

전문가 영입하고 신규매장 열고... '와인 사업' 공들인다

신세계L&B

로버트 몬다비 신규캠페인 진행
점포 리뉴얼·프리미엄 강화 나서

롯데칠성음료

세계최대 'E&J 갤로'와 업무협약
오비노미오 매장 오픈 총 5곳 운영



2024 청룡 에디션 패키지. /신세계L&B



오비노미오 교대점. /롯데칠성음료

팬데믹 기간 급성장한 와인 시장이 하락세에 접어들었음에도 신세계L&B와 롯데칠성음료가 관련 사업을 강화, 프리미엄 전략으로 대응하는 모습이다.

관세청 수출입무역통계에 따르면 국내 와인 수입량은 2019년 4만3000t, 2020년 5만4000t, 2021년 7만7000t에서 2022년 7만1000t으로 소폭 줄다가 지난해 5만6000t으로 대폭 감소했다.

와인 수입액으로 보면 2019년 2억 6000만 달러에서 2022년 5억8128만 달러로 꾸준히 오름세를 보였지만 지난해 4억 달러를 기록하며 17% 가량 하락했다.

와인 시장의 성장은 코로나19로 인한 사회적 거리두기 조치로 주점과 식당 등에 영업제한이 적용되면서 홈술 문화가 자리잡은 것이 배경이었다. 하지만, 새로운 것을 추구하는 MZ세대를 중심으로 위스키, 하이볼 등으로 주종이 다

변화하면서 2022년부터는 시장이 전반적으로 축소됐다.

이러한 상황에서 21일 업계에 따르면 신세계L&B는 와인 사업에 집중하는 모습이다. 최근 신세계L&B는 '나파밸리의 황제' 로버트 몬다비를 비롯해 코노수르, 프레스코발디 등 주력 와인 브랜드 마케팅을 적극 전개하고 '와인앤모어'를 주류전문소매점에서 라이프스타일 브랜드로 육성하겠다는 방침을 세웠다.

우선 주요 와인 브랜드 마케팅 일환으로 캘리포니아 나파밸리의 대표 브랜드인 로버트 몬다비 신규 캠페인을 30일까지 운영한다. 할인 행사를 진행하고 매장 내에서 로버트 몬다비 브랜드

에 대한 주목도를 높이고 브랜드 스토리를 전파할 예정이다. 또 코노수르 등 신세계L&B가 수입하는 주요 브랜드의 오퍼 및 와인 메이커 방한도 추진해 다양한 마케팅 협업 활동도 계획하고 있다.

와인앤모어의 경우, 주류전문 소매점에서 신세계L&B를 대표하는 라이프스타일 브랜드로 육성한다는 방침에 따라 특색 있는 콘셉트로의 점포 리뉴얼과 소비자 접점을 강화할 수 있는 브랜드와 협업을 통해 고객에게 다양한 브랜드 경험을 제공할 계획이다.

이를 위해 신세계L&B는 브랜드 큐레이션팀을 신설하고 외부에서 마케팅 전문가를 영입해 브랜드 조직도 재정비

했다. 업계 1위의 와인 포트폴리오와 신세계L&B만의 큐레이션 노하우를 더해 차별화된 제품을 선보이고, 신세계백화점 등 계열사 협업을 통해 프리미엄 와인 카테고리도 강화할 예정이다.

신세계L&B 관계자는 "엔데믹으로 인해 와인 수입시장이 축소되고 K-위스키 사업을 재검토하면서 일부 영향을 받았지만, 와인 및 위스키 수입과 유통, 와인앤모어 운영 등 기존에 영위하던 사업은 원활하게 진행되고 있다"며 "본업에 집중해 수익성을 개선하고 국내 1위 와인 수입사로서 입지를 더욱 강화하겠다"고 설명했다.

신세계L&B는 앞서 K-위스키 사업(한국형 위스키 종류 사업)을 잠정 중

단한다고 밝힌 바 있다. 본업인 와인 사업에 집중하기 위해서다. 다만 국내 위스키 생산 사업 외에 기존 위스키 유통·판매는 유지한다. 롯데칠성음료도 와인 사업 부문에서 적극적인 행보를 보이고 있다. 지난해 12월 세계 최대 와이너리 기업 'E&J 갤로'와 업무협약을 체결한 데 이어 와인을 시음, 구매할 수 있는 복합공간 '오비노미오(O VINOMIO)' 신규 매장을 열었다.

롯데칠성음료는 지난달 29일 서울 서초동에 와인 복합공간 '오비노미오' 교대점 매장을 개장함으로써 신원상점·광명점·금정점·청담점 등 기존 4개 매장에 한 곳을 더했다. 와이너리 인수도 검토 중이다.

업계 한 관계자는 "코로나19를 거치면서 한동안 와인이 유행을 탔다. 그러면서 와인에 대한 진입장벽이 낮아졌다"며 "소비자들의 주류 취향이 다양해졌고, 와인을 더이상 사치품으로 인식하지 않게 됐다"고 말했다.

이어 "와인 수요가 줄어들었다고 하지만, 프리미엄 와인에 대한 수요는 늘고 있다"며 "업계의 와인 사업 투자도 장기적인 관점에서 향후 와인 시장 점유율을 높이기 위함으로 보여진다"고 덧붙였다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

“우유푸딩 등 홍콩 디저트 3종 맛보세요”

이마트24-홍콩밀크컴퍼니 맞손
30일까지 농협카드 구매시 30% ↓



이마트24가 판매하는 홍콩밀크컴퍼니 협업 디저트 상품. /이마트24

이마트24가 글로벌서울의 디저트 카페 '홍콩밀크컴퍼니', 홍콩 콘셉트 스낵 스튜디오 '화류관'과 손잡고 '도심 속 홍콩'을 선사한다.

편의점 이마트24는 글로벌서울의 홍콩 스타일 디저트 카페로 유명한 홍콩 밀크컴퍼니와 협업해 차별화 디저트 상품 3종을 이달부터 판매한다고 21일 밝혔다.

이번 협업 상품은 '우유푸딩', '에그타르트', '얼그레이 크림롤' 등 3종으로, 홍콩밀크컴퍼니에서 판매하는 우유푸딩, 에그타르트, 밀크티 등 대표 메뉴를 벤치마킹 해 편의점 상품으로 재해석한 것이다.

이마트24가 판매하는 우유푸딩(2400원)은 홍콩밀크컴퍼니의 대표 메

뉴인 수제 우유푸딩을 콘셉트로 해 국내산 원유를 40% 함유한 진한 우유맛을 느낄 수 있다.

또한, 바삭한 타르트 파이에 부드럽고 달콤한 커스터드 크림을 넣은 '에그타르트(2200원)'와 얼그레이 향이 느껴지는 시트지에 부드럽고 진한 밀크티 풍미가 가득한 크림을 넣은 '얼그레이 크림롤(3800원)'도 판매한다.

이마트24는 이번 협업 상품 판매를 기념해 이달 30일까지 NH농협카드로 해당디저트 상품 3종을 구매 시 30% 할

인 혜택을 제공한다.

또한, 해당 상품을 구입하면서 이마트24 모바일앱 통합바코드를 스캔하면 상품 1개당 스탬프 1개가 적립되며, 스탬프 2개를 적립하면 경품이벤트에 응모할 수 있다.

이마트24는 홍콩밀크컴퍼니와의 협업 디저트 상품으로 고객들에게 홍콩의 맛을 선보이고, 홍콩 특유의 분위기를 만끽할 수 있는 미니팝업부스도 이달 말일까지 운영한다.

창신동에 위치한 홍콩밀크컴퍼니 매장 입구에 설치된 미니팝업부스에서 고객들은 빈티지 스낵 스튜디오 '화류관'에서 촬영한 콜라보 상품 화보가 담긴 엽서를 만나볼 수 있으며, 이 엽서를 이마트24 매장에 가져가면 홍콩밀크컴퍼니 협업 디저트(3종)를 50% 할인된 가격에 구입할 수 있다.

/최빛나 기자 vitna@

파리바게뜨, '파리 생제르맹' 광고 화제

프랑스 축구구단과 '렛츠 파리' 광고
찰떡 샌크림빵 등 신제품 5종 소개



파리바게뜨가 프랑스의 세계적인 명문 축구 구단 '파리 생제르맹'과 함께 한 '렛츠 파리(Let's Paris)' 광고 영상이 화제다.

'렛츠 파리' 영상은 '파리 생제르맹 대표선수들이 선정한 파리바게뜨 대표 제품들'이라는 주제로 파리 생제르맹 소속 선수들이 등장해 파리바게뜨 제품들을 각자의 방식으로 맛있게 즐기는 모습이 담겼다.

영상은 '파리 생제르맹'의 홈 경기장인 '파르크 데 프랭스'의 락커룸에서 선수들이 파리바게뜨 빵들을 맛있게 즐기는 장면들로 시작된다. 선수들의 '떡빵(떡방+빵)'이 펼쳐지는 한 쪽에서 생일을 맞은 팀의 막내 에머리를 뒤통에 발

견한 이강인과 아센시요가 축하해 주는 반전을 통해 에머리의 생일조차 있을 정도로 빵이 맛있다는 점을 강조한다. 광고 촬영이 실제 에머리의 생일에 진행돼 선수들이 리얼한 연기를 보여줬다는 후문이다.

/신원선 기자

신세계百貨 '신백선물관' 1주년 할인행사

신세계백화점이 온라인 선물하기 플랫폼인 '신백선물관' 오픈 1주년을 맞아 오는 22일부터 일주일간 대대적인 행사를 펼친다고 21일 밝혔다.

신세계백화점은 지난해 4월 기존 SSG닷컴 선물하기 서비스 중 백화점 상품만 모은 특별 페이지 '신백선물관'을 열었다. 신백선물관은 1주년을 맞아 고객들의 선호도를 바탕으로 네 가지 상황별 선물을 제안한다. 먼저 '백화점의 품

격'을 담은 명품과 뷰티 아이템을 추천하고 '나를 위한 선물'로 패션과 가전·생활 아이템을 제안한다.

'미리 준비하는 가정의 달' 테마로는 유아동 상품과 식품 카테고리의 상품을 소개한다.

지난 1년간 꾸준히 판매된 '스테디셀러' 키워드로 스포츠·아웃도어·슈즈·잡화 상품도 추천한다. 대표 상품으로는 ▲이탈리아 뷰티 브랜드 '산타마리

야노벨라'의 블루밍 기프트 세트 ▲프리미엄 사무용 가구 브랜드 '허먼 밀러'의 뉴 에어론 체어 ▲'코닥'의 미니샷콤팩트 3 레트로 휴대용 포토프린터 카메라 등이 있다.

이 밖에 미국 명품 브랜드 '코치'는 베스트 상품을 20% 할인하며, 여성복 브랜드 '라인'과 '케네스레이디'는 인기 이월 상품을 최대 70% 할인가에 선보이고 쿠폰 혜택도 제공하며 남성 럭셔리 브랜드 '휴고 보스'에서는 골프 아이템을 구매할 시 티셔츠를 증정하는 이벤트를 진행한다.

/최빛나 기자

SSG닷컴 '롤루레몬' 브랜드관 본격 오픈

요가·러닝·골프 라인 등 확대

SSG(씨)닷컴이 글로벌 스포츠웨어 브랜드 롤루레몬의 브랜드관을 22일 본격 오픈하고 액티브웨어 시장 저변 확대에 박차를 가한다고 21일 밝혔다.

SSG닷컴과 롤루레몬의 단독한 파트너십을 토대로 기존 롤루레몬 공식스토어를 브랜드관으로 영역을 확대해 공개한다. 브랜드관은 공식스토어의 상위 개념으로 일종의 온라인 플래그십 스토어에 해당한다.

양사는 브랜드관 오픈을 통해 요가, 러닝, 골프 라인 등 스타디셀러 물량과 온라인 단독 상품을 넓혀 나가며 배송과 마케팅 분야의 협력도 강화한다.

2017년 오픈한 롤루레몬 공식스토어는 SSG닷컴 스포츠카테고리에서 고무적인 성과를 만들고 있다. 매년 두 자릿수 매출 성장세를 기록하며 지난해 매출은 2021년 대비 2배 가까이 신장했다. 지난해 8월에는 롤루레몬의 국내 첫 라이브방송을 SSG닷컴에서 실시하기도 했다.

/최빛나 기자