

# 짜통 팔고, 충전재 속여... 유통업계 '소비자 기만' 논란

이마트 트레이더스, 가품 옷 팔아 "판매중단, 환불... 진위 확인중"

이랜드월드 브랜드 '후아유' 패딩 충전재 혼용률 속여 '사과문' 패딩 충전재 혼용률 속여 '사과문'

새해부터 유통업계에서 소비자 기만 논란이 잇따라 발생하면서, 소비자 신뢰 하락이 업계 전반의 불황을 심화시킬 수 있다는 우려가 제기되고 있다.

8일 업계에 따르면, 이마트 트레이더스는 미국 패션 브랜드 '스투시' 맨투맨 가품 논란에 휘말렸다. 유튜브 채널 '상자의 신발상자'를 운영하는 유튜버 A씨가 이마트 트레이더스 월계점에서 구매한 '에쉬 헤더 스투시 맨투맨'을 한국 명품감정원에 감정 의뢰한 결과, 가품 판정을 받으면서 문제가 불거졌다.

정가 17만 9000원에 판매되는 스투시 제품이 이마트 트레이더스에서 9만 9000원에 판매된 점이 의심을 불러일으켰고, 이를 확인하기 위해 명품 감정을



이마트 트레이더스 내 스투시 매장 제품 사진. /유튜버 채널 '상자의 신발상자' 영상 갈무리

의뢰했다는 게 A씨의 설명이다. 그는 "어떻게 이마트 트레이더스를 믿고, 장을 봐야 될지 잘 모르겠다"며 "잘 모르는 사람들이 대다수일 텐데 뭘 믿고 구매를 하겠느냐"며 놀라움을 전했다.

이마트는 즉각적인 환불 조치를 취하며 사태 수습에 나섰다. 이마트 측은 "논란이 된 상품의 판매를 중단하고, 환불을 원하는 고객들에게 환불을 진행하고

있다"며 "협력업체와 함께 여러 검증 기관을 통해 상품의 진위를 확인 중"이라고 밝혔다. 환불 대상은 의류 1000여 점에 이른다.

소비자 기만 논란은 패션업체에서도 이어졌다. 이랜드월드 유통 제조 일원화(이하 SPA) 브랜드 후아유는 패딩 충전재 혼용률을 속여 논란을 빚었다. 거위털 80%로 광고한 점퍼가 실제로는

오리털 70%, 거위털 30%로 구성된 것으로 드러난 것이다.

이랜드월드 조동주 대표이사는 즉각 사과문을 발표하고, 해당 상품을 구매한 고객들에게 100% 환불 조치를 약속했다.

조 대표는 사과문을 통해 "해외 현지 파트너사의 품질 보증만을 신뢰하고자 체 검증 절차를 소홀히 한 것이 근본 원인"이라며 "해당 상품은 회수 즉시 전량 폐기하겠다"고 전했다.

온라인 패션 플랫폼 무신사도 소비자 기만 논란에서 자유롭지 못했다. 무신사 입점 브랜드인 인템포드, 페플, 굿라이프웍스, 디미트리블랙 등 일부 브랜드의 패딩 제품에서 광고와 다른 충전재 혼용률이 확인됐다. 일부 브랜드는 폴리에스터 비율이 높음에도 오리털 솜털 75% 이상이라며 허위 광고를 진행한 것으로 드러났다.

이에 무신사는 해당 브랜드를 퇴점시키고, 입점 브랜드의 혼용률 정보를 전

수 조사하겠다고 밝혔다. 또한, 삼진아웃 정책을 도입해 3번 적발된 브랜드는 퇴출하겠다는 방침을 전했다.

이미 신뢰를 잃은 소비자들의 마음이 되돌리는 데에는 난항이 예상된다. 소비자 이모씨는 "삼진아웃이면, 두 번까지는 괜찮다는 뜻이냐"며 "돈을 주고 물건을 사는 것은 소비자인데, 두 번까지 봐준다는 무신사 기준이 납득되지 않는다"고 불만을 표했다.

이 같은 소비자 기만행위가 업계 불황을 더 가중시킬 수 있다는 우려의 목소리도 나온다.

소셜네트워크서비스(SNS) 개인 쇼핑몰을 운영하고 있다고 밝힌 김 모 씨는 "이런 논란들을 볼 때마다 전체적으로 저렴한 브랜드 의류에 대한 소비자 신뢰가 떨어져 전반적인 이미지 타격이 있을까 우려된다"며 "패션업계 상황이 그리 좋지 않은데, 이 같은 논란들로 혹여라도 어려움이 가중될까 걱정된다"고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

## 롯데마트, 신규 농산물 브랜드 '내일농장'

AI 선별과일, 스마트팜 상품 등 포함 차세대 농업 기반 기후위기 선제대응

롯데마트·슈퍼가 이달 9일 차세대 농업 프로젝트 '내일농장'을 새롭게 선보인다고 8일 밝혔다.

'내일농장'은 차세대 농업 기술이 적용된 농산물을 아우르는 롯데마트·슈퍼의 신규 농산물 브랜드 프로젝트다.

브랜드 상품에는 ▲인공지능(AI)으로 선별한 과일 ▲스마트팜에서 재배된 농산물 ▲탄소중립을 실천하는 저탄소·친환경 인증 농산물 ▲기후 변화에 대응하는 신종 농산물 등이 포함된다.

롯데마트·슈퍼에 따르면 대형마트가



추구할 미래 농산물의 방향성을 제시하고, 차세대 농업 기술을 기반으로 기후 위기에 선제적으로 대응하는 한편, 고객에게 고품질 농산물을 합리적인 가격에 안정적으로 제공하기 위해 이번 프

젝트를 기획했다.

실제 농업 환경이 지구 온난화로 인해 생산성 악화라는 위기에 직면했으며 이상기후의 영향으로 딸기와 감귤 같은 과일이 출하 초기부터 지난해보다 높은 시세를 기록했다는 게 롯데마트 슈퍼 측 설명이다.

이에 따라 롯데마트는 이달 9일부터 '내일농장 스마트팜 딸기', '내일농장 타이벡 딸기' 등 상품 출시를 시작으로 올해 안에 총 40여 개 품목, 150여 개 상품을 선보인다. 이를 통해 '내일농장' 상품 매출 비중을 농산물 전체 매출의 10%까지 확대할 계획이다.

/안재선 기자

## 손흥민 빵 나오나... 파리바게뜨-토틸렘 '맞손'

영국 포함 글로벌 브랜드 인지도 제고 선수 모티브 빵·케이크·굿즈 등 출시

SPC그룹의 파리바게뜨가 영국 프리미어리그 축구단 '토틸렘 핫스퍼'와 공식 파트너십을 체결하고 글로벌 스포츠 마케팅을 확대한다.

토틸렘 핫스퍼는 런던을 연고로 1882년 창단돼 영국과 전 세계에 탄탄한 팬층을 보유한 명문 축구 구단이다. 토틸렘 핫스퍼의 팀 주장을 맡고 있는 국가대표 '캡틴' 손흥민, 최근 입단한 신예 양민혁을 비롯해 제임스 매디슨, 데얀 클루셉스키, 루카스 베리발, 아치 그레이 등 세계적인 스타 선수들이 뛰고 있다.

파리바게뜨는 토틸렘 핫스퍼와 파트너십으로 영국을 포함한 글로벌 시장의 브랜드 인지도 제고와 국내외 고객과의 소통 강화를 기대하고 있다.

파리바게뜨는 유럽·미주·아시아에 걸쳐 14개국에 진출해 600여 개 매장을 운영 중이다. 최근에는 영국 런던의 중심지 '카나리 워프' 지역에 유럽 첫 가맹점을 오픈했다.

파리바게뜨는 이번 파트너십을 통해



런던에 위치한 토틸렘 핫스퍼 스타디움에서 애비 마셜콕스(Abi Marshall-Cox) 토틸렘 핫스퍼 파트너십 책임자와 파리바게뜨 허진수 사장이 공식 파트너십 계약을 체결하고 기념 사진을 촬영하고 있다. /SPC

1월 1일부터 토틸렘 구단·선수·경기장에 대한 IP 사용권을 갖게 되며, 이를 토대로 국내외에서 다양한 활동을 전개한다. 토틸렘 핫스퍼 홈 경기장에 파리바게뜨 커피를 판매하고, 주요 선수들이 등장하는 미디어 광고 콘텐츠를 제작해 국내외 SNS와 매장에 공개할 계획이다. 토틸렘 핫스퍼 팀과 선수들을 모티브로 한 빵, 케이크, 디저트 등 다양한 제품과 굿즈를 출시하고, 경기 관람 티켓 증정 이벤트 등 고객 행사도 진행할 계획이다. /신원선 기자

## KT&G, 글로벌 신용평가서 '안정적' 등급

S&P·무디스서 각각 A-~A3 획득

KT&G는 전날 글로벌 3대 신용평가사인 S&P와 무디스의 국제신용등급평가에서 각각 'A-(안정적)', 'A3(안정적)' 등급을 획득했다고 8일 밝혔다.

S&P 상위 신용등급인 'A-'는 신용상태가 양호하고, 신용위험이 크게 낮은 수준을 의미한다.

이는 공기업·금융사의 국내 대기업 중 최고 수준으로 글로벌 최상위 담배 기업과도 동일한 등급이다. 무디스에서 획득한 'A3' 역시 국내 대기업 중 최상위 수준에 해당하며, 이를 통해 KT&G는 우수한 재무안정성을 인정받았다.

글로벌 신용평가기관들은 KT&G가 담배사업 부문에서 높은 시장 지배력을 유지하는 등 사업안정성이 우수하다고 판단했으며, 안정적인 이익 창출과 낮은 재무 레버리지 비율도 긍정적으로 평가했다. 또한, 전자담배(NGP) 사업

에서 높은 성과를 창출하고 있고, 인삼 사업 등 비담배 사업 다각화 측면도 우수하다고 판단했다.

특히 글로벌 신용평가사들은 KT&G의 글로벌 사업 성장에 주목하며 인도네시아·카자흐스탄 신공장 구축 등 성장투자가 추진되며 해외사업이 더욱 확대될 수 있다고 전망했다.

앞서 KT&G는 2023년 6월 한국기업평가, 한국신용평가, NICE신용평가 등 국내 3대 기업신용평가에서 최고 등급인 'AAA(안정적)'를 획득한 바 있다.

KT&G 관계자는 "국내외 불확실성 확대에도 불구하고 글로벌 신용평가사로부터 회사의 충실한 중장기 비전 이행 및 재무건전성 등을 인정받았다"며, "앞으로도 우수한 신용도를 바탕으로 안정적인 재무구조를 구축하고, '글로벌 톱 티어 도약'이라는 비전에 발맞춘 핵심사업 투자에 집중하겠다"고 밝혔다. /신원선 기자 tree6834@

## 동아오츠카 데미소다 패키지 새단장

동아오츠카는 국내 대표 저탄산 과즙 음료 데미소다 레드애플, 망고 플레이버 2종이 패키지 새 단장에 나섰다 8일 밝혔다.

2022년 이후 3년 만에 진행된 이번 리뉴얼은 소비자에게 신선함과 싱그러움을 더 잘 전달하기 위해 과일 위에 물방울을 더하고, 브랜드 영문 표기를 대문자로 적용한 것이 특징이다.

데미소다는 1991년 출시 이후 꾸준히 사랑받아온 동아오츠카의 대표 과즙 탄산음료로 합성향료를 사용하는 일반 탄산음료와 달리 진짜 과일 과즙을 담았다.

레드애플은 18%, 망고는 7%의 과즙 함량을 자랑하며, 다른 플레이버(애플, 청포도, 복숭아)인 경우 총 11% 이상의 과즙을 함량, 레몬은 7%로 높은 품질의 맛을 선사한다. 특히 데미소다는 2023년부터 전 제품에 대해 비건 인증을 완료해 건강한 음료를 선호하는 소비자뿐만 아니라 환경과 동물 복지를 고려하는 소비자들로부터 긍정적인 반응을 얻고 있다. /신원선 기자

## 아티제, 스트로베리 시즌 메뉴 선보여

쇼트케이크·주스·라떼 등

카페 브랜드 아티제가 제철 생딸기의 맛과 향을 극대화한 스트로베리 시즌 메뉴를 선보인다고 8일 밝혔다. 이번 스트로베리 컬렉션은 주로 단맛이 풍부하고 과즙이 풍성한 국내산 설향 딸기를 엄선해 사용하는 것이 차별점이다.

케이크의 경우 깊고 진한 풍미의 동물성 생크림을 사용하여 새콤달콤한 딸기 과육과 잘 어우러지며 냉장으로 운영되어 신선한 딸기의 향긋함과 최상의

맛을 온전히 느낄 수 있다.

시그니처 제품인 스트로베리 쇼트 케이크는 동물성 생크림과 엄선한 딸기를 정교하게 레이어링해 케이크 단면의 화려한 비주얼이 돋보인다. 홈, 하프 홈, 조각 등 다양한 사이즈로 만나볼 수 있다.

시즌 음료는 고당도 설향 딸기의 새콤달콤함을 그대로 담은 스트로베리 주스를 비롯해 부드러운 우유와 조화를 이룬 스트로베리 라떼, 상큼한 레몬의 청량감을 더한 스트로베리 레몬 에이드로 다채로운 맛을 구현했다. /신원선 기자