



틀니 5분만 담가놓으면 99.9% 살균 올바른 세척 방법 등 고객에 제공



GSK 컨슈머헬스케어(CHC)의 틀니 세정제인 '폴리덴트 5분 클리닝정'은 하루 5분간만 담가놓으면 99.9% 살균과정을 거쳐 입냄새를 줄이는 제품이다. 틀니에 상처를 유발하지 않아 세균 침착의 우려가 적고, 치약으로도 닦이지 않는 틀니 표면의 얼룩까지 제거해 틀니의 위생적인 관리가 가능하다.

폴리덴트는 틀니 세척 방법을 제대로 알지 못하는 고객들을 위해 교육활동을 꾸준히 하고 있다. 틀니를 잘못된 방법으로 세척하면 세균번식이 심해지고 오히려 구강건강을 악화시키기 때문이다. GSK 폴리덴트에 따르면, 국내 65세 이상 인구의 절반이 틀니를 사용하고 있지만 사용자 10명 중 7명은 틀니 세정제 대신 치약

또는 흐르는 물에 헹구는 등 잘못된 방법으로 틀니를 세척하고 있다.

회사 관계자는 "국내 틀니 사용자의 틀니 세정제 사용 빈도는 전체 틀니 인구의 약 23% 정도로 일본 등 선진국 평균(약 74%)에 크게 못 미친다"며 "틀니 관리에 대한 올바른 정보를 제공, 교육하고 세정제 사용 필요성을 인식시키기 위해 다양한 활동을 하고 있다"고 설명했다.

특히 치약은 틀니 구취를 유발하는 대표적인 원인이다. 치약 연마제로 인해 틀니 표면에 상처가 생겨 그 상처 틈새로 구취, 구내염 등 염증을 유발하는 세균이 번

식한다는 것이다. 이런 부작용을 막으려면 치약으로 틀니를 관리하는 것은 반드시 피하고, 표면 상처없이 세정이 가능한 틀니 세정제를 사용해 세균을 제거해야 한다. GSK 폴리덴트 관계자는 "전세계, 국내 약국 판매 1위의 틀니관리제품 브랜드로서 사용자들이 틀니 세정제는 물론, 틀니와 잇몸의 부착력을 높여주는 틀니 부착제 등을 사용해 건강하고 편안한 틀니 생활을 할 수 있도록 도움되는 정보를 제공하고 소비자와의 스킨십을 더욱 깊어갈 것"이라고 말했다.

남민우 조선비즈 기자

반려묘 입맛 돋우는 기술력... 캣푸드 100종 넘게 내놔



반려동물 식품 전문 브랜드인 팬시피스트가 국내 시장에서 인기를 모으고 있다.

팬시피스트는 롯데네슬레코리아가 보유한 반려동물 식품 전문 브랜드로 지난 1980년 미국에서 처음 출시됐다.

팬시피스트는 반려동물 식품 중에서도 특히 캣푸드 부문에서 경쟁력이 높다. 팬시피스트는 유로모니터 인터내셔널 슈퍼프리미엄 고양이 습식 부문에서 8년 연속 세계 판매 1위를 기록한 바 있다.

팬시피스트는 반려묘들의 입맛을 돋우는 기호성과 기술력으로 현재 100가지가 넘는 제품들을 구축했다. 팬시피스트가 반려묘를 위해 제공하는 식품들 가운데 5종류의 제품라인은 풍부한 영양과 독특한 식감으로 큰 인기를 끌고 있다.

이탈리아 레스토랑 요리사의 조리법으로 만든 특제소스가 들어간 '엘레강트 메들리(6종)', 신선한 생선과 해산물이 들

어간 '로얄(8종)', 고양이가 좋아하는 치즈의 맛과 풍미를 살린 '딜라이츠(5종)', 다양한 식감과 질감을 느낄 수 있는 '화이트 라벨(11종)', 채소가 들어간 습식사료 인스퍼레이션(4종) 등이다.

팬시피스트의 캣푸드는 미국사료관리협회(AAFCO)가 반려묘에게 필요하다고 밝힌 영양소도 모두 갖추고 있다. 이런 경쟁력으로 팬시피스트는 최근 5년간 연평균 50%의 매출 성장률을 기록하고 있다.

롯데네슬레코리아 관계자는 "빠르게 성

장하는 반려묘 사료 시장에서 고객들의 다양한 요구를 충족시키기 위해 노력했다"고 밝혔다.

한편 롯데네슬레코리아는 반려묘를 키우는 데 필요한 다양한 정보를 제공하기 위해 브랜드 블로그도 운영하고 있다.

블로그(blog.naver.com/fancyfeast)와 인스타그램(instagram.com/fancyfeastkorea)에서는 팬시피스트의 제품을 비롯해 반려묘에 대한 여러 가지 궁금증을 소개하고 있으며 고객 이벤트도 진행하고 있다. 이민아 조선비즈 기자

이탈리아산 천연 라텍스... 7존 시스템으로 편안한 수면



헬스케어 전문기업인 '바디프랜드'의 라텍스 매트리스 '라클라우드(La Cloud)'가 천연라텍스 매트리스 시장에서 인기다.

라클라우드는 종합 헬스가전 렌탈기업인 바디프랜드가 이탈리아 천연라텍스 생산업체 'ECO TQL'의 전문 지식과 기술로 만든 라텍스 매트리스 브랜드다. 유럽 인증마크를 받은 100% 이탈리아산(産) 천연 라텍스를 사용하며, 라텍스 생산에서부터 봉제와 포장에 이르는 모든 공정은 이탈리아 밀라노에서 진행된다.

제품에 들어가는 매트리스는 두께가 16~20cm 정도다. 라텍스를 얇게 잘라 스프링 위아래로 넣은 형태의 매트리스와는 구조가 다르다. 회사 관계자는 "매트리스를 여러 겹으로 잘라 얹어 두께를 높이는 것이 아니라 전체를 통으로 설계해 양면, 상하 어느 방향으로 움직여도 온몸을 세밀하게 받쳐준다"며 "20cm의 두께로 국내 톱모델 라텍스 매트리스 중 가장 높은 두께"라고 설명했다.

편안한 수면을 위해 라텍스 내부를 7존 시스템을 이용해 인체 공학적으로 설계했다는 것도 특징이다. 7존 시스템은 매트리스의 수천개의 에어홀이 인체 각 부위를 7단계로 받쳐주는 것으로 신체 굴곡에 따라 전신을 안정감 있게 받쳐준다. 또 매트리스 내부의 크고 작은 구멍(4채널 에어홀)을 통한 통기성으로 수면시 적절한 인체 습도를 유지하도록 해주고 위생적인 수면환경도 제공한다.

라클라우드 측은 "국내 뿐 아니라 스위스, 독일 등에서도 국제 인증을 획득했으며 매년 인증서를 갱신해 품질 관리에 만

전을 기하고 있다"고 밝혔다.

한편 수면의 질을 상승시키는 효과도 입증받아 수면클리닉 등 다양한 의료기관에서도 라클라우드 매트리스를 사용하고 있다. 라클라우드 매트리스를 이용 중인 숨수면클리닉 손동화 원장은 "라클라우드를 사용한 뒤 수면장애를 앓던 환자들이 보다 깊은 잠을 이룰 수 있게 됐다"며 "취침이나 각성 상태가 되는 횟수가 현저히 줄었고, 안정적인 수면상태를 유지하는 시간은 늘어나는 등 수면의 질(質)이 개선됐다"고 설명했다.

송기영 조선비즈 기자



다양한 파워트레인 갖춘 SM5 Nova 선보여 판매 급증

르노삼성자동차

2000년 출범한 르노삼성자동차는 독자적인 브랜드와 차별화된 품질의 자동차로 고객 만족을 실현하고 있다. 지난해 국내 시장에서 8만17대를 판매했고 해외 수출도 14만9065대에 달한다. 전체 판매량은 1년 전인 2014년보다 34.9% 증가했다.

르노삼성은 특히 새로운 도약을 위해 브랜드 이미지를 더욱 견고히 하는 작업을 이어가고 있다.

르노삼성은 소형 SUV의 선두인 QM3를 시작으로, SM3, SM7, QM5에 이어 SM5 Nova를 새로 선보였다.

SM5 Nova는 다양한 파워트레인을 갖춘 르노삼성자동차의 내수 판매 증대에 크게 기여한 것으로 평가받는다.

중형세단이 기본적으로 갖춰야 할 편안함과 안정성을 갖춘 가솔린 모델은 물론, 효율과 스포츠 드라이빙에 맞춘 SM5 TCE, 연비효율에 집중한 SM5 D, 적재공간이 절실한 고객을 위한 SM5 LPLi DONUT 등으로 세분화한 전략이 고객의 호응을 얻고 있다.

SM7 LPe도 독자적인 LPLi(LPG 액상 분사) 기술과 노턴 기술을 더해 높은 연비 효율, 넓은 트렁크 적재 공간, 뛰어난 안전성을 자랑하는 신개념 LPG 차량을 선보였다는 평가를 받는다.

르노삼성 관계자는 "수려하고 불륨감 넘치는 디자인과 함께 기존 트렁크 공간

대부분을 차지했던 연료 탱크를 없애 이 인기의 주요 요인"이라고 전했다.

한편 르노삼성자동차는 전기차 등 차세대 자동차 개발에도 힘쓰고 있다.

2013년부터 부산공장에서 SM3 Z.E를 양산하며 대한민국 전기차 시장을 선도하고 있다. 또 서울시 전기택시 시범사업, G밸리 전기차 세어링 사업 지원, 제주도 전기택시 배터리 운용서비스 등을 추진해 총 1000대 이상의 판매 성과를 이뤘다.

르노삼성은 앞으로도 강력한 전기차 마케팅 전개와 함께 전기차 네트워크 확장, 전기택시 본격 보급을 통해 전기차 시장의 성숙과 판매 확대에 앞장설 계획이다.

정해용 조선비즈 기자



www.e-joinus.co.kr | www.inthef.co.kr