

파리서 즐기는 한강라면... K-식품, 세계 관람객 사로잡아

식품기업, 올림픽 마케팅 활발
CJ제일제당 '비비고 시장' 운영
오비맥주 '카스 포장마차' 선보여
농심 신라면 테마 팝업스토어

2024 파리올림픽이 한창인 가운데, 프랑스 현지에서 'K-푸드·컬처' 전도사로 나선 국내 식품기업들에 대한 관심이 뜨겁다. 국내 식품기업들은 '팀 코리아'에 음식을 지원하는 한편, 파리 올림픽 코리아하우스(이하 코리아하우스)에서 한국 문화와 한식을 알리고 있다.

CJ그룹이 타이틀 스폰서로 참여한 코리아하우스는 파리 7구 '메종 드 라 쉬미(화학회관)'에 만들어졌으며, 오는 11일까지 국가대표 선수단 지원과 함께 K-컬처와 K-푸드 등을 알리는 국가



'퀴진케이' 영세프 6인이 파리 올림픽 코리아하우스 개관식 만찬서 직접 개발한 18가지 한식 메뉴를 선보였다. /CJ제일제당

홍보관 역할을 한다.

CJ제일제당은 이달 초 대한체육회, 한식진흥원과 함께 '2024 파리 올림픽 계기 한식 진흥과 해외 확산·홍보'를 위한 업무 협약을 체결하고, 코리아하우스에서 비비고 제품을 직접 경험할 수 있는 '비비고 시장'을 운영 중이다.

약 230㎡ 규모의 야외정원에 한국식 시장을 모티브로 부스를 설치하고, 비비고 김치와 떡볶이를 김치만두·치킨만두·소불고기만두·불고기주먹밥·핫도그와 각각 곁들인 콤보 메뉴 5종을 방문객들에게 판매한다.

특히, 떡볶이와 핫도그 등 '비비고 K-스트리트 푸드'는 유럽에 아직 출시하

지 않은 품목으로 현지 고객들에게 호기심을 끌고 있다.

CJ제일제당은 앞서 한식 셰프 육성 프로젝트 '퀴진케이(Cuisine, K)'를 통해 지난달 25일(현지시간) 개관식 만찬 행사에서 '한류의 향연, 파리에서 만나다'라는 주제로 개발한 한식 메뉴를 귀빈 150명에게 선보이기도 했다.

파리올림픽 공식 맥주 파트너사인 오비맥주는 코리아하우스에서 한국의 주류 문화를 테마로 '카스 포차'를 운영 중이다. 서울 '힙지로(힙한 을지로)' 및 종로 골목거리의 포장마차를 그대로 옮겼다.

특히 네온사인, 한글 간판, 포스터 등



농심이 오는 12일까지 프랑스 주요 거점에 위치한 5개 까르푸 매장에서 '신라면'을 테마로 한 팝업스토어를 운영 중이다. /농심

의 소품을 활용하고, 실제 포차 거리를 촬영한 영상을 부스 안에서 상영해 한국 포장마차 거리의 분위기를 더욱 생생하게 자아낸다. 방문객에게는 CJ제일제당의 글로벌 한식 브랜드 비비고와 협업한 콤보 메뉴도 판매해 글로벌 소비자들에게 카스와 한식의 환상적 조합을 만날 수 있도록 했다.

농심은 오는 12일까지 에펠탑, 스포츠 경기장 등 주요 거점에 위치한 5개 까르푸 매장에서 '신라면'을 테마로 한 팝업스토어를 운영 중이다. 오는 12일까지 에펠탑, 스포츠 경기장 등 주요 거점에 위치한 5개 까르푸 매장에서 서팝업스토어를 운영한다. 전세계 관광객들

과 현지인들에게 신라면을 알리고, 유럽 시장 공략의 기반을 다지기 위해 마련됐다.

즉석조리 한강라면 시식행사부터 신라면과 짜파게티 등 주요 제품 할인판매, 할인 쿠폰 증정 등 다양한 마케팅 활동을 이어가고 있다. 현지 소비자들의 긍정적인 반응도 이어지고 있다.

파리바게뜨는 팀 코리아의 사기를 북돋아주기 위해 빵의 본고장인 프랑스 파리 현지에 위치한 파리바게뜨 5개 매장에서 직접 만든 베이커리 제품 약 3만여 개를 현지 선수단 훈련캠프와 코리아하우스에 후원하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



프랑스 파리 코리아하우스에 조성한 한국식 포장마차 '카스 포차' /오비맥주

롯데백 "추석선물, 반값에 준비하세요"

9일부터 25일까지 예약 판매
220여 품목 최대 50% 할인

롯데백화점이 오는 9일부터 25일까지 17일 간 백화점 전 점포에서 '추석 선물 예약 판매'에 나선다고 4일 밝혔다.

이번 사전 예약 판매는 총 220여 품목을 정상이 대비 최대 50% 할인 판매한다. 상품군별로 축산, 과일, 수산 등 신선식품 70여 종과 건강식품 60여 종, 주류 30여 종, 가공식품 60여 종 등을 준비했다.

올해는 고물가에 예약 판매 수요가 더 몰릴 것으로 예상해 전년 대비 전체 물량을 약 20% 늘렸다. 먼저, 축산과 수산 선물 세트를 프리미엄부터 실속 세트까지 다양하게 선보인다. 대표 상품으

로는 스테이크를 가장 맛있게 즐길 수 있는 1+등급의 4가지 고급 부위로 구성된 '한우특선 스테이크 기프트(43만 2000원)'와 농림축산식품부에서 인증한 농가에서 생산된 친환경 저탄소 한우로 구성된 '저탄소 한우 명품 기프트(43만 2000원)', 가슴비를 고려한 '한우 소화행 로얄 기프트(20만원)' 등이다.

수산 선물세트로는 전통적인 명절 선물로 꼽히는 '영광 법성포 굴비 기프트 월(月)(21만원)', '완도 활전복 행복 기프트(12만원)' 등을 특별한 가격에 만나 볼 수 있다.

청과 선물 세트는 산지 및 품종을 다변화해 품질을 높이는 한편 가격대는 낮췄다. 대표 상품으로는 프리미엄 대과로 엄선한 사과, 배와 사인머스켓을 혼합한

'엘프미에 사과·배·사인·애플망고 기프트(16만 2000원)', 추석 과일 기프트 베스트셀러 중 하나인 '레피세리 사과·배 기프트(12만 6000원)' 등이다.

또한 최근 수입과일 중 망고에 대한 수요가 높아짐에 따라 항공 직송 브라질산 망고로 구성된 '레피세리 실속 애플망고 기프트(9만원)'가 소비자들의 손길을 기다리고 있다.

건강 관리에 높아진 관심을 반영해 홍삼, 비타민, 발효식품 등의 상품도 다양하게 준비했다. 명절 선물로 수요가 높은 홍삼 선물세트 '동원 천지인 발효홍삼(7만 8000원)', 뉴질랜드 대표 마누카 꿀 브랜드 오마누카의 '스퀴즈보틀 패키지(7만 9200원)' 등이다.

/최빛나 기자 vitna@

CU, 차별화 사케 브랜드 '쿠' 론칭

첫 상품 '오니노카나보' 출시

CU가 편의점 업계 최초로 차별화 사케 브랜드 '쿠'를 론칭한다고 4일 밝혔다.

CU가 이번에 선보이는 차별화 사케 브랜드 '쿠'는 CU를 한글 그대로 발음한 이름이며 일본어로 쿠(空/食)는 '빈 공(空)'자로 하늘을 의미함과 동시에 '떡다'라는 속 뜻도 있어, 먹고 마시기 좋은 사케라는 의미를 갖고 있다.

쿠의 첫 상품은 '오니노카나보'라는 사케다. 해당 제품은 일본의 사케 전문 제조사인 긴반 주조에서 만든 것으로 1인 가구에 맞춘 300ml짜리 소용량으로 기획됐다. 알코올 도수는 13.5%, 가격은 4500원이다. 현재 3명 이상 구매 시 1만 2000원 할인 행사를 진행 중이다.

'오니노카나보'는 도깨비 방망이라



모델이 CU 사케 브랜드 '쿠'를 소개하고 있다. /CU

는 뜻으로 범에게 날개를 달아줬다는 관용구로도 쓰여 이 사케를 마시면 모든 일이 잘 풀릴 거라는 희망의 메시지가 담겨 있다. 오니노카나보는 사케의 달고 쓴 정도를 나타내는 일본 주도 상단맛이 적은 +3의 가라구치에 속하며 쌀 특유의 담백한 맛과 풍미, 은은한 산도가 조화로운 술이다. /최빛나 기자

풀무원녹즙, '콩즙' 팝업카페 운영

'마시는 콩즙' 25만병 판매 기념

풀무원이 국산 콩을 통째로 갈아 넣어 원물의 맛과 영양을 그대로 살린 '마시는 콩즙' 2종을 더 많은 소비자가 체험할 수 있도록 오프라인 이벤트를 마련했다.

풀무원녹즙은 '마시는 콩즙' 누적 판매 25만 병 돌파를 기념해 오는 25일까지 다양한 제품을 경험해 보고 프로모션 혜택까지 만나볼 수 있는 콩즙 팝업 카페를 현대백화점 미아점에서 운영하고 있다고 4일 밝혔다.

'마시는 콩즙' 팝업 카페는 더 많은 소비자에게 '마시는 콩즙'을 알리고 직접 경험해 볼 수 있도록 고객 접점 확대 차원에서 기획했다.

이번 팝업 카페는 신선 배송을 위한 풀무원녹즙의 이동식 냉장 전동카트 '녹크(Knock)'를 활용해 공간을 꾸민 것이 특징이다.

팝업 카페 오픈을 기념해 현대백화점 고객을 대상으로 한 무료 체험 기회와 혜택도 준비했다.

'마시는 콩즙' 팝업 카페를 방문한 고객이 풀무원녹즙 애플리케이션(앱)을 설



풀무원녹즙이 현대백화점 미아점에서 오는 25일까지 다양한 제품을 경험해 보고 프로모션 혜택까지 만나볼 수 있는 콩즙 팝업 카페를 운영한다. /풀무원녹즙

치할 경우 현장에서 콩즙 본품 2종 중 한 병을 증정하며, 동일 기간에 현대백화점 미아점 고객을 대상으로 풀무원녹즙 홈페이지에서 콩즙 주머니 5000원 할인쿠폰도 증정한다. /신원선 기자

남양유업, '이너케어 뼈관절 프로젝트' 출시

건강기능식품 포트폴리오 확대

남양유업은 건강기능식품 포트폴리오 확대를 위해 신제품 '이너케어 뼈관절 프로젝트'를 출시했다고 4일 밝혔다.

이번 제품은 식약처 인증 기능성 원료와 프로바이오틱스를 정제(알약)·액상 이중제형으로 설계했다. 이 안에는 구절초 추출물, 비타민D, 아연, 셀렌 등 관절 및 연골 건강, 골다공증 발생 위험 감소, 면역 증진 등에 도움되는 성분이 함유돼 있다.

이와 함께 유산균 증식 및 유해균 억

제를 위한 프로바이오틱스로 장 건강까지 관리할 수 있도록 했다. 또한 이중제형으로 발효유 액상을 통해 정제(알약)를 물 없이 간편하게 섭취할 수 있다.

2021년 출시된 남양유업의 건강기능식품 브랜드 '이너케어'는 제약회사 녹십자웰빙과 공동연구를 통해 만들었다. 밀크씨슬 추출물을 담은 '간 프로젝트', 그린세라-F(인동덩굴꽃봉오리추출물)로 위장벽을 보호하는 '위 프로젝트', 국내 장수마을에서 분리한 특허 유산균을 함유한 '장 프로젝트' 등의 라인업을 갖췄다. /신원선 기자