

# 광고서 빼고, 계약 종료... 식품·유통가 '김수현 지우기' 나서

배우 김수현 '사생활 논란' 휩싸여  
홈플러스 '이즈백' 광고서 내리고  
뚜레쥬르, 김수현 모델계약 종료  
아이더·비온드 등 비공개로 전환  
최악엔 위약금 200억 추정하지만  
적극대응에 물어낼 가능성 적어

최근 배우 김수현이 사생활 논란에 휩싸이면서 그를 모델로 기용했던 기업들이 '김수현 지우기'에 나섰다.

식품·유통업계의 경우 광고 모델이 곧 브랜드의 얼굴이기 때문에 연예인의 사생활 논란은 브랜드 신뢰도에 직접적인 영향을 줄 수밖에 없다.

홈플러스는 기습적인 기업 회생절차(법정관리) 신청에 이어 브랜드 모델인 김수현 논란까지 수면 위로 떠오르면서 앞선 데 덮친 격으로 고초를 겪고 있다.

홈플러스는 지난달 김수현을 창립 28주년 광고 모델로 재발탁하고 '홈플러스' 행사에서 김수현을 내세워 마케팅을 전개했다. 이에 홈플러스는 김수현과의 빠른 손절을 선택하며 자사를 향한 불필요한 부정적 여론 차단하기에도 나섰다. 회사는 19일까지 열리는 '앵클! 홈플러스 이즈백' 행사에서는 광고에 김수현을 내세



뚜레쥬르는 김수현과의 모델 계약을 종료한다고 밝혔다. /CJ푸드빌

우지 않는다고 설명했다.

CJ푸드빌이 운영하는 베이커리 브랜드 뚜레쥬르 역시 김수현과의 모델 계약을 종료한다고 밝혔다. 김수현은 지난 2012~2015년 뚜레쥬르 모델로 활동했으며 9년만인 지난해 모델로 재발탁된 상황이었다. 뚜레쥬르 공식 인스타그램 계정에는 김수현과 관련된 모든 게시물이 내려간 상태다.

K2코리아그룹 스포츠 패션 브랜드 아이더도 김수현을 지웠으며, LG생활의 뷰티 브랜드 비온드도 김수현의 광고 영상을 유튜브 채널에서 비공개로 전환했다.

김수현은 신한은행, 조말론 런던, 쿠쿠, 사브올데이 등 10개 이상의 브랜드 모델로 활동 중인 것으로 알려졌다.

업계에서는 김수현의 광고 모델료가 브랜드당 1년 기준 7억~10억원에 이를 것으로 추정하고 있다.

통상 계약을 맺을 때 광고 모델이 사회적 물의를 일으켜 계약을 해지하게 되면 2~3배 위약금을 물도록 되어 있다. 최악의 경우 위약금 규모는 200억원에 달할 것으로 전망된다.

김수현은 최근 고인이 된 김새론이 미성년자였을 때부터 교제했다는 의혹이 제기되면서 논란의 중심에 섰다. 계

다가 김수현의 소속사 골드메달리스트가 생활고에 빠진 고인에게 7억원의 내용증명을 보냈다는 사실이 알려지면서 대중의 지탄을 받았다.

이에 소속사 측은 "배우 김수현이 고인과 교제한 사실은 맞지만 김새론이 미성년자였던 시절부터 사귄 것은 아니다"라고 반박했다. 또 내용증명과 관련해서는 "내용증명은 그가 당시 빚을 갚을 능력이 없는 '회수불능' 상태라는 것을 입증하는 차원이었다"고 설명했다. 채무 관련해서 소속사와 고인 간의 문제였으며 김수현은 변제를 촉구한 사실이 없다고도 강조했다.

소속사가 관련 의혹들에 대해 적극 해명에 나서면서 위약금을 물어낼 가능성은 크지 않을 거라는 게 업계의 중론이다. 객관적 사회적 물의를 일으켰냐를 놓고 봤을 때 이성교제만으로는 성립하기 힘들다는 것이다.

이번 김수현 사건으로 인해 식품업계를 포함한 기업들이 광고 모델 선정 시 겪는 리스크가 다시금 조망되고 있다.

앞서 2021년 4월 서예지는 당시 전연인인 배우 김정은을 조종했다는 의혹과 함께 학교폭력 및 갑질 논란까지 불거지며 큰 파문을 일으켰다. 이에 따라 그녀가 모델로 활동하던 식품·화장품 브

랜드들이 서둘러 광고를 삭제했고, 예정된 계약도 줄줄이 취소됐다. 한 달도 채 되지 않아 광고업계에서 완전히 퇴출되는 수모를 겪었다.

같은 해 10월 김선호는 전 연인의 사생활 문제가 공개되면서 논란이 확산됐다. 당시 김선호는 다수의 브랜드 모델로 활동하고 있었으며, 논란 발생 직후 광고주들은 광고 콘텐츠를 비공개 처리하고 계약을 정리하는 조치를 취했다. 이후 논란이 해명되는 과정에서 일부 브랜드가 광고를 복귀시켰으나 초기 대응 과정에서의 혼란은 피할 수 없었다.

업계 관계자는 "광고 모델 선정 시 평판 리스크를 사전에 검토하지만, 예상치 못한 논란이 발생할 경우 결국 빠른 결단이 필요하다"며, "최근에는 연예인 모델보다 브랜드 자체의 가치를 강조하는 캠페인이나, 가상 모델을 기용하는 사례도 늘고 있다"고 밝혔다.

한편, 김수현을 모델로 기용했던 브랜드들이 이번 논란을 어떻게 수습할지에 대한 관심이 집중되고 있다. 과거 김선호가 일부 광고주들로부터 다시 기용된 사례를 감안하면, 김수현의 향후 행보 역시 그의 논란이 어떻게 정리되느냐에 따라 달라질 것으로 보인다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 아울렛들, 봄 수요 잡기 '대규모 할인전'

롯데, 전지점 '뉴 시즌 세일 스타트'  
현대, 8개 점포에서 23일까지 행사  
마리오, 100여개 브랜드 참여·할인

주요 아울렛들이 봄맞이 패션 수요를 잡기 위해 대규모 할인 행사에 나섰다. 날씨가 따뜻해지면서 나들이객이 증가하자, 봄철 특수를 노린 전략으로 풀이된다.

16일 업계에 따르면, 주요 아울렛들이 대규모 브랜드 참여 행사를 열며 본격적인 봄맞이 고객 유치에 나서고 있다.

롯데아울렛은 이달 23일까지 전 점에서 '뉴 시즌 세일 스타트' 행사를 열고 봄맞이 고객 잡기에 나선다. 롯데아울렛에 따르면, 이번 행사는 전년 대비 브랜드 참여율을 20% 이상 확대한 역대 최대 규모로 진행된다. 남성·여성 패션, 스포츠, 골프, 아웃도어뿐만 아니라 키즈·리빙 상품군까지 포함된 것이 특징이다.

이달 26일까지 봄맞이 골프 및 등산을 즐기는 고객을 위한 특별 할인 행사도 열린다. PXG, 타이틀리스트, 지포어 등 프리미엄 골프 브랜드가 참여해 최대 60% 할인된 가격으로 제품을 선보인다. 이달 19일까지는 K2, 아이더, 블랙야크 등 정통 아웃도어 브랜드가 'K2 플라이하이킹 밴치 신발', '아이더 코어2L 고어텍스 방수재킷' 등 인기 아웃도어 제품을 할인가에 제공한다.

현대아울렛도 이달 23일까지 현대프리미엄아울렛 김포점 등 8개 점포에서 대규모 쇼핑 행사를 진행한다. 이번 행사에서는 해외 패션·여성 패션·아웃도어 등 200여 개 브랜드의 봄·여름(S/S) 이월 상품을 할인된 가격에 선보인다. 대표적으로 게스, 리바이스, 안다르, 쟁시미스, 마리페프랑소와저버 등 패션 브랜드가 참여해 최대 70% 할인을 제공한다.

행사를 기념해 팝업스토어도 운영한다. 현대프리미엄아울렛 송도점·대전

점·스페이스원 등 3개 점포에서는 '현대(현대아울렛)의 생일 파티'를 주제로 레고 월드 팝업스토어를 연다. 또한, 현대프리미엄아울렛 스페이스원·대전점 등 5개 점포에서는 가족 단위 고객을 위한 '도시-팝 놀이터' 행사를 진행해 아이들이 뛰어놀 수 있는 공간을 제공한다.

마리오아울렛도 100여 개 유명 브랜드가 참여하는 대규모 3월 할인 행사를 진행한다. 대표적으로 여성 패션 브랜드 에폴드빠리, 아르테와 남성 패션 브랜드 에디션, 바소움트가 행사에 참여해 최대 90% 할인 상품을 선보인다.

온라인몰에서도 봄맞이 행사가 열린다. 마리오아울렛의 공식 온라인몰인 '마리오몰'은 이달 17일부터 ▲써스테이 아일랜드 ▲빠니갈레&인디안 ▲에스콰리아 ▲지프 등 브랜드를 최대 95% 할인하는 '마리오 단독 특가전'을 진행한다.

/안재선 기자 wotjs4187@

## 롯데온, 계열사 혜택 통합 '엘타운' 오픈

롯데시네마·세븐일레븐 등 12곳 참여

롯데쇼핑의 e커머스 플랫폼 롯데온이 이달 17일 롯데 계열사 혜택을 통합한 '엘타운(L.TOWN)'을 정식 오픈한다고 16일 밝혔다. 롯데그룹의 유통, 식품, 서비스 계열사를 연결하는 디지털 게이트웨이 역할을 본격화한다는 계획이다.

엘타운은 롯데온이 운영해 온 '월간 롯데' 프로젝트를 확장해 만든 종합 쇼핑·라이프스타일 플랫폼이다. 기존 롯데온이 '월간롯데'를 통해 롯데 계열사의 할인 및 증정 행사를 월 단위로 소개

해 왔다면, 이번 엘타운은 이를 한층 강화해 다양한 혜택을 한눈에 확인할 수 있도록 구성했다.

특히, 이번 엘타운 오픈과 함께 '롯데갈 땀 롯데ON'이라는 슬로건을 내걸고, 고객이 온·오프라인에서 제공되는 혜택을 직관적으로 확인할 수 있도록 했다는 게 롯데온 측 설명이다.

첫날에는 롯데그룹 계열사 12곳이 참여한다. 대표적인 혜택으로 ▲롯데시네마 영화 관람권 할인 ▲세븐일레븐 3000원 쿠폰 ▲롯데월드 아쿠아리움 이용권 특가 ▲엔제리너스 아메리카노 무료 쿠폰 등이 마련됐다.

/안재선 기자

## CU, 강아지의 날 맞아 반려견 사료 할인

이달 말까지 +1 증정·할인 행사

CU는 23일 국제 강아지의 날을 맞아 반려견 사료와 간식 모든 상품에 대해 이달 말까지 +1 증정 및 할인 행사를 진행한다고 16일 밝혔다.

국제 강아지의 날(National Puppy Day)은 매년 3월 23일로 2006년 미국의 반려동물학자 콜린 페이지의 제안으로 만들어졌다. 국내에서도 반려동물에 대한 사랑과 보호에 대한 인식을 높이는 취지에서 강아지 사진 SNS에 올리기 등의 활동이 활발하게 이뤄지는 기념일이다.

통계청과 농림축산식품부에 따르면 2023년 국내 반려동물 양육 인구 비중은 28.2%로 역대 최고치를 기록했지만, 반려동물용품의 가격은 전년 대비 8%나



CU가 국제 강아지의 날을 맞아 반려견 사료와 간식 상품에 대해 이달 말까지 증정 할인 행사를 펼친다. /BGF리테일

올랐다. 이는 같은 기간 소비자물가지수가 3.6% 상승한 것을 고려하면 두 배 넘게 오른 셈이다. CU는 1500만명이 넘는 '펫팜(Pet+Family)족'들의 물가 부담을 줄이기 위해 이달 말까지 총 30여 종의 사료, 간식 모든 상품에 대해 +1 증정 및 할인 혜택을 제공한다.

/신원선 기자

## 롯데마트, 저장 사과·양파 총 700t 품다

신선도 유지·합리적 가격 제공

롯데마트는 지난해 수확해 기체제어(CA) 저장고에 보관하고 있었던 부사 사과 500여 톤과 양파 200여 톤을 올해 첫 출하한다고 16일 밝혔다.

기체제어 저장 기술은 이상기후로 인한 농산물 수급 불안을 해결하는 대안으로 활용된다. 온도와 습도뿐만 아니

라 공기 중 산소·질소 등의 기체 조성을 조절해 농산물의 보존 기간을 연장하는 방식으로, 노화를 억제하고 미생물·곰팡이 번식을 막아 장기간 신선도를 유지할 수 있는 것이 특징이다.

롯데마트는 이달 19일부터 기체제어 저장고에서 보관한 '갓따온 그대로 사과'와 '갓 수확한 그대로 단단한 CA 저장 양파'를 선보인다. 이들 상품은 각각

지난해 10월과 6월에 수확한 원물을 저장해 보관한 제품들이다.

롯데마트에 따르면, 기체제어 저장 농산물을 준비한 이유는 저장 말기에도 신선도를 유지하면서 합리적인 가격으로 제공하기 위해서다. 특히, 2024년산 사과는 수확기 이상 고온의 영향으로 예년보다 전반적인 품질이 떨어지는 편이며, 수확기 고온현상으로 저장 기간이 길어질수록 품질이 더 하락한다는 게 회사 측 설명이다.

/안재선 기자