



롯데제과, 카스타드에 플렉소 인쇄 방식 적용

롯데제과가 플렉소 방식 인쇄 설비로 제조한 친환경 포장재를 카스타드(사진)에 적용했다. 플렉소 인쇄 방식은 환경오염 방지와 탄소 배출 감소에 적합해 농림축산식품부로부터 국가 공인 녹색기술 인증을 취득했다. 유성잉크를 사용하는 기존 인쇄 방식과 달리 안전성 높은 수성잉크를 사용하는 게 특징이다. 양각 인쇄로 잉크는 물론 유해화학물인 유기용제 사용량도 절감 가능하다. 또 기존과 다른 건조 방식을 통해 온실가스 배출량을 절감해 탄소중립에 도움이 되는 효과도 있다. 회사 측은 “향후 몽셀, 빈츠, 하비스트, 아재크래커 등에 플렉소 인쇄 방식을 적용하고 꼬깔콘 외 포장재까지 확대할 계획”이라며 “이를 통해 포장재 제조 시 사용하는 잉크 및 유기용제의 양을 기존 대비 연간 약 100톤가량 줄일 계획”이라고 했다.

코카콜라, 실내 숲 조성 지원 아동복지시설 모집



한국 코카콜라가 실내 숲 조성 사업에 참여할 지역 아동센터 및 아동보호 생활시설을 모집한다. 아동복지시설 친환경 실내 숲 조성 프로젝트(사진)는 밀알복지재단, 환경부 국립생물자원관, 한국지역아동센터연합회와 함께 실내에서 보내는 시간이 증가한 아이들에 대한 지원을 위한 사업이다. 지난해 첫 프로젝트를 시작으로 현재까지 17개 국내 아동복지시설의 환경친화적 실내 숲 조성을 지원 완료했다. 올해는 10곳의 아동복지시설을 선정하고 환경친화적 공간 조성을 지원한다. 참여를 원하는 아동복지시설은 24일까지 한국지역아동센터연합회 홈페이지에서 양식을 다운 받아 신청할 수 있다. 최종 참여 기관은 서류와 현장심사를 거쳐 선정한다.

고운세상코스메틱 비비드로우 ‘환불 보장’ 이벤트



고운세상코스메틱의 클린뷰티 브랜드 비비드로우가 ‘환불 보장 이벤트’ (사진)를 연다. 브랜드 공식몰에서 제품 구매 시 사전 체험이 가능한 미니 어처를 함께 제공한다. 미니어처 증정품을 먼저 사용한 뒤 만족하지 못한 고객에게 100% 무료 환불을 보장한다. 행사는 증정품 재고가 소진될 때까지 진행된다. 이번 이벤트를 통해 체험할 수 있는 제품은 ‘채리 콜라겐 펩마 겔샴 앰플’, ‘바오밥 하이드로겔 투 드롭 앰플’, ‘오트수딩 버블 클렌징 바’ 등이다.

아모레퍼시픽, 브랜드 리브랜딩으로 새 도약



아모레퍼시픽 설화수와 이니스프리의 리브랜딩이 눈길을 끈다. 설화수 새 모델인 틸다 스윈튼(왼쪽)과 이니스프리 모델 아이브 장원영과 세븐틴 민규가 출연하는 'THE NEW ISLE' 광고 캠페인.

설화수 “복미 공략”·이니스프리 “액티브”

설화수 새 모델 틸다 스윈튼 발탁
美 뉴욕 미술관과 파트너십 눈길
이니스프리 모델에 세븐틴 민규
개척·탐험 등 담은 캠페인 공개



오렌지색 영문 로고가 특징인 설화수 ‘윤조에센스 6세대’, 사진제공 | 아모레퍼시픽

●복미 시장 노리는 설화수

설화수의 경우, 기존 중국 시장에서 벗어나 북미 시장으로의 전환을 노리고 있다. 이는 설화수의 스테디셀러이자 세안 후 가장 첫 단계에 바르는 퍼스트 에센스인 ‘윤조에센스 6세대’를 통해 드러난다. 브랜드 로고를 기존 한자에서 오렌지색 영문으로 교체한 것이 대표적이다.

전 세계 여성들의 뷰티 루틴을 획기적으로 바꾸기 위해 제품력도 강화했다. 이번 6세대 버전에서는 설화수의 독자 성분인 마스터 콤플렉스가 피부 본연의 능력을 활성화해 속부터 우러나오는 자연

스러운 윤기를 선사한다. 브랜드만의 인삼 과학 노하우와 집요한 연구를 통해 축적된 독자적 기술이 만나 더욱 강력한 피부 효능을 구현했다.

모델도 기존 송혜교에서 복미에서 인지도가 높은 블랙핑크 로제로 바꾼 데 이어, 13일에는 글로벌 스타인 배우 틸다 스윈튼을 추가 발탁했다. 틸다 스윈튼은 특유의 아우라와 뛰어난 연기력으로 독보적인 입지를 다져온 세계적인 배우다. 영화 ‘케빈에 대하여’와 ‘메모리아’ 등 폭넓은 작품을 통해 국내에도 두터운 팬층을 확보하고 있다. 이달 틸다 스윈튼이 출연하는 새로운 브랜드 영상을 공개할 예정으로, 틸다 스윈튼은 영상을 촬영하며 브랜드의 가치에 깊은 공감과 애정을 드러냈다는 후문이다.

미국 뉴욕 메트로폴리탄 미술관과 파트너십 체결도 눈에 띈다. 뉴욕 5번가에 위치한 메트로폴리탄 미술관은 전 세계

5000년 예술사가 담긴 작품 수만 점을 소장한 세계 4대 미술관이다. 이번 파트너십은 설화수와 뉴욕 메트로폴리탄 미술관이 가진 공동의 가치와 목표를 기반으로 이뤄졌다. 예술 및 문화유산에 대한 존중과 재해석을 통해 전 세계인들과 소통하겠다는 공감대가 형성된 것이다.

회사 측은 “향후 1년간 한국 문화와 아름다움을 글로벌 고객에게 알리기 위해 메트로폴리탄 미술관의 주요 커뮤니티와 함께 협력할 예정”이라며 “이를 통해 설화수만이 가진 독보적인 뷰티 유산과 아름다움에 관한 새로운 경험을 전 세계에 선보일 계획”이라고 했다.

●액티브 이미지 강화하는 이니스프리

이니스프리는 액티브(활동적) 이미지를 강화해 국내·외를 대표하는 자연주의 뷰티 브랜드로의 도약을 노린다. 먼저 다양한 변화를 시도하는 이미지를 담은 새 브랜드 아이덴티티(BI)를 공개했다. 알파벳 대문자와 소문자를 섞어 에너지 넘치고 자신감 있는 이미지는 물론, 다양한 아름다움을 존중하는 가치를 담았다.

새로 개발한 브랜드의 고유 색상 ‘액티브 그린’을 적용해 자연의 에너지와 액티브한 성분을 강조했다. 회사 측은 “새 BI

에는 무한한 자연 에너지를 탐구해 건강한 아름다움을 만들고, 활기차고 끊임없이 도전하고자 하는 브랜드의 비전을 반영했다”고 했다.

새 모델로 세븐틴 민규를 발탁해 기존 모델인 아이브 장원영과 투톱 체제를 구축한 것도 같은 맥락이다. 회사 측은 “새로운 이니스프리가 추구하는 가치관과 이미지를 대표할 수 있는 모델로, 긍정적이고 활발하면서 자신감을 표현하는 세븐틴 민규를 신규 발탁했다”며 “K팝을 선도하는 글로벌 아티스트인 세븐틴 민규가 지닌 당당하면서도 액티브한 에너지가 이니스프리와 만나 브랜드가 추구하는 가치를 실현하는 데에 있어 상승효과를 기대한다”고 했다.

아이브 장원영과 세븐틴 민규가 출연한 ‘이니스프리의 새로운 섬’을 알리는 콘셉트의 ‘THE NEW ISLE’ 광고 캠페인도 인기다. innis(섬)와 free(자유)의 의미를 담아 탄생된 이니스프리의 섬 세계관을 재해석하고 확장된 버전으로 보여준다. 무한한 대자연에 대한 개척, 탐험, 도전 정신을 역동적으로 표현해 새로운 이니스프리 섬, ‘THE NEW ISLE’의 세계관을 감각적으로 전달한다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

현대백화점 목동점, MZ세대 전문관 조성

목동점 별관 총 227개 브랜드 구성

현대백화점이 13일 서울 목동점 별관에 MZ세대 전문관을 선보였다.

더현대 서울과 판교점 등에서 입점한 MZ세대 맞춤형 큐레이션 전략을 발전시킨 것으로, 앞선 트렌드와 다채로운 경험을 만족할 수 있는 2030세대 전문관을 구현했다는 게 회사 측 설명이다.

목동점 별관은 지하 3층~지상 1층의 총 1만6809㎡ 규모다. 패션, 아웃도어, 라이

프스타일, 레스토랑, 카페 등 다양한 분야의 총 227개 브랜드로 구성했다. 이중 38개 브랜드는 백화점에 처음으로 입점하는 브랜드이며, 20개 브랜드는 서울 서부상권에서 처음 선보인다.

MZ세대 큐레이션 전략을 더욱 발전시킨 특별 전문관 콘셉트를 적용했다. 1층 라이프스타일 큐레이션 전문관 ‘더로비’, 지하 2층 MZ세대 전문관 ‘센트럴커넥션’, 지하 3층 스포츠 전문관 ‘스포츠 그라운드’ 등이 대표적이다. 특히 센트럴커넥션은 ‘인사일



현대백화점 목동점 별관 1층에 마련한 라이프스타일 큐레이션 전문관 ‘더로비’. 사진제공 | 현대백화점

런스’, ‘드로우핏’, ‘어파트프롬핏’ 등 MZ세대로부터 높은 팬덤을 가지고 있는 신진 패션 브랜드와 가로수길 마들렌 맛집 ‘에뚜알’, 연남동 태국음식 맛집 ‘썸’, 튀르키예식 샌드키피 전문점 ‘논탄토’ 등 다채로운

지역별 맛집을 중점적으로 선보인다.

차별화된 공간 경험을 제공하기 위해 매장 디자인에도 변화를 줬다. 1층은 호텔라운지 콘셉트로 조성해 쇼핑 외에도 브런치와 휴식을 함께 즐길 수 있는 공간으로 선보였다. 지하층에는 감각적인 조명과 타일 등을 적용해 MZ세대들이 머물고 즐길 수 있는 감각적인 공간을 연출했다.

회사 측은 “캐주얼 의류 등 전통적인 백화점 영캐주얼 상품군 중심으로 꾸미던 운영방식에서 벗어나, 2030세대들이 머물고 즐기고 싶은 공간으로 연출한 것이 특징”이라고 했다.

정정욱 기자

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com

뇌가 색시해지는 하루 두뇌게임

강주현의 퍼즐월드

위 정사각형 안에는 1~9까지의 숫자가 나열되어 있습니다. 이 숫자들을 사용해 가로, 세로, 대각선 방향은 물론 작은 정사각형 안에도 1~9까지의 숫자가 골고루 들어가도록 해 보세요.

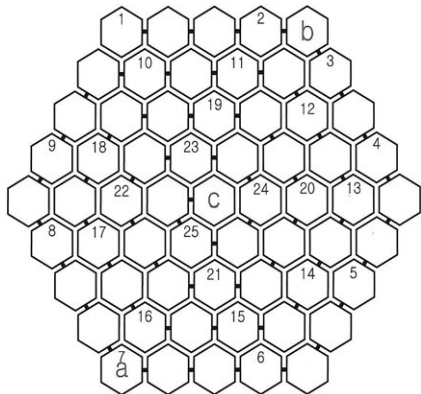
■ 스도쿠문제

		8				3	4	
4			9	5				
2		6			3	5		9
		5	1		7		2	
	4						3	
	6		3		4	7		
9		4	8			2		7
				3	9			5
	5	7				1		

■ 스도쿠정답

8	6	1	2	7	9	3	5	4
9	8	7	6	8	1	2	9	
1	9	2	5	1	8	7	6	3
8	9	7	2	6	3	6	9	1
1	8	9	8	6	5	2	7	4
4	2	6	7	9	1	5	8	3
6	4	5	6	8	9	1	2	7
2	1	8	9	5	6	3	7	4
9	7	6	1	2	7	8	6	5
1	8	2	7	5	7	9	6	3
9	6	7	8	1	7	8	2	5
4	5	2	9	8	6	7	1	3
6	9	7	2	1	1	8	9	8
8	1	5	6	8	9	2	4	7
7	2	7	8	9	8	9	6	1
4	3	7	9	1	6	2	5	8
2	8	2	6	5	9	8	1	7
5	7	1	8	7	2	6	8	9

■ 낱말문제



■ 열쇠

01.제물을 진설하는데 왼쪽부터 대추·밤·배·감의 순서로 차리는 격식. 02.트집을 잡아 시비하는 듯한 투. 03.동물에게 곡에 따위의 재주를 훈련시키는 사람. 04.힘들이지 않고 가

만히. 05.누구에게나 같은 기회를 고르게 주는 일. 06.지위가 높아질수록 스스로를 낮춤. 07.한두 번이 아니고 많음. 08.폐품 따위를 손질하여 다시 씀. 09.무슨 일에도 지 주의와 준비가 완벽하여 실수가 없음 10.강을 건너는 데 이용하는 나룻배. 11.먼저 출발한 부대. 12.일의 맨 끝. 대미. 13.물건의 생산지 또는 제조지. 14.재강에서 모주를 짜낸 술찌꺼기. 15.아닌 게 아니라 과연. 16.공정하지 않음. 17.아랫다리의 앞뺨 부분. 18.말·글에 의하지 않고, 마음에서 마음으로 전달됨. 19.마음과 정신이 편안하지 않고 조마조마함. 20.구차한 중에도 편안한 마음으로 도를 즐기. 21.남에게 알리지 않고 몰래 드는 장가. 22.가늘게 내리는 비. 23.고기

를 먹기 위해 살이 찌도록 기르는 소. 24.자기가 남보다 뛰어나다고 자처하는 느낌. 25.갓 태어나 암컷과 수컷으로 가려 놓은 병아리.

■ 낱말정답

단어 이어가기: 낱말을 모두 쓴 다음 a,b,c 칸을 이어놓으면 식물의 이름이 됩니다.

