



‘지구가 아프지 않게’ 에코백·개인컵 쓰세요

롯데쇼핑, 리젠 원사 사용 니트백 출시
이마트24, ‘무라벨’ 2리터 생수 판매
개인컵 사용 때 커피 무료 제공도

지구와 환경을 보호하자는 51번째 세계 기념일 ‘지구의 날’(22일)을 맞이하는 유통가 체계가 분주하다. 관련 행사와 할인전을 벌이는 데 그치지 않고 자체 친환경 상품을 내놓으며 고객들의 ‘가치 소비’ 폭을 넓히고 있다. 21일 롯데쇼핑은 합작법인 핸드백 브랜드 사만사타바사가 친환경 브랜드 ‘마이셀’을 선보인다고 이날 밝혔다. 이 브랜드의 주요 상품은 친환경 직물(니트) 가방이다. 이 제품은 페 페트병이나 페 원단에서 추출한 ‘리젠(Regen)’ 원사로 만들어졌다. 리젠은 원사 1t당 수명 50년 된 나무 136그루가 1년 간 흡수하는 양과 같은 수준의 이산화탄소를 절감하는 효과의 친환경 소재이다. 우수한 품질은 유지한다. 포장지는 100% 사탕수수 부산물을 활용한 크래프트지 ‘얼스팩’을 채택했다. 얼스팩은 한 그루의 나무도 베지 않고 표백하지 않기에 더욱 친환경적이며 미생물에 의해 생분해되는 것이 특징이다. 마이셀은 니트 제품뿐 아니라 재생 가죽 등 다양한 소재 변화를 꾀할 방침이다. 편의점 이마트24는 ‘지구의 날’에 맞춰 라벨지가 없는 생수 상품을 자체적으로 내놓았다. 기존 개별 용기에는 213㎖ 크기 라벨이 부착됐었다. 이번 친환경 행보로 한 해 동안 축구경기장(약 7420㎡) 48개를 덮을 정도의 비닐을 줄일 수 있

게 됐다. 이마트24는 이번 2l 6개입 제품 뿐만 아니라 앞으로 500ml, 1l 제품에도 ‘무라벨’을 적용한다는 계획이다. 지구의 날인 22일 개인 용기(텀블러)를 커피 전문점에 가져 가면 다양한 할인 혜택을 받을 수 있다. 환경부는 맥도날드, 던킨도너츠, 파스쿠찌 등 패스트푸드·커피전문점 13곳과 손잡고 ‘지구의 날, 나무 더 화용으로’라는 주제의 행사를 펼친다. 일회용품 사용을 줄여 탄소배출을 줄이자는 취지로, 하루 종이컵 2개 대신 개인컵을 사용할 경우 연간 3.5kg의 이산화탄소를 저감할 수 있다. 먼저 맥도날드는 이날 하루 개인컵을 이용하는 고객에게 무료로 커피를 준다. 기존에 개인컵 할인을 적용한 커피 전문점을 혜택 폭을 넓힌다. 이날 이디야, 커피베이, 롯데리아, 엔제리너스, 크리스피크림도넛에서는 기존 개인컵 할인(200~400원)을 2배 또는 1.5배로 확대한다. 던킨도너츠(4월 19일~22일)와 배스킨라빈스(4월 19일~25일)는 기존 개인컵 할인(300원)을 최대 3배 이상 확대해 적용한다. 이밖에 투썸플레이스는 사회관계망(SNS)을 통해 개인컵 사용 실천 인증을 하면 추첨을 통해 경품을 지급한다. 스타벅스, 커피빈, 파스쿠찌, 카페베네 등에서는 개인컵을 이용할 때 추가로 적립 혜택을 주거나 개인컵 구매 고객에게 커피를 무료로 담아주는 등의 행사를 한다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



광주신세계를 찾은 고객이 지하 1층 매장 ‘헌트’에서 다양한 장화를 신어보고 있다. <광주신세계 제공>

젖은 봄비 예보에 ‘레인부츠’ 인기

광주신세계, 매출 3배 상승
지하 1층 ‘헌트’ 임시매장 운영

올 봄 젖은 봄비에 장마철 필수품인 장화(레인부츠)가 때아닌 인기다. 21일 (주)광주신세계에 따르면 올해 3월15일~4월15일 장화 매출은 1년 전보다 3배 넘게 오른 것으로 나타났다. 광주신세계 측은 올 봄 들어 비가 자주 내리면서

미리 앞당겨 장화를 마련하는 소비자가 늘어난 것으로 풀이했다. 광주신세계는 오는 25일까지 유명 장화 브랜드 ‘헌트’ 임시 매장을 지하 1층 신관 연결통로에서 운영한다. 160년의 역사를 자랑하는 이 브랜드는 국내 20~30대로부터 인기가 높다. 레인부츠 뿐만 아니라 샌들, 플립플롭 등 다양한 신발과 가방, 의류도 만날 수 있다. 이 기간 동안 일부 품목을 제외하고 10% 할인 혜택을 받을 수 있다. /백희준 기자 bhj@

14년 만에 ‘리뉴얼’ 이마트 광주점, 젊은 세대·가족 고객 몰려온다

매출·고객 수 두 자릿수 성장

14년 만에 새단장을 마친 이마트 광주점 매출과 방문객 수가 ‘두 자릿수’ 성장한 것으로 나타났다. 21일 이마트 광주점에 따르면 지난 11월26일부터 이달 13일까지 이 점포 매출은 지난해 같은 기간보다 23% 증가했다. 이 기간 동안 구매 고객은 70만5000명에 달했고, 방문객 수도 100만명이 넘을 것으로 추정됐다.

이 기간 동안 고객 수는 15% 증가했으며, 고객 1인당 평균매입액(객단가)은 8% 늘었다. 이 같은 성과는 각 부문 전문관 위주로 구성을 강화한 것이 주된 요인이라고 이마트 측은 풀이했다. 새단장 이후 광주점 20대 고객 구성비(11.2%)는 전점 평균(6.3%)과 비교해 2배 수준으로 높아졌다. 30대 고객구성비(26.4%)도 높아졌다. 이마트가 전문관을 구성한 완구 매출은 같은 기

간 동안 50.3% 증가했고, 주방용품(39.8%), 패션(37.8%), 생활(리빙·33%)도 높은 증가율을 보였다. 광주 최대 규모 밀키트(간편가정식) 매장을 운영했던데, 밀키트 매출은 5배, 식음·델리 상품군은 51.6% 급증했다. 주류 매장을 특화하면서 주류 구매단가는 기존 1만6000원에서 새단장 후 2만1000원으로 30% 올랐다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

‘창립 21돌’ 롯데슈퍼...생필품 반값 할인전

27일까지 비비고 왕교자만두 등
제철 주꾸미·수박도 할인 행사

창립 21주년을 맞은 롯데슈퍼가 21일부터 27일까지 최대 ‘반값’ 할인을 내건 행사를 진행한다고 이날 밝혔다. 최대 50% 할인은 인기 생필품 위주로 적용된다. ‘크리넥스 3겹순수 소프트’(30개), ‘CJ햇반’, ‘CJ 비비고 왕교자만두’, ‘오뚜기 등심돈가스’ 등이 해당한다. 엘포인트 회원을 인증하고 행사카드

로 결제하면 할인을 받을 수 있다. 제철을 맞춘 주꾸미와 함안·부여산 수박, LA갈비 등 주요 식재료도 할인 가격에 만난다. 롯데슈퍼는 창립을 기념해 신선 산지직송 브랜드 ‘농가의 맥’을 선보인다. 완도 추형일씨 이름을 내건 전복(4마리)과 탕용 전복(10마리)을 각 1만원과 9000원에 살 수 있다. 김상준 생산자 ‘대저 째깍이 토마토’(800g) 1만900원, 이성학 생산자 ‘금산 우수농산물관리(GAP) 모듬삼’ 2490원 등도 있다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

귀할수록 전문 브랜드 비타민하우스

45 북위 45도 이상
흑한에서

15 15년을 자란
차가버섯을 엄선

12 12배 고농축으로
영양을 꽉 채운

시베리안 차가버섯

비타민하우스 전속모델 서경석

Vitamin House
구입문의 1588-8529