

“테린이·골린이 오세요”... 유통가, 테니스·골프 팝업 ‘활짝’

〈테니스·골프 초보자〉

갤러리아百, 고메이494한남에 15개 브랜드 참여 테니스 팝업 한섬, 더현대서울에 문 열어 포토존·미니퍼팅존 등 마련

최근 2030세대를 중심으로 큰 인기를 끌고 있는 테니스와 골프 팝업스토어가 대거 열렸다. 직접 체험하고 즐길 수 있는 다양한 콘텐츠로 ‘테린이·골린이(테니스·골프 초보자)’의 발길을 잡아 끈다.

21일 유통업체들에 따르면 갤러리아 백화점은 25일까지 서울 한남동에 위치한 프리미엄 라이프스타일 플랫폼 고메이494한남에서 대규모 테니스 팝업 ‘스매싱494’를 연다.

총 15개 테니스 관련 브랜드가 참여하는 대규모 행사로 고객이 직접 경험하고 즐길 수 있는 체험형 콘텐츠를 함께 선보인다. 콘텐츠는 테니스 시타 이벤트, 과녁판 이벤트, 메이저 테니스 시상대 구현 포토존 등이 있다.

한섬은 10월 3일까지 서울 여의도 더현대서울 5층 사운즈프레스스에 럭셔리



갤러리아 고메이494 한남 테니스 팝업 ‘스매싱494’.

/갤러리아



한섬이 더현대 서울에 연 럭셔리 골프웨어 ‘랑방블랑’ 팝업스토어의 모습.

/현대백화점그룹

리 골프웨어 브랜드 ‘랑방블랑(LANVIN BLANC)’의 팝업스토어를 연다. 골프 티(T)를 콘셉트로 디자인된 조형물과 실제 골프카드를 배치한 포토존, 그리고 미니 퍼팅존 등이 들어서며 ▲뽀기머신 ▲퍼팅 ▲인증샷업로드를 통해 골프공·티세트·스티커 등 사은품을 증정하는 다양한 고객 참여형 이벤트를 진행할 예정이다.

데이브앤데이즈는 국내 론칭 후 첫 팝

업스토어를 신세계사이먼 프리미엄 아울렛 여주점에서 25일까지 진행한다.

팝업스토어는 ‘매치 포인트(Match Point)’라는 이름으로 데이브앤데이즈 외에도 여러 테니스 관련 브랜드가 함께 한다. 데이브앤데이즈는 밝고 사랑스러운 색을 과감히 사용해 따뜻하면서도 발랄한 공간을 구성했다. 데이브앤데이즈는 팝업 스토어를 통해 FW(가을·겨울) 신상품을 온라인에 앞서 선공

개할 예정이며, 방문고객에 한하여 특별한 가격에 판매한다.

콘셉트 스토어 ‘케이스터디(Case study)’는 20일 대전 신세계아트앤사이언스에 ‘케이스터디 골프 클럽’의 세 번째 시즌을 선보였다. 팝업스토어 개장에는 힙합 뮤지션 키썬과 빅윈이 방문해 축하했다.

영국 골프웨어 브랜드 ‘매너스(Manors) 골프’는 지난 17일부터 2주간 서울

강남구 신사동 가로수길에 위치한 ‘더그린컵 팝업스토어’에서 팝업을 운영 중이다. 팝업 스토어에서는 매너스 클래식 컬렉션은 물론 볼 마커, 퍼터 커버, 힙 플라스크 등의 액세서리도 함께 만날 수 있다. 또한 골프를 기반으로 한 라이프스타일 매거진 ‘더그린컵(The Greencup)’과 협업한 티셔츠와 후디, 볼캡 등 익스클루시브 제품도 함께 선보인다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

유통가, 식품·콘텐츠 등 하반기 공채 스타트

신세계그룹, 내달 6일까지 지원접수 CJ그룹, 코로나 이후 최대규모 채용 컬러, 테크 분야 전 직군 경력직 선발

주요 유통기업들이 하반기 공개채용을 실시한다.

21일 업계에 따르면 신세계그룹은 10월 6일까지 신입사원 공개채용 지원서류를 접수한다. 10월 말 서류 전형 결과를 발표할 예정이다. 12월까지 각 계열사는 면접전형과 인턴십을 거쳐 최종 합격자를 선발한다. 채용 마감일은 계열사별로 상이하다.

이번 공채에 참여하는 계열사는 신세계백화점, 이마트, SSG닷컴, 스타벅스(SCK컴퍼니), 신세계인터내셔널, 신세계프라퍼티, 신세계DF, 신세계사이먼, 신세계건설, 신세계L&B, 신세계I&C, 신세계센트럴시티, 이마트에브리데이 등이다.

CJ그룹은 식품, 바이오, 물류, 콘텐츠 등 미래라이프 스타일 사업분야를

선도하기 위해 우수 인재 확보하기 위해 코로나19 이후 최대 규모로 신입사원을 채용한다.

CJ제일제당, CJENM, CJ대한통운, CJ프레시웨이, CJ푸드빌, CJ CGV 등의 계열사에서 채용이 진행되며 지원자들은 모집 계열사 중 1곳에만 지원할 수 있다. 채용 전형과 일정은 각 계열사별로 상이하다. 정보 확인과 지원서 접수는 CJ 채용 홈페이지에서 할 수 있다.

이랜드월드는 오는 26일까지 패션사업부 이커머스 부문 신입사원 공채 서류를 접수한다.

채용부문은 ▲온라인MD ▲마케팅 ▲SCM 직군이다. 채용 전형은 서류전형, 2차 ESAT직무적성검사, 1차 면접, 최종면접 순으로 진행된다.

지원자격은 2022년 8월 졸업예정자 또는 기졸업자로 2022년 11월 입사 가능자다.

마켓컬리를 운영하고 있는 컬러는 테크 분야 전 직군에서 00명 규모의 경력

직 채용을 진행한다. 만 2년 이상의 유관 경력자면 누구나 지원할 수 있다.

다음 달 5일까지 서류 접수를 받으며 모집 분야는 IT 기획·개발·디자인·QA·데이터·데브옵스 등 테크 전 직군이다.

컬리의 자회사 핀테크 컬러페이의 IT 기획·개발·데브옵스 채용도 함께 진행한다. 아울러 컬러 소속으로서 콘텐츠 커머스 서비스인 헤이조이스의 프로젝트를 이끌어갈 기획·개발 직군도 동시 채용한다.

전형방식은 ‘커리어 큐레이션’과 ‘셋별전형’ 방식을 통해 지원자의 편의를 최대한 도모할 예정이다. 지원자가 이력서·포트폴리오를 간편 지원 시스템으로 제출하면 채용 담당자가 커리어 큐레이션을 통해 적합한 직무·포지션을 설정한 뒤 48시간 내에 서류 합격 여부를 전달한다. 이후 원데이 인터뷰를 통해 직무, 조직 적합성 등을 종합평가하여 서류 제출일 기준 2주 내에 최종 결과를 안내한다. /김서현 기자

현대그린푸드, 지속가능경영 속도 페페트병 활용 친환경유니폼 도입

현대그린푸드가 단체급식 사업장에 친환경 유니폼을 도입하고, 친환경 식자재 거래량을 늘리는 등 지속가능경영에 속도를 낸다.

현대백화점그룹 계열 종합식품기업 현대그린푸드는 이달부터 전국 단체급식 사업장 500여 곳에 페페트병을 재활용해 만든 친환경 유니폼을 도입해 운영중이라고 21일 밝혔다.

친환경 유니폼은 페페트병을 재활용해 만든 원단을 사용해 제작됐으며, 단체급식 사업장에 근무하는 직원 약 3000명에게 3~5벌씩 총 1만2000여 벌이 제공된다. 새 유니폼은 영양사용가운과 조리사·조리원 등이 입는 앞치마로 구분되며, 영양사 가운과 앞치마 한 벌당 페페트병은 각각 16개와 14개가 사용된다.

친환경 유니폼 도입을 위해 페페트병



현대백화점그룹 계열 종합식품기업 현대그린푸드가 이달부터 전국 단체급식 사업장 500여 곳에 페페트병을 재활용해 만든 친환경 유니폼을 도입해 운영중이다. /현대백화점그룹

18만여 개가 사용되며, 회사 측은 처분하는 과정에서 발생하는 약 11톤의 이산화탄소 배출량을 줄일 수 있을 것으로 기대하고 있다. 이는 30년생 소나무 1627그루를 심는 것과도 맞먹는 효과다. /신원선 기자 tree6834@

베스킨라빈스 3D 기술로 ‘아이스크림 테크시대’ 열어

360도 입체형 오리모습 완벽 구현

SPC그룹이 운영하는 베스킨라빈스가 3D 형태 구현 기술을 바탕으로 360도 어느 각도에서 봐도 완벽한 오리모습을 재현한 입체형 아이스크림 케이크 ‘둥실둥실 스윗 덕(사진)’을 출시해 화제다. 독보적 제품 기획력 및 기술로 아이스크림 케이크의 대명사가 된 베스킨라빈스가 3D 디자인을 입혀 한층 더 차별화된 제품을 탄생시킨 것.

‘둥실둥실 스윗 덕’은 상하좌우 어느



각도에서 봐도 귀여운 오리 외형을 완벽 재현한 아이스크림 케이크다. 베스킨라빈스는 동물의 입체적인 모양을 아

이스크림으로 완벽하게 구현해 케이크로 출시한 것은 이번이 첫 시도다.

베스킨라빈스는 소비자들에게 신선한 즐거움을 선사하는 색다른 형태의 케이크를 기획하고자 1년 이상의 연구·개발(R&D) 기간을 통해 이른바 ‘아이스크림 테크 시대’를 열어가고 있다. 기존 구형 아이스크림 케이크와 비교했을 때, 상대적으로 더 복잡한 형태의 오리 모양 케이크가 유통 과정에서 무너지지 않고, 실물과 가까운 모형을 제작하기 위해 3D 형태 구현 기술을 동원했다. /신원선 기자

“우리 우유, ‘밀키맨션’서 만나보세요”

우유자조금, 마포구에 팝업스토어

우유자조금관리위원회는 오는 23일부터 10월 6일까지 서울시 마포구 아츠스테이 성산 2호점에서 국산 우유 브랜드 팝업스토어 ‘밀키맨션’을 운영한다고 21일 밝혔다.

밀키맨션은 신선하고 맛있는 우리우유를 더욱 재미있고 트렌디하게 즐길 수 있는 체험형 팝업스토어다. 국산 우유를 활용한 먹거리 및 체험 프로그램, SNS 콘텐츠 트렌드를 반영한 전시공간 등으로 구성해 MZ 세대들에게 국산 우유의 가치를 알리기 위해 마련했다.

팝업스토어 공간은 밀키컨비니, 밀키랩, 밀키가든, 밀키룸 총 4가지로 구성했다. 밀키컨비니는 편의점 콘셉트로 만든 공간으로, 국산 우유를 함유한 음료 등과 각종 굿즈를 판매한다. 밀키랩은 우유갑을 활용한 DIY 키트를 구매해 직접 제작해볼 수 있으며, 자신만의 스타일로 파르페를 만들 수 있는 워크샵 프로그램도 마련했다. 더불어 초원 목장처럼 꾸며진 휴식형 전시공간 ‘밀키가든’, 신선한 흰우유를 콘셉트로 꾸며진 포토스팟 ‘밀키룸’ 등 다양한 즐길거리로 가득하다. /신원선 기자