

“나의 커피 취향 찾고, 나만의 에스프레소 한잔 어때요?”

르포 | 스타벅스 ‘별다방’ 3년만에 부활

36가지 아로마 원두로 직접 추출 커피 앰배서더와 DCM들이 맡아 전국 163개 매장에서 커피세미나 진행 커피 테이스팅, 퀴즈 등 선물 증정

코로나19로 인해 잠정 중단했던 스타벅스 커피세미나가 약 3년만에 ‘별다방 클래스’로 재단장해 돌아왔다.

지난 18일 서울 중구 소공동 스타벅스 아카데미 센터에서는 미디어를 대상으로 ‘별다방 클래스’가 진행됐다. 오는 30일부터 일반 고객을 대상으로 운영될 ‘별다방 클래스’를 앞두고 선공개됐다.

이날 ‘별다방 클래스’에선 먼저 ‘에스프레소 만들기’ 프로그램이 진행됐는데, 제 18대 커피 앰배서더인 서우람 바리스타가 에스프레소의 유레부터 에스프레소를 즐기는 특별한 방식들을 폭넓게 설명했다. 직접 에스프레소를 추출해보는 시간도 가졌다. 그라인더를 사

용해 원두를 갈아준 뒤, 잘 갈린 원두를 컴프레소에 넣고 압력을 이용해 에스프레소를 추출하면 완성이다. 에스프레소를 위스키와 혼합해 ‘에스프레소 코레토’를 만들어 음미해보기도 했다.

서우람 바리스타는 “에스프레소를 평가할 때 시각과 후각, 미각, 질감 등 다양한 면을 고려해야 한다”며 “크레마의 색과 두께, 코로 들어오는 향기, 에스프레소를 입에 넣었을 때의 질감이 밸런스가 맞는지 느끼는 것이다”고 설명했다.

이어진 프로그램에서는 올해 19대 앰배서더로 선정된 장광열 바리스타의 주도 하에 ‘좋아하는 커피 취향 찾기’가 진행됐다. 탁자 위에 놓인 36개의 아로마 키트는 커피 원두에서 느낄 수 있는 향을 분류해놓은 것으로, 카카오, 너츠류를 비롯해 오렌지 등 시트러스 계열의 향까지 다양했다. 이후 준비된 원두 세 가지를 시향하고, 음미하며 어느 원두가 본인 취향에 가까운지 생각해보는



서우람 바리스타가 에스프레소의 유레와 즐기는 방식에 대해 설명하고 있다.

시간을 가졌다.

장광열 바리스타는 “커피를 마실 때에는 다양한 아로마를 복합적으로 느낄 수 있다”며 “원두 분쇄과정부터 커피가 추출되어 나오고 커피를 마시기까지 모든 순간 느낄 수 있는 아로마가 다르다”고 말했다. 이어 “원두의 종류와 원두와 물을 섞는 비율에 따라 천차만별의 맛과 향이 난다는 점이 바로 커피의 매력”이라고 덧붙였다.

뒤이어 18대 커피 앰배서더 양정은 바리스타가 진행하는 ‘커피 브루잉’ 시간

이 이어졌다. 이날 소개한 추출 방식은 핸드드립으로 가정에서도 가장 쉽게 할 수 있는 방법이다. 맛있는 커피를 추출하기 위한 원두의 양과 물의 온도, 여과 팁 등을 알 수 있는 유익한 시간이었다.

‘별다방 클래스’는 오는 30일부터 6월 10일까지 서울, 경기, 부산, 광주, 대구, 대전, 강원 등 전국 스타벅스 163개의 거점 매장에서 진행된다. 이 기간 동안 고객들은 스타벅스 매장에서 스타벅스 커피 테이스팅, 커피 추출 방법 실습, 나만의 맞춤 커피 찾기, 커피 퀴즈를 통한



그라인더를 사용해 갈아준 원두. 컴프레소에 넣고 추출하면 에스프레소가 완성된다. /신원선 기자

선물 증정 등을 경험할 수 있다.

‘별다방 클래스’ 진행은 스타벅스 최고의 커피 전문가인 커피 앰배서더와 지역을 대표하는 스타벅스 DCM들이 맡게 된다. 스타벅스 DCM은 커피 추출부터 감별 및 커피 테이스팅, 커피 스토리텔링 등 스타벅스의 전문적인 커피 테스트 과정을 통과한 스타벅스 커피전문가들이다. 현재 약 2만3000여명 스타벅스 매장 파트너 중 160여명이 스타벅스 DCM으로 활동 중이다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

대웅, ‘엔블로’ 3년 내 1000억 매출신화 도전

국산 1호 SGLT-2 억제제 계열 당뇨 신약 공격적 마케팅·강점 알리기 총력전 블록버스터 국산 신약으로 성장 시킬 것

대웅제약이 지난 1일 출시한 엔블로를 1000억원 규모 ‘블록버스터’로 키운다.

대웅제약은 국산 1호 SGLT-2 억제제 계열 당뇨병 신약 ‘엔블로’를 3년 내 매출 1000억원 규모로 키우기 위해 출시 첫 달부터 엔블로 강점 알리기에 총력을 기울이고 있다고 밝혔다.

엔블로는 국산 36호 신약이자 대웅제약이 국내 제약사 최초로 국산화에 성공한 SGLT-2 억제제 계열 당뇨병 치료제다. 동일 계열 치료제 30분의 1에 불과한 0.3mg만으로도 동등 이상의 우수한 혈당 및 당화혈색소 강하 효과와 안전성을 입증받았으며 체중, 혈압, 지질 등 심혈관 위험 인자 개선 효과도 확인됐다. 또, 한국인을 대상으로 풍부한 임상 데이터를 확보했다는 강점도 가진다.

대웅제약은 엔블로를 차별화된 영업



대웅제약 국산 1호 SGLT-2 억제제 신약 ‘엔블로’.

전략으로 블록버스터 국산 신약으로 빠르게 성장시킬 계획이다.

먼저 대웅제약은 국내 의료진들에게 엔블로의 특징점을 알리기 위한 심포지엄을 매주 개최하고 있다. 심포지엄은 전국 20여 개 이상 도시에서 두 달간 이어질 계획이다. 첫 심포지엄은 ‘엔블로드(ENVLO-D SYMPOSIUM)’라는 이름으로 지난 3일 서울과 대구에서 개최됐다. 엔블로드는 국내외 당뇨병 환자 삶의 질 향상에 기여하기 위한 엔블로의 첫걸음이라는 의미다. 3000여 명의 의료진이 참여하며 높은 관심을

보였다.

대웅제약은 심포지엄 개최와 함께 국제학술대회, 학회 등 내분비내과의 주요 행사 참석을 통해 엔블로의 우수한 효능을 알리고 있다.

또 대웅제약은 내분비 분야에서 축적된 영업력을 바탕으로 차별화된 검증 4단계 마케팅 전략과 영업 작동 원리 시스템을 엔블로에 적용하고 있다.

이창재 대웅제약 대표는 “2025년까지 15개국, 2030년까지 50개국 진출을 통해 차기 블록버스터 국산 신약으로 자리 잡을 수 있도록 총력을 기울일 예정”이라고 밝혔다.

유비스트(UBIST)에 따르면 2형 당뇨병 국내 시장 규모는 지난 5년간 연평균 8%의 성장률을 보이며 지난해 약 1조5000억원을 기록했다. 특히, SGLT-2 억제제의 단일제 및 복합제 처방은 지난 2021년 1500억원에서 2022년 1826억원으로 1년새 326억원(22% 성장) 증가하며 높은 성장세를 보였다.

/이세경 기자 seilee@

BBQ, 美 배달·포장 전문매장 ‘BSK’ 1호점

직원 없이 주문부터 픽업 무인화

치킨 프랜차이즈 제너시스 BBQ 그룹이 미국 현지시간 19일 뉴저지주 잉글우드에 BSK(BBQ스마트키친) 1호점을 그랜드 오픈하고 배달·포장 전문매장을 통한 기하급수 성장을 이어간다.

코로나 팬데믹으로 국내외 외식업계에 무인·자동화 바람이 거세지면서 BBQ는 지난 2020년 6월 국내에서 배달·포장 전문매장인 BSK 모델을 선보였다. BSK는 홀 없는 소규모 매장으로 초기 투자비가 저렴해 소자본 창업 희망자들에게 뜨거운 반응을 얻었다. 이에 론칭 6개월만에 100호점을 오픈했으며 1년 만에 300호점을 돌파했다.

그리고 BBQ는 앞선 국내 성공 노하우를 바탕으로 미국 시장에 BSK 매장을 선보였다. BBQ는 미국 BSK 매장에 키오스크와 음식을 픽업할 수 있는 푸드카(사물함)를 설치해 소비자가 직원 없이 주문부터 픽업까지 가능한 완



미국 뉴저지주 잉글우드에 BBQ가 BSK(BBQ Smart Kitchen) 1호점을 오픈했다. /제너시스 BBQ

전 무인화를 구현했다.

무인 매장 특성상 보다 신속한 제품 제공을 위해 기존 BBQ 매장에 비해 메뉴를 간소화해 배달·포장에 특화된 메뉴를 판매하고 있다. 푸드카에 보관이 어려운 파우더형 메뉴는 제외했으며 허니·소이갈릭치킨, 갈비치킨, 강정치킨 등 바삭하면서도 매콤·달달한 맛에 미국에서 인기있는 양념류를 중심으로 메뉴를 구성했다.

/신원선 기자 tree6834@

동국제약 “처진 모공에 탄력 넣어요”

마데카 더블 타이팅 앰플 패드 얼굴 전체 프리미엄 탄력 관리 제품

동국제약의 더마코스메틱 브랜드 센텔리안24이 오는 22일 처진 모공을 집중 케어해 폴페이스 탄력타이팅 효과를 선사하는 신개념 탄력 관리 신제품 ‘마데카 더블 타이팅 앰플 패드’를 선보인다.

마데카 더블 타이팅 앰플 패드는 스킨케어 첫 단계에서 사용하는 패드로 2만 개가 넘는 얼굴 모공의 탄력과 모공

주변의 탄력, 나아가 얼굴 전체의 탄력에 도움을 주는 프리미엄 탄력 관리 제품이다. 동국제약 핵심성분인 TECA(센텔라아시아티카 정량추출물), 특허 받은 크라이오(Cryo) 기술로 추출한 얼음병풀, 청량감을 선사하는 쿨링에이전트가 배합된 동국제약의 새로운 독자성분 “TECA-TIGHT(테카-타이트)”를 함유해 피부를 건강하게 가꿔준다.

여름철 더위로 인해 열오른 피부에 사용하기도 제격이다. 제품 사용 단 7초 만에 더위로 열 오른 피부의 온도를 7.4℃

낮추고 열로 인해 넓어진 모공을 급속 수축시키는 것이 인체적용시험을 통해 확인됐다. 약 700개의 미세 솔이 달린 특수 브러시 원단의 친환경 패드를 적용해 손이 닿지 않는 피부 틈새와 모공 사이사이까지 세밀한 밀착 케어가 가능하다.

또 4가지 필링 성분인 AHA, BHA, NHA, 베타글리세리나이드를 플렉서블 리포솜에 담은 동국제약만의 딥 스케일링 독자성분 ‘MADECA-PEEL(마데카-필)’을 함유해 모공 속 딱딱하게 굳은 피지와 세안 후에도 남아 있는 노폐물, 피부 표면의 묵은 각질의 제거를 도와 피부에 매끈한 광채를 더해준다.

/이세경 기자

롯데온, 임직원 ‘가족 초청’ 행사 개최

엄마·아빠가 하는 일 직접 체험

롯데온은 가정의 달을 맞아 지난 20일 임직원 가족을 초청해 ‘온앤더 패밀리’ 행사를 개최했다고 21일 밝혔다. 임직원 및 가족 약 200명이 롯데월드타워에 위치한 본사를 방문해 부모님이 어디에서 근무하고, 어떤 일을 하는지 직접 체험하는 시간을 보냈다.

이번 행사는 직원들이 직접 나서 참여 가족들이 본사 사무실에서 즐거운 추억을 만들 수 있도록 기획했다. 직무 프로그램은 인공지능(AI), 사용자경험(UX), 라이브 방송 체험 등으로 자녀

들이 부모님이 하는 일을 이해하고 추후 진로 결정에도 도움을 줄 수 있도록 마련했다.

특히, IT 직무 체험은 가장 많은 참가자들이 몰리며 인기를 끌었다. 롯데온에 적용된 다양한 IT기술을 소개하고 AI 프로그램을 직접 경험할 수 있는 시간이었다. 실제로 참석자들은 AI 그림 그리기 프로그램인 미드저니를 사용해 본인 사진에 새로운 명령어를 넣어 AI가 그리는 그림을 눈으로 확인했다.

가족 사진 촬영이 포함된 UX 직무 체험도 큰 호응을 얻었다.

/이세경 기자