할인 프로모션**

CU가 도시락, 삼각김밥, 컵라면 등을 최대 65% 할인된 가격에 구매할 수 있는 결제 할인 프로모션을 이달 20일까지 진행한다.

할인 행사 대상 상품은 스팸, 닭갈비, 제육볶음, 너비아니 등 인기 도시락과 참치마요, 전주비빔 삼각김밥 등을 비롯해 CU의 초저가 PB 상품인 득템시리즈라면, 즉석밥, 구운계란 및 불닭볶음면, 삼양라면, 얇은피 교자만두 등 총 20종이다.

이달 20일까지 해당 상품을 삼성카드와 페이코(PAYCO), 네이버페이 등으로 결제하면 즉시 30% 할인 받을 수 있다.

‘+1 증정’ 대상 상품인 삼양라면, 불닭볶음면, HEYROO 속초홍게라면, 얇은피 교자만두 등을 행사 결제 수단으



CU는 간편식 수요가 늘어남에 따라 결제 할인 행사를 진행한다. /BGF리테일

로 구매하면 중복 할인이 적용돼 최대 65% 할인된 가격으로 상품을 구매할 수 있다.

CU가 이달 진행하고 있는 물가 안정 프로젝트는 큰 호응을 얻고 있다.

지난 1일부터 10일까지 열흘 간 진행된 첫 행사에서는 와인, 위스키 등의 주류와 족발, 치킨, 육포 등 안주류를 할

인 판매해 냉장안주류 전체 매출이 전년 동기 대비 43.6%나 경종 뛰었다.

CU는 최근 ‘런치플레이션(런치+인플레이션)’이라는 신조어가 생겼을 정도로 외식 물가가 올라 점심 식사 해결에 어려움을 겪고 있는 이들이 늘고 있는 만큼 이번 행사가 큰 인기를 얻을 것으로 보고 있다. /김서현 기자

GS25, 여름철 조리면 2종 선보여

GS25가 점포 판매 데이터를 살핀 결과, 여름을 맞아 조리면 매출이 크게 성장하는 것으로 나타났다고 12일 밝혔다. 더불어 ‘오모리김치말이국수’를 선보인 데 이어 오는 24일 ‘백김치말이국수(사진)’를 선보인다.

GS25에 따르면 6월 1~10일까지 조리면 매출이 전월 동기 대비 54.4% 성장했다. 실제로 ‘지나해 조리면 매출



의 월 별 지수는 하절기인 6월부터 크게 오르기 시작해 10월까지 평균보다 높은 것으로 나타났다.

GS25는 현재 10여 종의 조리면 상품

을 판매 중이다. 올해는 하절기 한정 운영 상품으로 시원한 냉(冷) 조리면 2종을 추가로 운영한다.

GS25는 지난 7일 ‘오모리김치말이국수’를 선보였다. 동치미 육수에 GS25 베스트셀러인 오모리김치찌개라면의 감칠맛 나는 오모리김치(묵은지)를 넣어 시원하게 먹는 국수 상품이다. 소면, 동치미 육수, 오모리김치, 오이, 계란으로 구성됐다.

24일에는 ‘백김치말이국수’를 추가로 선보인다. /김서현 기자

최대 60% 할인... SSG닷컴, ‘리빙 페어’

100억 규모 물량... 일주일간 진행

SSG닷컴이 상반기 최대 규모의 리빙 카테고리 행사를 연다.

SSG닷컴은 13일부터 19일까지 일주일 간 가구, 인테리어 소품, 침구, 주방용품을 비롯한 리빙 상품을 최대 60% 할인하는 ‘2022 리빙 페어’를 실시한다고 12일 밝혔다.

200여개 브랜드의 상반기 인기 상품과 여름 시즌 상품을 추려 총 100억원 규모의 물량을 준비했다.

리빙페어에는 여름철 인테리어 상품을 대폭 늘렸다. ‘자코모’의 패브릭 소파는 구매 시 최대 10% 할인 혜택과 함께, 모델별로 최대 20만원 상당의 구성품 또는 10만원 추가 할인 혜택을 제공한다.

이외에 ‘시디즈’, ‘데스커’, ‘버즈’, ‘동서가구’ 등의 인기 가구도 살펴볼 수 있다. 손쉽게 집안 분위기를 바꿀 수 있는 인테리어 소품 행사도 함께 열린다. 대표적으로 ‘프리츠한센’, ‘아르테미데’ 등 프리미엄 브랜드의 조명 상품을 최대 10% 할인가에 선보인다.

여름 침구와 침실가구도 준비했다. ‘템퍼’의 침구는 최대 27%, ‘바숨’과 ‘알레르망’의 냉감 소재 침구는 최대 50% 할인 판매한다.

장마철 ‘홈콧족’을 위한 주방용품 행사도 있다. ‘자주(JAJU)’의 주방용품 최대 60% 할인 기획전을 실시한다.또 프랑스 키친 앤 다이닝 브랜드 ‘르쿠르제’ 퓨리블루 라인을 단독 선문칭하고 추가 15% 할인 혜택을 제공한다. /김서현 기자

이마트 카톡 선물하기서 ‘까망애플 수박’ 판매

이마트가 여름 시즌을 맞아 ‘파머스픽 까망애플 수박’을 카카오톡 선물하기로 판매한다고 12일 밝혔다. 수박을 시작으로 시즌 과일 판매를 늘릴 계획이다.

이마트는 지난 4월부터 파머스픽 스테비아 토마토, 체리, 사과, 오렌지를 카카오톡 선물하기로 테스트 판매했다.

카카오톡 선물하기로 판매되는 과일은 자체 신선식품 브랜드 ‘파머스픽’ 상품이다. 바이어가 직접 우수 농가를 선택해 재배, 상품 선별, 유통 과정까지 참여해 신뢰도를 높였다.

판매채널과 구매 고객층에 맞춰 상품 구성과 패키지도 새롭게 적용했다.

‘파머스픽 까망애플 수박’은 2~3kg 중량의 소형 수박으로, 일반 수박 대비 3분의 1 크기다. 포장과 보관이 용이해 일반 수박 한통을 구매하기 부담스러운 1~2인 가구 고객들에게 인기다.

이마트 바이어와 협력사가 직접 부여, 논산, 고창 지역의 우수 농가와 계약해 엄격한 기준으로 재배된 상품으로 농촌진흥청에서 개발한 클로렐라 농법을 도입해 더욱 달콤하고 아삭하다.

/김서현 기자