

실협뉴스

OKBA NEWS

2023 February No.829

www.okbacanada.com

Ontario Korean Businessmen's Association Magazine

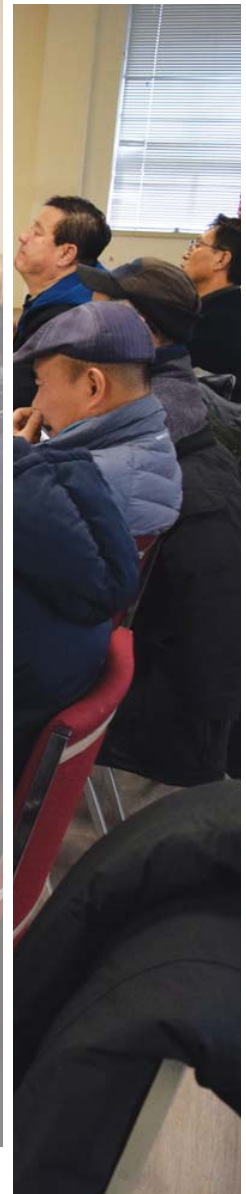
50

캐나다 현대사와 함께한
실협 50년 조합 40년

ANNIVERSARY



2022/2023 회계연도
제1차 정기이사회
2023년 1월 31일(화)



Publisher : Ki-Ho Shim / Publication Mail Agreement No : 41140510

Return Undeliverable Canadian Address to : Ontario Korean Businessmen's Association
169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 Tel(416)789-7891 Fax(416)789-7834

추가 당첨 기회를 주는



슈퍼드로 (SuperDraw)

2월 15일(수)

보장된 상금 50개

\$25,000



\$5백만
클래식 잭팟



점중식
골드볼 잭팟
또는 \$1백만 상금

다음번 슈퍼드로에서
과연 귀 업소의 고객이
당첨될까요?



잊혀진 복권 / 발견된 복권

귀 업소에서 주인 없는 복권 또는 상품권을
발견할 경우 어떻게 해야 하는지 아십니까?

* 이 복권은 귀 업소 고객의 것이고 인증되지 않은 유효 복권일 수 있다는 것을 명심하십시오.

* 망실 복권을 발견할 경우, 주중무휴, 하루 24시간 운영되는 1-800-387-0104로 저희 직원에게 신고하십시오. 영어 또는 프랑스어를 선택한 다음, 지시에 따라 귀 업소의 RL 번호를 입력하고 'Issues with your Lottery Terminal(복권 단말기 문제)'에 해당하는 1번을 선택하십시오.

* 저희는 해당 복권에 관한 정보를 수집할 것이므로, 전화할 때 해당 복권을 가지고 있어야 합니다.

* 해당 복권이 이미 값을 지불한 복권, 추첨 전 복권, 또는 당첨된 복권이 아닐 경우, 저희가 보내드리는, 주소가 이미 찍힌 봉투에 복권을 넣어 OLG로 반송하십시오. **봉투가 도착할 때까지 복권을 안전한 곳에 보관하십시오. 발견된 복권을 신고한 후에 복권 주인이 귀 업소에 찾아올 경우, 그 사람이 직접 1-800-387-0098 로 전화하여 분실 복권 회수 신청을 해야 합니다.**



Play. Smart



www.okbacanada.com

OKBA

온타리오한인실업인협회

Ontario Korean Businessmen's Association

OKBA 회장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)

OKBA 부회장 : 공석

이사회 : 이사장 한갑준 / 부이사장 공석

감사 : 류승진

사업개발팀 : 이주녕 (Brian Lee) brianjn1108@okba.net

홍보/디자인팀 : 실장 김광일 (Ted Kim) tongilisysj@yahoo.com

현미영 (Mimi Hyun) design@okbacanada.com

사무실 : Tel (416) 789 - 7891 / Fax (416) 789 - 7834

KBA

한인협동조합

Sincere Trading of KBA

KBA 운영이사장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)

KBA 부이사장 : 공석

운영이사 : 김대용 / 나경찬 / 류무열 /

배명호 / 심기호 / 허창훈 (가나다 순)

감사 : 송명현 / 장해민

매장 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)

사무장 : 줄리아 배 (Julia Bae)

사무실 : Tel (416) 789 - 7544 / Fax (416) 789 - 5013

매장 : Tel (416) 867 - 1444

C O N T E N T S

04 - 05 / 1차 정기이사회 개최

06 - 07 / 조합 3년만의 대면 주주총회

08 - 11 / 2023 캐나다 편의점 시장 트렌드 전망

12 - 13 / 일회용 플라스틱 퇴출과 푸드서비스의 변화

14 - 15 / '순수 캔디' 시장 현황과 전망

16 - 18 / CSN 선정 모범 사업체 20選 (연재2)

19 - 21 / 캐나다 전기차 시대 현주소와 미래

22 / 프리토레이, 전국민 축구사랑 후원

23 / DIRECTORY

1차 정기이사회 개최

43대 신임 이사장에 한갑준 이사 선출



2022/2023 회계연도 제 1차 정기 이사회가 지난 1월 31일 (화) 오후 1시에 개최됐다. 기존에 입주해 있던 비한인 교회 건물이 임대차 계약 만료로 비어 있어서 쾌적한 공간에서 모임을 가질 수 있었다.

당해 회계연도 1차 정기 이사회는 신임 이사장 선출이 주요 안건인데 이날 회의에서 단독 후보로 추천된 본부협회 한갑준 이사가 재석 이사 18명 중 17명의 인준을 받아 신임 이사장에 선출됐다. 나경찬 이사도 추천됐으나 본인이 고사해 결국 한 이사 단독 후보가 됐고 거수 표결에 부쳐 거의 만장일치의 지지를 받은 것이다. (재석 이사는 26명)



당선 소감을 밝히고 있는 제 43대 한갑준 신임 이사장. 우측은 퇴임하는 김대용 이사장.

2021년 6명의 직선이사 중 한명으로 선출돼 임무에 충실해오다가 이날 전폭적 지지를 얻어 제 43대 본부협회 이사장을 맡게 됐다. 본부협회 이사장 임기는 1년이며 전임 김대용 이사장은 팬데믹 기간인 2021년과 2022년에 연임을 하며 41대, 42대 본부협회 이사장으로 충실히 역할을 수행했다.

한 이사장은 “이사회 본연의 기능은 집행부에 대한 견제 역할이 우선되어야 하지만 협회의 단합과 위기 극복이 급선무인 지금같은 시기에는 집행부에 힘을 실어주는 협력 기능이 더 중요하다”면서 “최선을 다해 협회에 봉사하겠다”고 소감을 밝혔다.

신임 한갑준 이사장은 20년 넘게 편의점을 운영한 풍부한 경험을 가지고 있으며 지난 2012년부터 2014년까지 뉴마켓 지구협회장을 맡아 적극적인 활동을 했고 거의 10년 이상 본부협회 이사로도 활동하는 등 본부협회와 지구협회의 중요 직책을 맡아 협회 안팎의 정보에도 밝다. 지난

한편, 이날 회의에서는 신임 이사장 선출 외에도 지구협 통합을 마무리하는 안건 또한 중요하게 다뤄졌다. 이미 이사회와 정기총회까지 거쳐 최종 의결된 “20개 지구협의 8개 지구협 축소안”이 정관개정으로 완결됐지만 실질적으로 8개 통합 지구협의 회장 선임이 지연되고 있는 상황이라

이를 최대한 빨리 정리해야 할 필요가 있었기 때문이다.

8개 통합 지구협회의 통합 회장 8명을 이날 회의에서 선출하지는 집행부의 제안에 따라 많은 논의가 진행됐다. 일부 이사들은 더 시간을 가지고 통합 회장을 신중히 선임하지는 제안을 하기도 했으나 쉽게 모이기 힘든 여건을 고려해 이날 회의에서 해당 지구협회장 합의하에 되는 것부터 처리하고 그렇지 못한 곳은 2월 말까지 시간을 가지고 완결짓자는 쪽으로 의견을 모았다. 거의 한시간 가까이 진통을 겪으며 진행된 협의 결과, 4명의 통합 회장이 선출됐다. 표로 정리하면 다음과 같다.

8개 지구협회	구 지구협회	통합 회장
GTA North	리치몬드힐/스카보로/노스욕	김대용
GTA West	이토비코/필	이수봉
GTA Centre	토론토 이스트/토론토 웨스트/웨스턴욕	미정
KBA West	워터루/브랜트카운티	최상겸
KBA South	런던/원저	미정
KBA Centre	나이아가라/할튼해밀튼	미정
KBA North	뉴마켓/휴로니아/오웬사운드	배명호
KBA East	킹스턴/피터보로/듀람	미정

통합되는 해당 지구협 내부적으로 논의해서 통합회장을 선출하는 작업은 이미 충분한 시간을 가진 사안이다. 그리고 GTA North는 1년여 전에 해당 3개 지구협 회장이 몇차례 모여 리치몬드힐 김대용 지구협회장을 선출해 첫 테이프를 끊었다. 그리고 다른 지구협회의 통합에도 선례를 보여 빠른 통합 회장 선출을 기대했다. 그러나 여러 내부 문제들로 난항을 겪으며 확산되지를 못했다. 마냥 시간만 보내고 있을 수는 없었고 심기호 회장은 다시한번 시간을 연장해 2월말까지 미정인 지구협회의 통

합 회장 선출이 이루어질 수 있도록 해달라고 호소했다. 이날 회의의 성과는 나름 있었다. 해당 지구협회장끼리 양보와 타협 그리고 봉사직을 자임하려는 의욕이 조화를 이루며 3명의 통합 회장 인선 작업을 이룰 수 있었기 때문이다.

남은 4개 통합 지구협은 주어진 2월말까지의 시간에 통합 회장 인선을 마무리해야 하며 이때까지도 해결이 안되면 모두 본부협회 직할 체제로 편입된다.

심기호 회장은 “그렇게 많은 시간을 가지고도 통합을 이루지 못하는 지구협들은 본부협회 관리 체제로 들어가며 지구협 지원은 단절된다”고 설명하며 통합 작업 완결을 강조했다. 다만 본부협회로 편입됐다 하더라도 추후에 통합을 이루고 통합회장이 인선되면 그때부터 통합 지구협의 기능과 역할 그리고 권리를 회복하게 된다.

회의 말미에 본부협회 부회장 선출도 있었다. 김광석 부회장이 최근 업소를 정리해서 회원 자격이 상실됐기 때문에 공석인 부회장 자리를 비워둘 수 없었다. 특히 과거에는 2명의 부회장이 있어서 한명이 결원 되더라도 남은 한명 체제로 유지할 수 있었지만 현행 정관은 부회장을 1명만 둘 수 있기 때문에 지금같은 상황에서 회장 혼자 업무를 수행하기가 어렵기 때문이다. 심회장은 신재균 전임 회장을 지명했다. 한국적 사고방식으로 최고위직에 있다가 퇴임하고 하위 직급으로 임무를 다시 맡는 것은 상상하기 힘들지만 금기를 깬 파격적인 인선이어서 주목을 끌었다. 심회장은 “회장 혼자서 남은 1년 잔여 기간동안 임무를 원활히 수행하기 힘들어 경험이 풍부한 전임 회장을 부회장으로 삼고초려하게 됐다”는 취지의 설명을 했다.

협회 정회원수는 회의가 있기 하루 전인 1월 30일 기준으로 687명이다. 3개 지구협의회별로 나눠보면 남서부가 239명, GTA가 276명 그리고 동북부가 172명이다. 1년 사이에 회원 수는 700명 미만으로 감소세를 이어가고 있다. 이에 걸맞는 지구협 축소를 단행한 것에 대해 이의를 제기하는 회원은 아무도 없다. 다만 군살을 뺀 슬림화된 협회가 향후 얼마나 효율적이고 신속성있는 모습으로 환경 변화에 대처하느냐는 것은 새 이사장과 축소된 18명 이사들의 의지에 달려 있는 만큼 협회 안팎의 기대와 관심이 집중되고 있다. ■

(주) **하이쿨 텍** 냉동·히팅

“신속하고 끝난 서비스를 약속합니다!”

Canada Heating & Cooling Licensed Technician

전문적인 기술자가 뭉쳐 기술 시너지 효과 (Synergy Effect)를 극대화 하였습니다

heating and cooling

HI-COOL TECH
에어컨 설치 문의 환영
김순석 (Peter Kim)

- 업소용 - 냉동, 히팅, 에어컨, 워킹콜러/후리지, 덕트, 케노피
- 가정용 - 냉장고, 히팅, 에어컨, 전기, 배관 외
- 상업용 - 공장, 상가 및 교회 건물관리 (냉난방 시스템 외)
- 세탁전문점 장비 일체 수리
- 자동차 에어컨, 수동모터 및 보트엔진 수리 외

장거리 출장수리 가능

신속과 책임심을 우선 합니다

416.909.7114

박효진 (Roland Park) BROKERTEAM INSURANCE

Cell (416)985-5287

- 집, 자동차 단체보험
- 상업용 건물, 가게 단체보험
- Beer & Wine 가게 맞춤보험
- 프로그램스토어 특별할인보험

Main (905)770-8828
Fax (905)770-8851
roland.park@brokerteam.ca

실업인협회 단체보험

조합 3년만의 대면 주주총회

팬데믹, 공급대란...수두룩 악재 불구하고 善戰



의사정족수 17명을 넘긴 28명의 조합원이
참석해 성황을 이룬 협동조합 주주총회.

협회 산하 KBA협동조합이 지난 1월 12일 (목)에 주주총회를 개최했다. 장소는 새해들어 임대 계약을 종료한 교회 건물에서 가졌다. 팬데믹 기간인 2020년과 2021년에는 보건위생상 온라인으로 결의를 했고 3년 차인 2022년 대면 회의였다. 다만 매년 12월에 개최하던 대면 회의가 내부 사정상 다소 지연돼 해를 넘겨 2023년 1월에 열린 것이다.

오후 1시부터 2시간에 걸쳐 진행된 회의의 주 의제는 2022 회계연도 결산 보고 및 승인과 2023회계연도 사업 및 예산 승인이었다. 내부 및 외부 감사 보고도 있었으며 정관 개정도 다뤘다. 협회 회장을 겸하고 있는 심기호 조합 운영이사장은 “예년에 비해 저비용으로 조합 전산화에 많은 진전을 이루었으며 회계 시스템의 효율화와 개선에서도 큰 성과가 있었다”고 강조했다. 또 지난 팬데믹 기간에 다수 직원의 코비드 확진자 발생으로 일시 영업 중지가 있었고 글로벌 공급대란으로 원활한 공급 시스템 작동에 장애가 수시로 있었으나 임.직원들의 노력으로 잘 극복한 것에 대해 감사의 말도 전했다.

대면 회합을 가지지 못한 기간까지 포함해 특기할 만한 운영 현황을 몇 가지로 정리하면 다음과 같다.

- 코비드-19가 기승을 부리던 기간에 적기 공급 차질이 자주 발생하고 재고 품절까지 겹쳐 매출 감소가 있었으나 두차례의 고객감사의 날 행사, 대

체 공급망 발굴 등 다각도로 적절히 대처했다.

- 조합원 영업환경 악화를 개선하기 위해 마진율의 하향 조정을 단행했고 따라서 조합 매출과 순익 감소는 불가피했다.

- 과거 담배세율 적용의 착오로 인해 미납된 담배세 약 33만여달러를 완납 처리했고 재무부로부터 분기별 감사를 받으며 더이상의 담배세 납부 차액 발생은 없도록 했다.

- 구 실험 사무실 공간을 (주)농산물 나라에 임대해 협동조합 쇼핑에 더한 채소류, 과일 등 식품 쇼핑까지 원스톱 쇼핑이 가능해 조합원 편의 제고는 물론 조합 매출의 시너지 효과를 확인했다.

- 2022/2023 회계연도(2021년 9월 1일 ~ 2022년 8월 31일) 영업 실적은 담배 매출 \$730,459, 비 담배 매출 \$13,921,645 총매출 \$14,652,104를 기록했다. 여기서 매입 원가, 영업장 및 일반 관리비 등을 제외한 세전 수지는 약 366,000달러의 초과지출로 나타났다. 그러나 앞서 설명한대로 과거 담배세율 적용 착오를 바로잡기 위한 자진신고 미납액을 제한하면 적자는 4만 달러도 안된다. 이 손실액 또한 팬데믹 기간에 조합원의 경영압박을 조금이라도 완화하기 위해 마진율을 대폭 하향했고 글로벌 수급대란으로 인한 공급 차질에 따른 불가피한 영업 손실로 기인된 것임을 고려하면 적자에 대한 비난은 합당치 않다.

이외에도 해가 다르게 눈에 띄는 조합원수 감소, 고 인플레이션(유류가 인상, 인건비 상승 등)등 모든 기업체들이 처한 불리한 여건 등이 가세해

사상 초유의 영업난을 겪었다는 점을 생각하면 선전했다는 평가가 더 현실에 맞다는 것이 안팎의 평가다. 실제로 과거에 조합 영업이익이 발생하면 조합원을 상대로 이윤만 챙기는 영업을 한 것이 아니냐는 비판이 제기됐던 것을 상기하면 결코 이번 적자에 대해 비판적 평가를 내릴 일이 아니라는 것이 집행부의 설명이다.

현재 협동조합의 인력구조를 보면 매장 10명, 사무실 4명 등 총 14명이 근무 중이다. 조합 자산은 현금, 채고 등을 모두 포함해 약 430만 달러이다. 2022/2023 회계연도 매출 목표는 경제 여건의 호전을 감안해 지난 회계연도 결산 매출액보다 소폭 상향한 약 1,500만 달러를 계상했으며 수지는 약 5천 달러의 흑자를 목표로 정했다.

채고관리 관련해 내부 및 외부감사로부터 지적이 있었다. 내부감사는 인력부족으로 인해 채고파악의 정확성이 다소 미흡했다는 지적이 있었는데 이는 외부감사 보고에서도 반복 지적됐다.

한편, 이날 정관 개정도 가결됐는데 요지는 시대 상황을 반영해 총회 개

현행	개정
제 14조 운영이사회 이사장은 총회 개최 3주 전에 일시, 장소, 안건 등을 명시, 한국계 신문에 공고해야...	제 14조 각 조합원에게 이메일, 실험뉴스레터 또는 인터넷을 이용하여 통고한다.

최를 기존의 동포 신문을 통해 공지하던 것을 실험 웹사이트, 이메일로 대체한다는 내용이었다. 예.결산, 내외부 감사보고, 정관 개정 등 모든 안건은 건별로 거수 표결에 부쳤으며 모든 안건은 압도적 과반수로 가결됐다. 이날 정기총회는 조합원 325명 중 성원 5% 충족 인원 17명을 크게 초과한 28명이 참석했다. 조합원 수를 325명으로 헤아린 것은 조합 정관 조합원 자격 요건의 하나인 “최소 2년 내 조합 상품 구매” 조항(조합정관 9조 3항)을 충족시킨 조합원으로 한정했기 때문이다. ■



이방록 회계법인의 외부감사 보고가 끝난 후 심기호 운영이사장이 부연 설명을 하고 있다.

1SOLUTIONS

DATA CORPORATION

ATM & POS TERMINALS

최신 Clover Terminals와 연동
한국인을 위한 POS 기능 탑재
듀얼모니터로 광고기능 탑재
LCBO READY
LOTTO TICKET SCAN
원격으로 실시간 지원
MADE IN KOREA

Service since 2006

최고의 퀄리티와 빠른 서비스

1Solutions와 함께하세요!

ATM

www.1solutions.ca

info@1solutions.ca / Toll-Free 1(888)554-7355 Direct Line(905)962-1999 Head Office(416)900-7533

2023 캐나다 편의점 시장 트렌드 전망

10가지 넘는 이슈 모두 관심 집중해야



업계 전문지 CSN이 올해 캐나다 편의점 산업 전망을 11가지 주제로 정리 발표했다. 업계 전문가, 컨설팅 기관, 소매업주와 체인 편의점 회사 고위직 인사 등을 망라해 의견을 듣고 취합한 결과다. 여타 소매업계와 마찬가지로 편의점 역시 소비자 취향 변화와 기술혁신의 빠른 진보에 영향을 받지 않을 수 없다. 위기와 기회가 공존하는 양상은 모든 소매업계에 공통된 현상이다. 방향을 올바르게 잡으면 시련이 기회로 변할 수 있는 잠재력은 무한하다. 이하 주제별로 요약 정리해서 소개한다.

1. 빠르고 질 좋은 푸드서비스

글로벌 시장조사 기관 'Innova Market Insights'에 의하면 건강친화적인 메뉴와 주전부리 그리고 음료에 대한 취향이 더욱 강화될 것으로 전망한다. 소비자 3명 중 2명이 식사 대용 간편 먹거리가 보다 단순하고 편리하게 소비될 수 있어야 한다는 반응이다. “팬데믹 기간에 독창적인 메뉴가 폭발적으로 출시됐고 이에 더해 2023년에는 과거로 돌아가 다시 바빠진 일상적 삶에 편승해 ‘편리한 소비 패턴이 강화되는 트렌드’라는 관측이다. 물론 음식의 질적 수준도 높아지는 것은 소비자들의 필수적인 희망 사항이다. 그래서 약칭해 ‘quick quality’라는 표현이 일반화되고 있다.

체인 편의점은 이런 소비자 트렌드를 깊이 반영해 보다 건강에 유익한 메뉴를 소비하는 장소로 각인되기 위해 메뉴 개발을 이같은 방향으로 몰고 갈 것이다. 이런 전제하에 프레쉬(Freshii)와 같은 패스트 푸드 체인사와의 제휴하에 파크랜드, 세븐일레븐, 선코, 셀과 같은 편의점 체인사들이 푸드서비스 수준을 끌어 올릴 것으로 기대된다. 프레쉬의 보고에 의하면 편의점과의 제휴하에 소비자용 포장 음식 메뉴 비즈니스가 33% 증가

했다고 한다. (2022년 3/4분기와 2021년 동기 대비 자료) 그리고 동기 대비 매출액은 무려 68%가 증가한 것으로 나타났다.

2. 가격민감도 고조

팬데믹 기간에 사람들은 몇가지 간단한 생필품을 사러 사람들이 복잡거리는 식품점에 가는 것을 주저했다. 편의점은 이 기회를 잡았고 우유, 빵 등 기초 필수 식료품 재고를 넉넉하게 준비해 큰 재미를 누렸다. 비록 가격은 대형 식료품점에 비해 다소 비싸더라도 마음의 평화를 위해 소비자들이 기꺼이 이를 감수한 덕분이다.

이제 팬데믹 관련 정부 통제도 풀렸고 대신에 공급대란으로 식료품 비용이 크게 올라 소비자들의 가격 민감도 또한 크게 높아졌다. 동일한 품목을 최저 비용으로 사기 위한 발품 팔기를 마다하지 않고 있다. 인플레이션이 최근 극성을 부리자 알뜰 장보기 행태는 더욱 만연하는 추세다. 따라서 편의점을 포함해 업종 불문하고 소매업계는 보다 공격적인 가격 정책을 가져갈 것으로 보인다. 소비자들의 가격 민감도를 감안한 가격정책이 구사될 것은 분명하다.

3. 고객충성도 강화

고객 충성도를 강화하기 위한 구독과 가입 프로그램이 체인 편의점사를 중심으로 경쟁이 가열될 것이다. 브랜드 차별화를 위한 포괄적 전략의 일환이기도 하다. 소프트웨어 개발업체인 페이트로닉스(Paytronix) 전략개

발 이사 제프 후버씨는 “소비자들이 모든 분야에서 이같은 고객충성 프로그램의 혜택 누리기에 여념이 없을 것”이라고 전망하며 빠른 서비스를 받고자 하는 욕구도 가세한 결과”라고 설명했다.

사회 구석구석이 디지털화되면서 편의점 업계의 대고객 만족도와 충성도 높이기 전략은 필수불가결한 경쟁 수단이 됐다. 쿠팡타르의 서클 케이는 고객충성프로그램 가입 확대를 위해 무료 세차 또는 업그레이드 옵션을 제공하고 있다. 팬데믹 기간인 2021년에 시작한 앱 기반 프로젝트였다. 음료에서는 ‘Sip & Save’라는 충성프로그램을 통해 일단위로 무료 서비스를 하고 있다. 본사 차원에서 CEO인 브라이언 하나쉬씨가 구독가입 정책을 각별히 강조할 정도이다. 이는 곧 높은 인플레이션 시대에 소비자들의 가격 민감도가 높아진 현상을 반영한 현명한 정책으로 보여진다. 하나쉬 회장은 Sip & Save 프로그램 관련해 “이 프로그램은 트래픽 증대를 유지 강화시킬 것이며 장바구니를 키울 것이고 신규 고객 창출에 매우 매력적인 수단이 된다”고 강조했다.

현재 서클케이 가입 고객은 42만여 명인데 가격 민감도가 지금까지 높지 않으면 앞으로 가입자는 더 많아질 것이라는 낙관적 예측이 근거없지는 않아 보인다.

4. 연령제한 품목 가격 상승

베이핑 제품에 대한 새로운 법령들이 시행되고 있다. 캐나다 국내에서

는 올해 1월 1일부터 베이핑 제품 에 특별 소비세(excise duty)가 부과된 것들만 판매 가능하다. 납세필(納稅畢) 스탬프가 있는 제품이라는 말이다. 결국 가격이 높아진다는 의미이기도 하다.

전국편의점산업협의회(CICC) 제프 브라운리 소통담당 부회장은 베이핑 제품 관련해 정부의 더 많은 정책 변화를 예견하고 있다. “2023년에 연방 보건부는 동 제품군 제조사를 대상으로 새로운 법령들을 추가할 것이다. 예를 들어, 정부가 제조사들에 대해 판매실적 보고 횟수 증가를 요구할 것이다. 제품 성분 증명 자료도 강화될 것이다.”

편의점 채널은 향가미 금지 제품을 비롯한 다양한 정부 통제에 대해 더 세심한 준수를 요구받고 있다. 전국 13개 주 및 준주(準州) 중에서 6개 정부가 일반 담배향 이외의 여하한 향가미 제품 판매를 불허하는 법령을 채택 시행하고 있다. (*노바스코시아, PEI, 뉴브런즈윅, 유콘, NWT, 누나부트) B.C와 온타리오, 사스캐추완은 전문 베이핑 숍에서는 향가미 제품 판매를 허용해주고 있다. 물론 여기서도 미성년자 출입은 금하고 있다. 여하튼 이런 측면에서 편의점 채널이 불공정한 차별을 받는다고 정부에 불만이 크다. 아직 향가미 제품에 대한 금지 조치가 없는 주는 매니토바, 퀘벡, 뉴펀들랜드, 알버타 주 뿐이다.

한편, 연방 정부는 건강 경고문을 갑이나 카톤 포장뿐 아니라 각각의 담배 개비마다 표면에 인쇄하는 정책을 도입하려는 계획을 가지고 있는데 이렇게 되면 이는 세계 최초가 된다. 시행 시기는 올해 하반기 정도로 전

KCWA FAMILY AND SOCIAL SERVICES

2023년 2월 프로그램

▶ KCWA 노스욕센터 사무실 : 5075 Yonge St. #401, North York

▶ KCWA 배더스트-핀치 사무실 : 540 Finch Ave. W. North York

스스로 하는 디지털정착

대면

- 일시: 2월 1일, 8일, 15일 & 22일
매주 수요일 (총 4회) / 10시 30분 - 오후 12시
- 대상: 영주권자 및 난민신청자 (신규 신청자에게 등록 우선권 부여 - 최대 10명)
- 담당: 정착상담원 강선하 (문의: 416-340-7166)
- 내용: 1. 캐나다 국세청 My Account 등록 및 Security Code 신청하기
2. 캐나다 국세청 My Account에서 내 정보 및 NOA 확인하기
3. 서비스 캐나다 My Account 등록하기
4. 토론토 레크리에이션 보조금 (Welcome Policy) 신청하기
5. 아동과 시니어 치과보조금 신청하기

2022 개인소득세 및 해외소득과 자산 신고

대면

- 일시: 2월 14일 (화) 오전 10시 30분 - 오후 12시
- 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
- 내용: 1. 캐나다 세금보고 의무자 2. 캐나다 세금 종류 및 세율
3. 세금신고 준비 및 필요 서류 4. 소득 및 공제
5. 해외소득 및 자산 신고 6. 신고방법 및 절차

시니어를 위한 인종차별 예방교육

대면

- 일시: 2월 21일, 23일 & 28일, 3월 2일, 7일 & 9일
화 & 목요일 (총 6회) / 오전 10시 - 11시30분
- 대상: 영주권자 및 난민신청자 (선착순 최대 10명)
- 담당: 프로젝트 코디네이터 김하늘 (문의: 416-340-0775)
- 내용: 1. 인종차별과 반인종주의는 무엇인가?
2. 과거와 현재 - 캐나다 사회의 인종차별 이해하기
3. 인종차별의 영향에 대한 이해
4. 효과적인 인종차별 대응법
5. 한인이민자 사회의 인종차별과 자기 점검
6. 자신만의 반인종주의 실천 계획 수립하기

웰컴 투 캐나다 캐나다 시민권 시험 준비반

온라인

- 일시: 2월 2일 & 9일 (목, 총 2회) 오전 10시 - 오후 1시
- 담당: 선임 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)
- 내용: Discover Canada를 통한 캐나다 시민권 시험 준비 및 온라인 모의 테스트

알아두면 힘이 되는 캐나다의 다양한 사회복지 혜택

온라인

- 일시: 2월 16일 (목) 오후 6시 - 7시
- 담당: 정착상담원 주명숙 (문의: 416-340-0838)
- 내용: 1. 자녀양육 보조 혜택 (CCB)
2. 온타리오 생활보조 프로그램 (OW)
3. 온타리오 장애보조 프로그램 (ODSP)
4. 헬스관련 혜택들 5. 기타 혜택들

일상 생활 속에서 실천가능한 치매 예방 및 관리방법

온라인

- 일시: 2월 22일 (수) 오전 10시 - 11시 30분
- 담당: 정착상담원 주명숙 (문의: 416-340-0838)
- 내용: 1. 치매에 대한 이해 2. 치매 vs 알츠하이머
3. 치매의 초기증상
4. 일상 속에서 실천가능한 치매 예방과 관리

스마트폰 영상편집 증강반

대면

- 일시: 2월 2일, 9일 & 23일
매주 목요일 (총 3회) / 오후 2시 - 3시 30분
- 대상: 영주권자 및 난민신청자 (신규 신청자에게 등록 우선권 부여 - 최대 10명)
- 담당: 정착상담원 강선하 (문의: 416-340-7166)
- 내용: 1. 콘텐츠 기획 2. 색감 보정하기
3. 썸네일 만들기 4. 크로마키 활용하기

취업준비를 위한 엑셀(Excel)

대면

- 일시: 2월 7일, 14일, 21일 & 28일
매주 화요일 (총 4회) / 오후 1시 30분 - 2시 30분
- 대상: 영주권자 및 난민신청자 (신규 신청자에게 등록 우선권 부여 - 최대 10명)
- 담당: 정착상담원 강선하 (문의: 416-340-7166)
- 내용: 1. 엑셀 기초 배우기
2. 엑셀 함수 사용법
3. 엑셀 그래프와 표 만들기

Immigration, Refugees and Citizenship Canada

Ontario

Toronto

주토론토대한민국총영사관
Consulate General of the Republic of Korea in Toronto

주토론토한인회
Korean Community Center

문가들은 예상하고 있다.

엄게 한 고위 관계자에 의하면 현재 국내 정품 담배 소비율은 크게 감소하고 있다. 따라서 비 담배 부문에서의 매출 성장이 가지는 중요성이 날로 높아지고 있다.

5. 결제 수단의 거대한 변화



전세계 소비자들의 결제 수단 관련한 한 전문 보고서에 따르면 캐나다 소비자들의 쇼핑 결제 수단에서 현금 지불은 오는 2025년이 되면 불과 3%에 불과할 것이라고 한다. 결제수단의 거대 시장에서 거의 모든 지불 수단이 모바일, 디지털, 자동 앱 결제로 바뀔 것을 예견하는 수치다. 한마디로 현금 사용이 거의 사라질 것이라는 말이다. 그것도 수년내로.

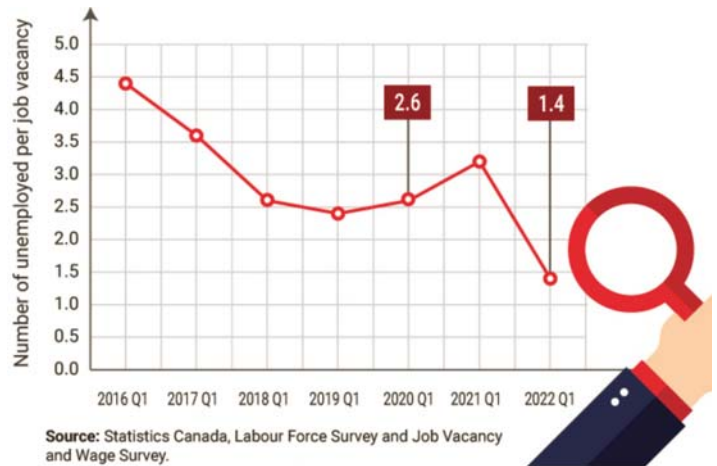
소매 채널에서 혁신적인 결제 솔루션이 끊임없이 실험대에 오르고 있다. 편의점 업계에 일대 센세이션을 일으킨 아마존고(Amazon Go)가 최근 개발해 실험 중인 손바닥 결제(quick palm-waving checkout device)시스템은 놀라운 하이테크 결제 수단 발전의 끝판왕을 보는 듯하다.

현재 달라스에 있는 산하 일부 가맹점에서 시험 중이라는데 결제 단말기에 손님이 손바닥을 올려놓고 약간 흔들기만 하면 결제가 되는 시스템이다. 한국에서는 이를 핸드페이라고 칭하고 있는데 손바닥 정맥 정보를 사전에 등록하고, 결제 시 전용 단말기에 손바닥을 올려놓으면 결제가 되는 방식이다. 물론 여기서 이용되는 단말기는 종전의 것과 다른 정맥 인증·결제 등 생체인증 특수 단말기다.

이 결제수단이 과연 앞으로 전지구촌에 급속도로 확산될지는 더 지켜봐야 하겠지만 결제수단 테크놀로지가 상상을 초월하는 수준이 될 것이라는 단적인 증거로 관심이 모아지고 있다.

6. 구인난 지속

최근 연방 통계청 발표 자료에 의하면 캐나다 실업률은 사상 최저치를 기록하고 있다. 비어있는 일자리 하나 당 실업자는 1.4명꼴이다. 고용상태가 매우 양호하다는 것이고 뒤집어 말하면 구인난이 여전히 지속되고 있다는 의미다. 주유소병설편의점체인 파크랜드 관계자에 의하면 올해도 사람 구하는 일이 여전히 큰 과제일 것이라고 한다. 소매업소마다 제



대로 된 인력을 확보하기 위해 임금을 올려주거나 첫 고용 축하 보너스 등 각종 매력적인 혜택을 미끼로 내세우고 근무시간의 유연한 조정 등도 채용 종업원의 편의에 맞게 해줘야 할 것이다.

구인난은 매니저급에만 한정된 이야기가 아니다. 일반 종업원까지 그렇다는 말이다. 홀리데이 워킹 등 해외 유학생까지 동원하고 있고 주당 20시간 상한선도 잠정적으로 올해 말까지 철폐해서 고용의 유연성을 확보하고 있는 실정이다.

7. 지속가능한 환경 선도

주유소병설편의점에 주로 해당되는 말인데 전기차 시대의 등장과 더불어 지속가능한 환경 조성에 보조를 맞춰야 한다. 이미 앞장서 모범을 보이고 있는 편의점 체인들이 속속 대열에 합류하고 있다. 요즘 ESG라는 축약어가 유행이다. 'Environmental, Social and Corporate Governance'의 약어다. "기업의 환경, 사회, 지배구조"라는 말로 옮길 수 있겠는데 기업에 대한 비재무적 평가 기준이 되는 환경, 사회, 지배구조 관련 요소를 측정해 해당 기업의 건전성, 사회공헌도 등을 다면적으로 평가하는 것이다. 그래서 좋은 기업 이미지 전파를 위해 대형 편의점 체인사들은 실제로 폐기물을 줄이기 위한 정책, 배기 가스 감축을 위한 정책 등 환경친화적 프로젝트를 소비자들에게 부각시키기 위해 노력하고 있다. 이는 소비자들의 개어있는 의식에 부응하기 위한 불가피한 노력이기도 하다. 캐나다 국민의 72%가 기업이 환경 친화적이고 지속가능한 식육료를 취급하기를 바라고 보다 윤리적인 기업에 호감을 가진다고 한다.

8. 지역 특화와 애함심

한두개의 편의점을 운영하는 업주들은 일반적으로 슈퍼마켓 등 대형 업소들과의 경쟁력 유지를 위해 단골 손님의 충성도에 의존하는 경향이 강하다. 그런데 이런 업소를 떠받치는 왕고객들의 쇼핑 트렌드 또한 불경기 혹은 급변하는 외부 환경이 주어지면 절약을 위해 불가피한 변화의 모습을 보인다. 광역토론토에서 편의점 두개를 운영하고 있는 한 업주는 "요즘 우리 업소 단골들도 한푼이라도 아끼려고 발품을 마다않고 대형 체인 식품점을 찾는다."고 증언한다.

독립 편의점 업주들 대부분이 요즘과 같은 불경기에서 대형 슈퍼를 가



▲ 주요 편의점 체인사들이 자사상표부착 상품 개발에 더 박차를 가하고 있다. 좌측부터 쿠팡타르, 세븐일레븐, 파크랜드의 PL상품

격경쟁으로 이기는 것이 매우 힘들고 이런 시도를 하는 것이 무용하다. 대공급사 구매력이 강한 체인 슈퍼들은 더 낮은 가격으로 대응하기 때문에 독립편의점은 지역 커뮤니티만의 장점을 살려 경쟁력을 유지하는 아이디어를 모색해야 한다. 가장 합리적인 대안의 하나가 바로 지역 특화 상품 취급을 강화하는 것이다. 지역 주민들의 애향심과 지역 생산물에 대한 애착을 활용하는 지혜가 발휘돼야 한다. 전국 단위로 깔리는 인지도 높은 제품보다는 특정 지역에 기반한 생산물이 먹고 있고 앞으로도 이 경향은 더 강화된다는 것이 전문가들의 예측이다. 물론 큰 체인사들도 지역특화 상품에 주목하기는 하지만 몸집이 가벼운 독립 편의점의 경우 지역특화를 선택하기가 용이하다. 수백개의 영업망을 가지고 있는 대형 소매업체들은 중앙에서 지역 제품을 선뜻 선택하는 것이 쉽지 않다. 단위가 크기 때문에 리스크 역시 크게 따르기 때문이다. 여기서 독립 편의점의 장점이 빛을 발한다.

9. 자사상표 상품 인기 대세

파크랜드, 쿠팡타르, 세븐일레븐과 같은 대형 체인 편의점들이 앞다퉈 자사상표(PL ; private label) 상품을 전면에 내세우는 전략은 역사가 짧지 않다. 파크랜드의 경우 자사상표 부착 상품이 2022년 한해만 해도 72가지나 됐다. 이미 이 부류의 상품이 시장에서 인기를 얻고 있기 때문에 자신감을 가지기도 더욱 밀어부치고 있다.

불경기때는 자사상표 상품의 위력이 더 커진다는 것을 시장은 반복해서 확인해준 바이다. 미국 소비자를 대상으로 한 반응조사 결과 전국 인지도 상품에서 자사상표 상품으로의 선호도가 옮겨가고 있는 것이 입증됐다. 거의 90%의 미국 소비자는 가성비(價性比)측면에서 자사상표 상품에 더 많은 호감을 가지고 있다는 2022년 통계 자료가 있다.

10. 데이터 의존도 점증

막강한 자금력에 기반한 체인 편의점은 본사 차원에서 엄청난 고객 데이터를 보유하고 있다. 거래내역, 고객충성도 등 원하는 자료는 무엇이든 지 분석하고 결과를 도출해낼 능력이 있다. 그러나 의심의 여지없는 미래 통찰력까지 반드시 얻어낼 것이라고 장담할 수는 없다.

쿠팡타르가 올해 들어 3/4분기 실적 보고를 할 때 그룹 회장 하나쉬씨는 캐나다 국내시장을 정확히 자료에 근거해 분석해 낼 연구 인력 확보가 그리 쉽지 않다고 고백했었다. 최근 중국을 앞질러 세계 최대의 인구를 가지게 된 인도 쪽에는 수준높은 데이터 분석가들이 꽤 있어서 이 과제 수행을 위해 인도에 사무실을 하나 개설했다는 말도 했다.

판촉활동의 극대화는 쿠팡타르가 내걸고 있는 주요 목표 중의 하나다. 회장 말을 인용한다. “차별화된 판촉 전략 수립을 위해 보다 과학적이고 엄정한 데이터 분석 작업은 매우 중요하다. 수많은 판촉 전략이 다 먹히는 것도 아니고 소리만 요란하고 실속없는 것들도 많다. 판촉수단은 간소화하고 줄이돼 더 효과적인 전략을 찾아야 한다. 매출과 마진 제고를 위한 적절한 전략 구사는 데이터의 정확한 분석 기술에 더 의존한다.”

11. 재고관리 중요성 부각

캐나다 소매업계가 원활한 공급망 확보로 몸살을 앓고 있다. 공급대란에 따른 경각심이 어느때보다 높아졌다. 업계의 한 전문가가 말을 들어본다. “꼭 필요한 물건이 있어서 업소를 들렀는데 찾던 물건이 없어 발길을 돌리는 소비자의 실망감은 결코 자주 겪어서는 안되는 치명적 이슈다.”

편의점 업주는 더 세심하게 재고 관리에 신경을 집중해야 한다. 특히 식음료와 관련해 소형 상품군에 바짝 관심을 기울여야 한다. 공급사들은 주로 일반 규격이나 대형 패밀러 사이즈 상품은 그나마 여유있는 공급 체계를 유지하는데 소형은 신경을 덜쓰기 때문이다. 편의점을 찾는 고객들은 대형 식품점이 취급하는 대용량은 잘 취급하지 않으니 소형 물량 확보에 더 집중해야 하는 것은 당연하다. 혹시 재고가 부족하거나 품질됐다면 유사한 상품으로 대체 아이템이라도 확보해야 한다.

가격 경쟁력에서 열세인 편의점은 더 가격이 높아지는 상황은 최대한 피해야 한다. 안그래도 종업원 확보를 위해 추가되는 인건비도 발목을 잡고 구인난으로 힘들고 연료비 대폭 인상에 따른 배달비용 증가도 떠안아야 하는 실정이다. 상품가격마저 손님에게 올리면 편의점에 대한 이미지가 추락될 위험이 높다. 이미 편의점을 이용하는 손님의 75%가 편의점은 가격이 비싼 곳이라는 인식을 가지고 있다는 점을 잊지 말아야 한다.

전문가들은 편의점 업계 공급차질의 심각성은 올해 좀 완화될 것이라는 낙관적 예측을 조심스럽게 내놓고 있기는 하다. 그렇지만 공연히 추가적인 배달 비용이 발생하지 않게 좀더 재고관리에 신경을 써서 불필요한 원가 증대는 막아야 한다고 강력히 권고한다. 대체로 기초 식음료, 푸드서비스의 중요성은 더 커질 것이고 일반 생필품에 대한 수요는 다소 주춤할 것이라는 것이 전문가들의 견해다. 따라서 원활한 공급망 확보, 재고확보의 우선순위 등 다방면으로 편의점 업주들의 과제해결 의지와 능력이 요구되는 시기임을 명심해야 할 것이다. ■

일회용 플라스틱 퇴출과 푸드서비스의 변화

원가 상승 결정타, 일부 대용품 125% ↑



Government
of Canada

Gouvernement
du Canada

Canada

최근 소비자들은 테이크아웃 용기, 음료 빨대 등 식사 관련 보조아이템들이 새해들어 새로운 모습으로 선보이고 있는 업장을 자주 대하고 있다. 일회용 플라스틱 제품 퇴출의 일단계를 연방에서 시행하면서 요식업계가 변화를 시도하고 있기 때문이다. 적응의 초기 단계다. 일부 식당은 이미 여러달 전부터 친환경 대용물로 교체를 시작했다.

'Jack Astor's', Scaddabush, Reds, Duke's Bar 등 술한 레스토랑과 펍을 소유하고 있는 거대 요식업 그룹 SIR(Service Inspired Restaurants)의 회장 겸 최고운영책임자 폴 보나르씨는 산하 식당들이 이미 리사이클링 제품으로의 교체를 단행해왔다고 말한다. 비록 아직까지 전면 사용 금지까지는 아니지만 미리 준비하고 적응하는 차원에서 교체의 과

도기를 수개월째 경험하고 있다는 것이다. (*일회용 플라스틱의 '사용'은 아직 1년 유예를 가지고 있다.)

연방정부는 2022년 12월 20일을 기해 1단계 조치로 일회용 플라스틱 쇼퍼백, 수저/나이프, 요리를 담아주는 용기 등의 제조와 수입을 전면 금지했다. 여기서 말하는 플라스틱의 개념은 소재가 부분적이든 100%이든 상관없다. 그리고 음료를 젓는 막대기(stir stick)도 제조 및 수입이 금지됐다. 올해 6월부터는 음료나 맥주 등을 운반하기 편하게 하는 플라스틱 고리(주로 6개 단위)의 제조, 수입도 금지될 것이다.

다음 단계로는 올해 12월부터 이들 일회용 제품의 '판매'가 금지된다. 음료와 맥주 운반 고리(ring carrier)의 판매는 2024년 6월부터 금지된다. 2025년 12월부터는 이들 제품의 제조, 수입, 수출, 판매, 사용 등 전 과정이 모두 금지된다.

따라서 이 일정대로면 식당, 카페, 바 등 요식업계에서 '사용'하는 것은 아직까지는 무방하다는 말이다. 대부분 대량 구입해서 재고물량이 잔뜩 있기 때문에 소진될 때까지 정부가 이를 감안해 유예 기간을 준 것이다.

그럼에도 불구하고 많은 회사들이나 사업장은 이미 과도기의 적응을 위해서 미리 재활용이나 재사용 소재로 전환을 하고 있고 더 이상 이들 제품을 구입하지 않고 있다.

몇가지 예를 들어보자. 캐나다 커피 체인의 대명사인 팀호튼(Tim Hortons)은 이미 더운 음료(커피, 핫초콜렛 등)의 용기 뚜껑을 재활용 섬유 소재로, 간편 식사용 수저, 포크 등은 부패가능한(compostable) 소재로 교체하기 시작했다. 맥도날드는 이미 지난 2021년부터 부분적으로 일회용 플라스틱 용기를 퇴출시켰다. 여기에는 빨대, 수저, 포크, 휘젓는 막대도 포함됐다. 앞에 소개한 SIR그룹 보나르 회장은 테이크아웃 용기는 대나무 소재로 교체하기 시작했으며 일회용 수저나 포크도 그냥 주지 않고 필요한지 손님에게 물어보고 필요하다는 손님에게만 주도록 지시했다고 한다. 친환경 정부정책에 대한 발빠른 선도적 조치로 여겨진다.

그런데 편의점까지 포함해서 많은 푸드서비스 업소의 최대 고민은 테이크아웃 음식 담아주는 용기를 법에 저촉되지 않는 소재로 어떻게 확보하는가 하는 문제다. 그리 간단하지 않다는 반응이다.

보나르 회장도 이를 인정하는 듯하다. 현재 재활용 플라스틱을 사용한다고는 했지만 이것들이 과연 모두 재활용될 수 있을가에 대해서는 회의적이라는 것이다. 그래서 또다른 옵션으로 강구한 것이 표면을 왁스 처리한 판지(板紙)를 사용하는 것으로 결론났다. 이 소재는 재활용 가능하고 생분해(biodegradable)도 가능하다.

지금까지는 모범적인 요식업의 사례를 들었지만 사실 체인 레스토랑이나 패스트푸드점은 자금력과 연구 개발팀이 있어서 가능한 것이고 자영업으로 하는 독립 푸드서비스 업체인 경우 기존의 일회용 플라스틱 제품의 재고가 너무 많아서 1년 유예기간에 다 소진하는 것도 불가능한 처지다. 코비드 기간에 영업을 못 한 시간이 너무 많아서 재고가 엄청나게 쌓여있다는 것이다.

전국요식업협회 켈리 히긴스 회장에 의하면 팬데믹 이전에는 일회용 친

환경 소재 교체에 대한 열기가 요식업계에서 꽤 강렬했다는데 팬데믹으로 많은 피해를 본 뒤끝이라 이 과정은 사업 운영에 적지않은 압박으로 작용하고 있다고 한다. 대안 소재로 대나무, 귀리, 옥수수, 벚짳, 종이 등이 거론되고 있다. 이들 소재가 그나마 비용상의 부담을 덜어주는 것이란데 일부 다른 소재를 검토한 결과 비용이 125%나 더 드는 것도 있었다고 한다. 공급대란으로 인한 품질 저하의 우려도 있다.

회장 이야기를 좀더 들어보자. "품질은 우수하며 지속가능한 친환경 소재라야 하는데 원가 부담을 최소화 할 수 있어야 하는 것이 관건이다. 현재도 일부 시중에 나와 있는 것들이 있지만 문제는 비용이다."

이 문제와 관련해 앞의 보나르 회장은 낙관적인 입장이다. 지금 당장에는 수급 불균형으로 비싸지만 널리 통용이 되면 원가가 낮아질 것이라는 전망에 근거한 것이고 현재의 공급대란 문제가 어느정도 완화되면 더욱 이 문제는 쉽게 해결될 것이라고 강조한다. 일리있는 예측이다. 양산 체제로 들어가면 생산 원가는 낮아질 것이고 당연히 소매업에 대한 공급가 또한 부담스럽지 않은 수준이 될 것이다.

그럼에도 불구하고 체인으로 운영되는 푸드서비스 업체들이야 자금력과 공급 협상력에서 갑의 위치에 있으니 저렴한 원가가 가능하겠지만 독립 자영업의 경우는 사정이 다르다. 다국적 요식업체 또한 막강한 자금력과 신소재 용기 공급업체 협상력 우위로 선수를 치고 이미 교체에 들어갔다.

문제는 연방의 가이드라인에 보태서 각 주정부가 정하는 통제, 여기에 각 지자체가 추가하는 제한 조치 등이 상이할 경우 혼란이 야기될 소지가 있어 보인다. 즉, 재활용의 허용 범위를 어디까지 정하느냐에 따라 원가 부담의 경중이 갈릴 것이라는 의미다. 지나치게 엄격하면 결국 원가 부담으로 돌아온다. 앞에서 말한 소자영업 수준의 푸드서비스를 하는 업체는 타격이 클 것이다.

히긴스 회장의 이야기로 끝을 맺는다. "정부의 대국민 제도가 더 활발해져서 친환경 소재에 대한 인식 수준을 높여야 할 것이다. 일관성을 가져야 푸드서비스 업계의 혼란이 없을 것이다. 사실 그간 정부의 태도가 오락가락해서 혼란과 좌절감이 있어왔다. 재활용 소재로 변화해도 실질적인 재활용으로 이어지지 않으면 아무 의미가 없는 정책이 될 것이다." ■

‘순수 캔디’ 시장 현황과 전망

젊은층 ‘신제품’, 부머층 ‘전통 브랜드’



캔디 시장은 재료 구성 측면에서 초콜렛 성분이 포함된 캔디와 초콜렛 성분을 전혀 포함하지 않는 순수 캔디로 대별된다. 업계 특히 미국에서는 이 두 카테고리에 주목하며 매출이나 소비자 트렌드를 깊이 파고 들고 있다.

이해를 쉽게 하기 위해 편의상 초콜렛 성분이 없는 캔디를 ‘순수 캔디’(non-chocolate candy)라고 부르자. 실제로 미국 시장에서 ‘non-chocolate candy’라는 용어를 사용하고 있고 우리말로로는 ‘순수 캔디’라고 하는 것이 편할 것이다.

전미 당과류업 협회(NCA)가 최근 미국 순수 캔디 시장을 분석한 자료가 흥미를 끈다. 팬데믹 기간 그리고 이후 현재까지 겪고 있는 고물가 시대에 순수 캔디 품목군이 소비자 선호도를 끌어올리고 있다고 보고한 것이다. 사실 초콜렛 혹은 초콜렛을 기반한 각종 당과류에 대한 트렌드와 시장 현황은 헤아릴 수 없을 정도로 자료가 넘쳐난다. 반면 순수 캔디류 시장 동향은 그리 자료가 많지 않던 터라 이 분야 시장을 일별 할 좋은 데이터로 가치가 크다고 하겠다.

미국 시장에서의 순수 캔디류 점유율은 전체 당과류(초콜렛, 캔디, 껌, 민트 등)에서 약 32%를 차지하고 있다. 결코 작은 몫이 아니다. 이 정도 수준이면 제조사, 공급사 그리고 소매업소에서 매출 증대를 위해 관심을 집중할 만하다.

순수 캔디 시장의 장래는 매우 밝아서 오는 2027년에 이르면 미화 약

200억 달러에 달할 것으로 전망된다. (참고로 2022년 말 기준으로 미국 전체 당과류 시장 규모는 375억 달러이다.) NCA 회장 겸 CEO 존 다운씨의 말을 들어본다. “혁신은 당과류 시장의 사회적 중요성을 가지며 지금의 시장이야말로 과거 어느 때보다 순수 캔디 분야에서의 혁신의 기운이 최고조로 치솟는 분위기다. 순수 캔디 시장에서의 좋은 실적을 누릴 엄청난 기회를 만났다. 그리고 이 호조건을 견인하는 소비층은 다름아닌 Z세대와 밀레니얼 세대이다. 이들은 캔디에서 새로운 경험을 갈구하는 소비자 세대이다. 이들이 조성한 순수 캔디 열풍은 독특한 향과 맛, 모양, 색상, 그리고 무진장의 신제품 출시 덕분에 모든 소비층으로 확산되는 추세다.” 이하 보고서에서 주목할 만한 몇가지 팩트를 주제별로 소개한다.

● 주요 실적 통계

인플레이션이 결정적 영향으로 2022년 순수 캔디 미국시장 매출액은 13.7%가 증대했고 날개단위로는 3.1%, 총물량으로는 2%가 각각 증가했다. 소평 빈도수가 늘어났고 1회 소평 구입액이 증가한 결과다. 씹는 캔디류(chewy candy)가 순수 캔디 시장에서 최강자인데 매출의 절반 이상을 차지하며 이 품목군의 매출 증가는 12.7%를 기록했다.

● 향후 전망

현재의 매출 성장세와 소비 패턴을 소득, 성별, 연령, 지역, 소수민족배

경 등으로 분석한 데이터는 앞으로도 유사한 결과를 유지할 것이며 특히 Z세대와 밀레니얼 세대의 소비 주도력을 주목해야 한다. 순수 캔디 시장은 오는 2027년에 미화 200억 달러에 달할 것이고 쇼핑 채널의 다양화 특히 온라인과 자판기 구매 점유율이 늘어날 것으로 예상된다.

● 라이프 스타일 변화

점점 더 많은 소비자들이 여흥, 축하 파티, 휴가에서 소비할 주전부리로 순수 캔디에 대한 선호도를 높여가고 있다. 이 캔디류를 사서 지인들과 함께 나누는 재미가 쏠쏠한 것이다. 미국 소비자 83%가 순수 캔디 즐기는 맛이 완벽한 즐거움을 준다는 반응이다.

● 계절 요인

90%의 소비자들이 계절 분위기를 반영한 색상, 맛, 포장, 디자인 등에 큰 호감을 가지며 연중 4대 휴가 기간의 매출이 연간 매출의 61.2%를 차지한다. 4대 휴가철이란 발렌타인 데이, 부활절, 할로윈, 크리스마스 시즌을 의미한다.

● 자국산 캔디 선호도

미국 소비자들의 자국산 캔디에 대한 선호도는 수입산 캔디보다 훨씬 높게 나타났다. (32% : 12%) 응답자의 35%는 캔디 제조국가와 종류에 따라 선호도가 다르다고 답을 했는데 결론적으로 보면 국산에 호 취향의 우세였다.

국적을 떠나 종류에 따른 선호도로는 전통적인 과일맛 캔디가 선호도 50%로 최고 순위를 보였고 그 다음으로는 전통 과일맛에 여타 다른 맛을 혼합시킨 변종 캔디가 뒤를 이었다.

소비층을 연령대로 나눠 보면 젊은층일수록 독특한 맛에 대한 취향이 높게 나타났다. 예를 들어 새롭힌 맛에 대한 취향은 Z세대와 밀레니얼 세대가 여타 연령대에 비해 월등히 앞선 선호도를 보였다.

● 선물용

순수 캔디 선물용 소비와 관련해서는 역시 초콜렛을 따를 수 없었다. 특별한 휴가 시즌에 선물용으로 순수 캔디를 더 자주 구입한다는 응답은 35%에 머물렀다. 물론 선물이 아닌 경우에는 순수 캔디 구입율이 높기는 했다. 미국 소비자들의 40%는 선물용으로 순수 캔디보다는 초콜렛을 선물용으로 더 자주, 혹은 더 많이 구입할 것이라고 답했다. 전통을 무시할 수 없는 소비 관행때문일 것으로 보인다. 명망있는 고급스런 초콜렛이 선물용으로는 여전히 우위임을 확인하는 데이터였다.



▲ 초콜렛 함유 제로인 순수 캔디 시장에서 최상위를 달리는 제품들. 순수 캔디 소비가 늘어나는 추세다.

● 포장과 사이즈

순수 캔디 구매 결정 요인으로 개폐반복형(researable)이 중요하다고 응답한 경우는 47%, 용량이 중요하다는 응답은 36%로 우선 순위 1위와 2위를 각각 차지했다. 환경친화적 포장의 중요성도 높게 나타났다. 이런 기준들이 구매행위에 별다른 영향을 보이지 않는다는 응답도 절반 가까웠다. 그러나 종합적으로 볼 때 포장, 규격, 환경친화적 요인들이 구매 결정에 영향을 준다는 응답은 과거보다 높아진 것이 분명하게 드러났다.

● 건강친화성

식품 구매와 관련해 소비자들의 건강친화성에 대한 고려가 그 어느때보다 높아진 것은 주지의 사실이다. 약 10%의 소비자가 이 기준으로 쇼핑을 더 많이 하고 있다고 답했고 향후 이 기준으로 구매할 의향이 있다고 답한 소비자는 30% 가까운 응답을 보였다. 천연재료, 저설탕 혹은 무가당(無加糖)에 대한 관심도는 점점 더 높아질 것이 분명한 조짐이며 이런 경향은 젊은층일수록 높게 나타나고 있다.

● 계획 vs 충동

순수 캔디를 계획 쇼핑하는 경우와 충동 쇼핑하는 경우로 구분해 조사한 결과도 흥미롭다. 전자가 69%, 후자가 75%로 나타났다. 주전부리라는 것이 충동구매 경향이 매우 높다는 것은 누구나 아는 사실이지만 순수 캔디 구매가 계획하에 이루어지는 경우가 충동구매에 비해 그다지 뒤쳐지지 않는다는 것은 시사하는 바가 크다. 캔디 구매 선택 기준으로는 브랜드 인지도, 가격경쟁력, 그리고 분위기(심리적 요인)를 꼽는데 부머 세대에서는 브랜드 인지도가 가장 중요하다고 한다. 자사상표(PB)의 위력은 그러나 그다지 큰 영향력을 발휘하지 못하는 것으로 나타났다.(4.5%)

● 신제품 관심도

순수 캔디 분야의 신제품에 대한 소비자 관심도 또한 주목할 영역이다. 신상품이 출시되면 종종 시도해본 다는 소비자가 45%, 자주 시도한다는 소비자가 17%에 이른다. 합하면 60% 넘는 소비자들이 순수 캔디 신제품에 대한 관심을 가진다는 것인데 이들 소비층은 기존의 친숙한 브랜드는 그대로 즐기면서 새로 나온 제품에 대한 호기심을 충족시킨다는 의미다. 자신의 취향 기준을 설정해놓고 신제품을 즐기는 경향을 보이며 새로 나왔다고 아무거나 구입하지는 않는다. 선택 기준으로는 60% 가까운 소비자가 새로운 맛이나 향을 즐기고 싶다고 답했고 새로운 디자인에 대한 관심때문에 접근한다는 소비자도 16%에 달했다.

● 구매 채널 선택

순수 캔디 구입처로 슈퍼마켓 채널이 가장 높은 구성비를 보여오고 있으나 최근에는 가격 대비 만족도 즉 가성비에 초점을 맞추고 할인 식품점, 달러스토어를 통한 구입 비중이 높아지고 있다. 15%는 캔디 전문업소를 찾고 있다. 같은 매장이더라도 캔디 전용 진열 코너에서 집어드는 경우가 80%로 압도적이지만 원래 계획에 없다가 계산대에서 충동구매를 하는 경우도 58%의 높은 비율을 보이고 있다는 통계는 플래노그램을 통한 매상 올리기의 중요성을 새삼 일깨운다. 계절 특수를 노린 진열은 반드시 실천해야 할 포인트다. 배치를 어떻게 하느냐에 따른 쇼핑 결정력도 40%나 되며 브랜드 취급에 따른 중요성 또한 28%로 높은 편이다. 따라서 편의점의 경우 순수 캔디의 진열 방식과 취급 브랜드 선정에 각별한 신경을 써야 한다. ■

모범 사업체 20選 (연재 2)

다양성 / 공평성 / 포용력 실천 모범



지난해 CSN에서 선정한 20개 사업체 중 7개를 지난 1월호에 소개했다. 7개 업체는 기후변화의 위기에서 환경보호라는 가치를 구현하기 위한 모범적 실천을 보인 공적을 인정받은 곳이다. 이번에 소개하는 업체는 인류의 보편적 가치인 다양성과 공평성 그리고 포용력이라는 사회적 가치를 위해 애쓴 공로로 선정된 곳들이다. 그리고 일부는 지역 커뮤니티에 대한 공헌도, 달리 표현하면 '사회환원'이라는 가치의 실천 의지를 높이 사서 선정된 곳도 포함됐다. 하나씩 살펴본다.

■ 다양성/평등/포용의 가치

8. Canadian Tire Gas+



캐나다 소매산업의 으뜸가는 간판 회사를 몇개만 꼽으라면 '캐네디언 타이어'를 최우선으로 떠올리는 소비자들이 대부분일 것이다. 그만큼 이 회사는 캐나다 국민들의 일상적 삶의 중심에 깊숙히 자리하고 있다. 전국 네트워크의 대부분은 주유소를 겸한다. 병설 주유소는 Gas+ 라는 간판을 달고 영업한다. 이 브랜드가 전체 회사에서 전하는 메시지는 분명하다.

"캐나다 삶의 질을 높이기 위해 우리가 있다"(We Are Here to Make Life in Canada Better)

주유소 서비스를 포함해 캐네디언 타이어라는 국민 기업은 핵심적인 다

섯가지 가치를 고수한다고 회사측은 강조하는데 이 중 두가지가 다양성, 포용, 소속감이라는 개념과 직접적인 연관성을 가진다. 유티 및 사업개발 담당 부사장 안드레이 온가로씨의 설명을 직접 들어본다. "상호존중에 기반한 기업 문화 창달이 우리 회사의 대외적인 약속이다. 내부적 결속력을 더욱 강화하는 가운데 보다 다양한 목소리를 반영하고 브랜드가 추구하는 목표 및 핵심 가치와 부합하는 행동에 역량을 집중할 수 있다."

이런 추구 방향을 현실화하기 위해 회사는 다양한 조치들을 취해 왔다고 한다. 직영 체제하의 인력과 주유소가맹주들이 함께 공유하는 인적 자원 통합 관리 시스템은 포용과 소속감을 드높이는데 결정적 도움을 준다고 한다. 또 주요 의사결정을 위한 회의 분위기를 자유토론 형식으로 만들어 본인들도 자각하지 못하고 있는 무의식적 편견을 드러나게 했으며 인종, 성(性)정체성의 이질감을 해소하기 위한 심도있는 여러 유형의 토의를 수시로 열었다. 심중에 있는 이야기가 공개적으로 교환되면서 '다름'에 대한 포용과 '같음'에 대한 공감대를 동시에 수용할 수 있었고 이를 토대로 팀워크와 사기는 진작되어갔다. 대담하고 용기있는 시도가 아닐 수 없다.

개방적인 기업 문화는 직원들의 단합과 화목의 결정적 동인(動因)으로 작용했으며 비록 표면적인 단계이기는 하지만 이 정도만으로도 상호 교류의 환경을 조성했고 직장을 매개로 한 인간적 삶의 여정에서 성장과 발전이라는 기쁨을 함께 누리는 계기를 확인해나가고 있다. 캐네디언 타이어는 이윤추구에 앞서 이를 실현시키는 소속 직원들의 '인격'과 이들 인격체들 서로의 포용력을 우선하는 경영철학을 뿌리내리고 있다는 점에서 인간적 기업의 모범을 보이고 있다. 부사장 안드레이씨 본인도 'growth'와 'discovery' 라는 용어를 구사하며 기업 내부의 변화되어가는 모습을 설명하는데 압축적이면서도 정확한 표현이라 하겠다.

9. 임페리얼 토바코 캐나다



캐나다 최대 담배회사인 임페리얼 토바코 인사부에서 밝힌 전체 직원의 출신국은 대략 50개 나라라고 한다. 그리고 인적 구성의 다양성이야말로 회사의 저력과 가치라고 자부하고 있다.

이와 관련해 인사담당 총책임 부사장 리토 샤레씨의 말을 인용한다. “회사 내부 목표는 보다 결속력있는 근무 환경 조성이다. 달리 말해 근무자 모두가 진정한 소속감을 공유토록 해주자는 것이다. 사업 발전의 원동력은 소속 직원들의 정서적 유대감의 견고함에서 근간을 마련한다. 구체적으로 회사는 다양한 포커스 그룹을 만들었고 리더쉽과 발전 프로그램에 관한 격의없는 토의의 장을 온라인에서 이루어지도록 했다. 결속력 강화를 조성하고 후속 인력 개발 프로그램들이 이어졌다.

이밖에 직원들끼리의 두개 그룹이 더 구성됐는데 하나는 LGBTQ+이고 또 다른 하나는 여성인력으로만 이루어진 그룹, 일명 ‘Female Force’였다. 둘 다 조직내의 소외층, 약자들이다. 성 정체성으로 인한 부당한 차별, 남성에 비해 상대적으로 열악하고 취약한 대우에 몰릴 수 있는 여성 인력들을 공정하고 평등하게 대하는 회사 분위기를 만들자는 취지다. 한국식으로 말하면 대학생 MT같은 그룹 공론의 장을 수시로 가진 것인데 참가자들이 드러낸 갖가지 의견들이 피드백되면서 사내에서 엄청난 효과를 불러일으켰다. 자체 여론조사에 참가한 직원이 76%였으며 스스로가 소수집단(minority)에 속한다고 밝힌 직원이 46%였다.

이같은 사내 토론 활성화를 주도한 고위 관계자는 “도출된 결과물을 현재 엄정하게 분석작업을 진행 중”이라면서 내부 장벽 제거를 위한 추가적인 조치들이 수립될 것이라고 말했다. 통합을 위한 교육과 인식 제고를 통해 조직문화의 개방성이 증대될 것이라는 전망도 나왔다. 소속 직원 모두가 안락함을 느낄 수 있는 직장 문화 정착은 회사 발전의 초석이라는 인식이 임페리얼의 경영철학으로 자리잡고 있는 것이다. 허심탄회한 대화와 토의의 분위기를 통해 직원의 인화단결이라는 궁극적 목표를 달성하려는 노력이 CSN 20선에 포함될 충분한 근거가 돼보인다.

10. JTI의 제이드 오사지

캐나다 3대 메이저 담배회사의 하나인 JTI 소속 제이드 오사지(Jade Osagie)씨는 개발/판매 담당자라는 직함을 가지고 있다. 그러나 그녀는 단순한 업무 기능 그 이상을 수행하고 있다. 사내에서 다양성, 평등, 결속이라는 가치 구현에서 왕성한 리더쉽을 발휘하고 있기 때문이다. 직장 문화 발전을 위한 위원회의 일원으로 보다 안전하고 포용력있는 직장 만들기 위해 누구보다 열성적인 역할을 수행한다. 앞에서 소개한 임페리얼 캐나다가 보여주고 있는 움직임과 유사한 불평등, 소외감 척결과 일맥상통한다. 인종, 소수 민족, 각양각색의 문화적 다양성을 수용하지는 목표는 당연히 성소수자에 대한 관용정신의 구현으로까지 이어졌다.

그녀의 말을 직접 들어본다. “위원회에 그냥 소속만 되어 있는 형식적 활동이 아니다. JTI의 모든 종업원이 회사에 대한 자부심을 느낄 수 있는 실질적인 이벤트 창안에 내용적으로 깊숙히 관여해왔다.”



이런 적극적인 마음자세를 가진 이후 그녀는 무의식적 편견 타파를 위한 교육훈련 프로그램을 촉진시켰고 흑백차별 근절 프로그램인 ‘Black History Month’의 내용을 보다 충실하게 만드는데 힘을 쏟았다. JTI 글로벌 흑인여성으로 구성된 패널 토론회도 주최했다. 수년 전 미국 미네소타에서 경찰의 강압적인 통제로 질식사해 미국사회는 물론 전세계를 떠들석하게 했던 조지 플로이드 사건도 다뤄졌고 당시 들고 나왔던 구호 “Black Lives Matter”에 대한 회사 고위층과의 인터뷰도 진행했다.

인종갈등 특히 백인사회에서 집요하게 이슈화되고 있는 유색인에 대한 차별이 몰고오는 사회적 여파를 회사 내부에서부터 먼저 인식하지는 깊은 성찰이었다. 문제의식과 해결에 많은 도움이 됐다고 한다.

오사지씨에 의하면 “교육이 중요하고 교육을 통해 항상 많은 것을 배우고 깨달음을 얻는다”고 말한다. “깊은 인식에 도달할 계기는 주변에 많이 있으며 연대는 배움에서 비롯된다.” 그녀가 얻은 회사 경영 철학이다.

■ 사회 공헌/사회 환원의 정신

11. 알리망타시옹 쿠쉬타르



2022년 2월에 시작된 러시아의 우크라이나 침공과 양국의 전쟁은 해가 바뀔 현재까지도 진행형이다. 캐나다 편의점 업계 지존이자 미국 편의점 업계에서도 세븐일레븐 다음으로 2위 규모를 자랑하는 쿠쉬타르는 우크라이나에 대한 직·간접 지원에 발빠르게 나섰다. 난민 지원을 위한 공적, 사적 다양한 프로그램 지원책을 강화했는데 전쟁 초반인 작년 이른 봄에 퀘벡을 근거로 한 18개 업체 결성체에 참여해 캐나다에 갓 이민온 1,000 세대의 우크라이나 사람들의 정착을 도왔다. 예를 들어 일자리, 주거지 마련 그리고 생계 지원 등이다.

쿠쉬타르는 여기서 그치지 않고 연방정부가 시행하는 각종 지원 프로그램에도 적극적인 동참을 했다. 대표적인 것이 ‘Canadian Industry for

Ukraine'이라는 기부 프로그램 포털 출범에 주도적인 역할을 했는데 우크라이나 난민에게 최우선적으로 물품과 용역을 제공하는 것이 주 임무였다. 원조와 재정착에 도움을 주는 정부 차원의 많은 프로그램 역시 적극적으로 지원했다.

지역단위로도 다양한 지원책이 이어졌는데 서부 캐나다 지역의 경우 알버타 지역 우크라이나 출신 캐나다인의 권익보호를 위해 지난 70년대에 조직된 비영리단체 UCC-APC(Ukrainian Canadian Congress-Alberta Provincial Council)과 공조해서 알버타에 갓 정착한 우크라이나 난민에게 보건약품, 식품을 담은 패키지 긴급구호백을 제공했다.

주, 연방에서 더 나아가 쿠쉬타르는 글로벌 차원의 지원에도 열성이었다. 회사 산하의 편의점 네트워킹을 가동해 손님들이 적십자가 주최하는 기금마련 캠페인에 동참하도록 유도했는데 긴급지원을 위한 모금액 4백만 달러에 이르는 큰 보탬을 준 것으로 알려졌다. 회사의 이같은 휴머니즘 차원의 활동이 CSN 20선에 선정된 것과 관련해 쿠쉬타르 수석부사장이 자영업담당책임 수잔 포와리어씨는 '큰 영예'라고 반기며 고객들에게 무엇보다 감사의 뜻을 전한다"고 수상 소감을 밝힌 바 있다. "지구촌 쿠쉬타르 서클케이 네트워크는 우크라이나 위기에서 인본주의 정신을 구현하는데 모두가 함께 할 수 있었고 지속가능한 캐나다의 미래 뿐 아니라 전 지구적 차원의 지속가능한 세상을 만드는 것이 회사의 목표다" 그녀가 회사를 대변해 던진 아름다운 메시지다.

12. Blast-Off Fireworks



'Blast-Off Fireworks'라는 회사가 있다. 캐나다 서부 지역 최대 폭죽제품 도매상이자 공급사이며 매니 토바 셀커크(Selkirk)에 본사를 두고 있다. 25년 전에 설립해 현재 약 170가지 브랜드를 취급하고 있다. 혁신적인 제품들은 전세계에서 수입도 하고 있다.

이 회사가 매니토바농업박물관(Manitoba Agricultural Museum)과 공동으로 서부 캐나다 지역의 마지막 남은 목재 조립 곡물 저장창고를 보존하는데 앞장섰다. 캐나다 농업사에서 희귀한 역사적 가치가 있는 곡물 창고라는 점에서 기업 이익과 하등 상관도 없어보이는 차원의 일에 뛰어들었다. 기업이 뿌리박고 있는 커뮤니티에 대한 공헌의 모범적 사례로 상찬받아 마땅한 미담이다.

기업의 사회 공헌과 환원 정신이 낳은 문화유산 보존 프로젝트의 주역

은 이 회사 창업자이자 현 회장인 매튜 바이어렉씨다. 그리고 이 분의 집안이 대대로 이같은 정신을 하나의 전통으로 이어내려왔다는 사실에 주목할 필요가 있다. 여러 대에 걸쳐 농업과 농장 경영에 뿌리를 두고 있다.

이제 매튜 회장 대에 와서 농업과의 직접적 연관은 끊어졌지만 가문의 전통이 농업에 기반하고 있기 때문에 캐나다 농업 전통의 맥을 보존한다는 이번 프로젝트에 깊이 관여하게 된 것이다. "비록 농사일 대신에 학업에 충실하라는 부친의 말을 따랐지만 농업에 대한 사회적 부채의식을 늘 느껴오고 있었다. 대조원의 매니토바도 과거와 같은 농업 전통은 거의 사라졌지만 최소한 그 편린이나마 농업 전통을 보존하고 싶은 욕구마저 사라질 수는 없었다."

회장은 이를 일컬어 'prairie pride'라고 표현하는데 농업박물관 지원을 위해 폭죽 장사를 통해 많은 회사를 해오고 있다. 현재 이 회사가 공급하는 소매업소는 전국적으로 약 4,000개로 알려져 있으며 박물관 이전이라는 큰 사업에도 돈을 쾌척하고 있다. 유사한 지원 사업의 하나로 'Pioneer Village Museum' 프로젝트가 있다. 이밖에도 다양한 사업들이 있는데 모두 매니토바 전통 농업 역사를 보존하는 작업이라는 공통점을 가지고 있다. 단순한 과거 추억을 음미하는 단계를 넘어 캐나다 농업 역사에 대한 애정이자 커뮤니티에 대한 배려와 관심이라는 것이 회장의 고백이다.

13. 전국편의점 협의회(CICC)



매년 8월 말에 CICC는 '전국편의점 週間' 행사를 주도한다. 편의점 산업의 중요성을 세인들에게 알리고 기금을 마련해 소외층을 지원하고 있다. 2022년에는 전국 단위로 행사를 한 끝에 205,000달러를 조성했다. 이는 2021년보다 50%이상이나 증액된 모금이다. 2017년 이후 지금까지 거의 1백만 달러를 모아 사회에 기부했다고 하는데 행사의 타이틀은 "Make-A-Wish"이다. 주로 심각한 질병을 앓고 있는 아동 치료를 위해 회사되고 있다.

행사는 단지 돈만 모으고 지원하는데 끝나지 않는다. 정치인들과 지역 단위의 지도층 인사들로 하여금 지역 공동체의 성원인 편의점이 지역사회에서 가지는 의미를 재인식할 수 있는 계기를 마련하는데도 중요한 의미를 두고 있다. CICC 소통담당 총책임자 부회장인 제프 브라운리씨의 말을 들어본다. "편의점 산업에 대한 정치인의 인식 제고와 관심 증대를 도모하는 행사의 취지는 지역 경제 최전선에서 지역민들과 공고한 유대를 형성하는데 편의점이 얼마나 중요한 채널인가를 일깨우는데 큰 도움이 된다. 물론 행사를 조직하고 집행하는데 시간과 수고가 많이 든다. 하지만 결과를 보면 충분히 보상이 되고도 남는다."



캐나다 전기차 시대 현주소와 미래

지자체 역할 강화 필요

온타리오 런던 인근 잉거졸의 GM생산라인이 지난 해 말부터 전기차 밴 차종 양산 체제에 들어갔다.

환경문제 전문가이자 저널리스트인 레이첼 모건씨가 지난 연말에 업계전문지 CSN에 기고한 캐나다 전기차 보급 현황과 미래에 관한 글을 요약 소개한다. 전문가 입장에서 세밀한 자료와 평가를 담고 있는데 결론은 연방, 주, 지자체 각급 정부가 총력을 기울여야 배기가스없는 세상을 앞당길 수 있다는 주장이다. 특히 필 지구 사례를 부각시키고 있는데 지자체의 역할이 가장 중요하다고 역설하고 있다.

국내 최초로 전기차 제조 설비가 가동하자 각 지자체들마다 새로운 자동차 시대를 대비한 준비에 박차를 가하고 있다. 온타리오 런던에서 서쪽으로 30분 정도 가면 옥스포드 카운티의 잉거졸(Ingersoll)에 공장이 차려졌고 전기차 밴이 제조되고 있다.

작년 12월에 이 공장 단지의 오픈 기념 테이프 커팅을 위해 저스틴 트뤼도 연방총리와 온주 덱 포드 수상이 방문했을 정도로 의미가 큰 이벤트였다. 소유인 잉거졸은 이제 GM캐나다에서 전체 공정의 완성차를 생산하는 기지가 됐다. 회사 회장 겸 전무이사인 마리아 웨스트씨는 “전기차 제조가 더 이상 미래의 이야기가 아닌 시대에 캐나다가 돌입한 것”이라고 일성을 올렸다. 비록 오픈 행사에 두 고위 인사가 동시에 축하하러 참가했지만 사실 전기차와 관련해 연방 총리와 온주 수상 사이에는 입장이다소 엇갈려 보인다. 연방 정부는 경량차와 트럭 등 모든 차량을 오는 2035년까지 전기차로 교체할 것이라는 목표를 세웠다. 또 승용차는 2035년부터 무조건 전기차만 판매가 가능토록 한다는 목표도 세웠다. 그 사이에 단계적 세부 목표도 있다. 2026년까지 국내 모든 승용차의 20%가 전기차가 되도록 한다는 것인데 순조로운 목표 달성을 위해 새차로 전기차를 구입하는 국민에게는 5,000 달러 정부 보조금을 지원한다고 한다.

이같은 연방 목표와는 달리 온주 정부와 집권당인 보수당은 주 정부 차원의 전기차 보조금 제도를 철폐했고 주 관할 지역에 보급하려던 충전설비에 대한 투자를 철회했다. 지난해 6월 총선 직전에 포드 정부는 온주 주요 고속도로 주변을 따라 전기차 충전소 인프라 구축에 9,100만 달러를 투입할 것이라고 발표해서 앞선 투자 철회 방침이 흔들리는 것 아니냐는 관측도 돌았다. 총선 표심 잡기 전략으로 내세운 충전소 인프라 구축 예산 투입과 더불어 오는 2030년까지 역대 40만 대 전기차 보급도 함께 발표한 바 있다.

한편으로는 전기차 구매자에 대한 정부 보조금 지원을 철폐하면서 또 한편으로는 40만대 전기차 보급을 외치는 포드 정부의 모순된 정책에 대한 비판이 당연히 일었다. 비판이 제기될 만한 것이 연방 통계청 자료를 보면 수급이 간다. 작년 상반기 동안에 새차 구입으로 국내에 등록된 차량 중 전기차는 14대 중 1대였다. 포드 수상이 보조금 지원 중단을 선언하고 나자 이후의 평균치는 20대 중 1대 꼴로 떨어졌다. 주 정부는 입장을 바꿀 생각이 없다고 분명히 밝히고 있다. 보조금 부활도 없을 것이고 향후 신규 주택 건설에 전기차 충전기 설비를 의무화하지 않을 것이라고 한다.

온주 정부로부터 지원책이 거의 사라진 것과 대조적으로 지자체들은 자체 예산으로 연방의 전기차 보급 활성화 정책에 부응하려는 적극적 모습을 보이고 있다. 다음은 작년 10월 민간 조사기관과 컨설팅 회사 등 몇군데가 합동으로 수행한 연구 자료를 정리한 내용이다.

- 연방과 주 정부가 전기차 보급 의무화를 주창하기에 앞서서 구입을 유도하기 위한 인센티브와 충전시설 확충에 무게를 실어야 할 것이라는 것이 대다수 국민들의 생각이다. 차량 구입 주민들과 가장 직접적인 접촉을 하는 지자체 또한 전기차 구입 촉진에 다양한 수단과 정책을 발휘해야 한다.

- 필지구의 전체 대기오염의 35%는 차량 배기가스에서 기인한 것이다. 대기 정화를 위해 지자체가 발휘할 수 있는 다양한 정책 중 가장 강력하고 효과적인 것은 전기차 보급 활성화 정책이다. 칼레돈, 브램튼, 미시사가, 필지구, 크레딧밸리 컨서베이션, 토론토 등 일부 지자체와 공공단체가 결성한 Peel's Climate Change Partnership (PCCP)가 밝힌 배기가스제로 정책을 보면 향후 5년에 걸쳐 필 지역 개인용, 상용 자동차의 전기차로의 교체가 핵심 중 하나다.

- 필 지구의 6대 최우선 정책 과제에 전기차 보급 가속화가 들어 있다. 그만큼 동 지역 대기 청정화에 대한 의지가 크다는 것을 알 수 있다. 참고적으로 30년이 다 된 전기통신망 교체도 들어 있다. 전기차, 고속 인터넷, 스마트폰 등 환경에 무해하고 작고 편하고 똑똑한 기기에 의존하는 미래의 삶이 앞당겨지기를 염원하는 청사진에서 이 지자체 정책 입안자들의 의지가 충분히 읽힌다. 일개 지자체가 신세대를 호소하는 스마트한 정책을 내놓고 있는 마당에 주정부와 정치권은 뒤떨어져 있어 보인다.

전기차 관련 기술 혁신과 충전 인프라는 매우 빠르게 구축되는 추세다. 전기차에 대한 정부의 인센티브 지원은 소비자들이 전기차를 구매하겠다는 결심에 결정적 영향력을 발휘한다. 그럼에도 불구하고 전기차 보급을 저해하는 요인의 하나는 '비용'(cost)이다. 필 지구가 수행한 여론조사에서 방해요인으로 들고 있는 가장 많은 응답이 '비싼 가격'이었다. 향후 5년 내 전기차를 구입하겠다는 희망을 밝힌 응답자가 22%나 되는데 그 실현을 가로막는 최대의 장애요인이 가격(비용)이라는 사실은 의미하는 바가 크다. 그 다음으로 지적된 것이 충전시설(charger) 부족, 그리고 테크놀로지에 대한 이해부족 등이 뒤를 이었다. 그런데 전기차의 높은 가격에만 너무 신경을 집중하면 장기적인 혜택에 대해 무지해질 수 있다. 2020년에 나온 한 연구 자료에 의하면 기존의 휘발유 구입 비용과 배터리 비용을 상호 비교 시 60% 정도를 줄일 수 있다고 한다. 그런데 향후 유류가 인상과 기술 개선에 따른 배터리 비용 하락까지 감안하면 연료비 절약은 이보다 더 커질 것이 분명하다.

칼레돈과 미시사가는 지자체 차원에서 전기차 구입 주민에 대한 지원 정책이 아직까지는 없다. 기댈 곳은 연방뿐이다. 하지만 지자체가 강구할 수 있는 수단은 돈 지원 말고도 있다. 몬트리올을 예로 들어보자. 시내 주차 시 전기차는 주차료를 감액해주는 정책을 입안하고 있다.

일부 지자체들은 적극적인 전기차 인프라 구축을 망설이는 주된 이유로 수요에 대한 불확실성을 들고 있다. 하지만 인프라의 부족이야말로 전기차 구입을 주저하는 주된 요인의 하나라는 사실을 망각한 생각이다. 한 전문가는 이런 논리는 답이 먼지냐 계란이 먼지냐와 같은 문제제기에 지나지 않는다고 지적한다.

필지구 조사에 의하면 주민의 2/3가 지자체 공공 시설에 공용 충전설비를 마련하는 것을 원한다고 한다. 공용 충전설비가 어디에 있는지 주민에게 충분히 홍보하고 또 설비 작동이 일관성있게 잘 수행된다면 전기차 구매 욕구가 크게 오를 것이라는 것이 전문가들의 공통된 전망이다. 물론 가정이나 직장에도 있을 필요가 있다. 하지만 주행 중에 예상치 못하게 충전을 해야하는 상황은 비밀비재하게 벌어질 것이다. 온주 보수당의 공약에 의하면 400번 고속도로 주변에 일차적으로 충전 인프라 설비를 확충한다는 것인데 지자체 또한 관할 지역 내 요긴한 장소에 구축을 해야 할 것이다.

보수당이 작년 총선 수개월 앞선 3월에 발표한 내용을 좀 더 들여다보자. 고속도로 주변에 충전시설을 마련하는데 9,100만 달러를 투입한다고 했다. 장거리 여행객의 충전에 대한 불안감을 잠재우면 전기차 구입 결심을 더 용이하게 할 수 있을 것이라는 예측하에 제시한 투자 공약이었다.

또다른 공약으로 외곽연결추진기금(Rural Connectivity Fund)이라는 것이 있었다. 재정 형편이 좋지 않은 군소 지자체에 예산을 지원해 공용 충전설비를 확충한다는 취지다. 충전에 대한 불안감없이 오지에도 여행객이 마음놓고 다니게 해서 지자체 활성화에도 도움을 줄 수 있다는 발상이다.

온주는 6월 총선이 끝났고 보수당 재집권 성공 후, 공약에 대해 아직까지 침묵하고 있다. 보수당은 주택난 해소를 위한다고 개발업자가 크게 반길 주택 정책을 내놓고 있다. 2031년까지 신규 주택 150만채를 공급한다는데 이에 걸맞는 차량 정책이 부재하다. 온주 정부 여당은 충전 인프라



▲ 온주 정부는 9,100만 달러를 투자해 역내 주요 고속도로 휴게소에 공용 EV 충전시설을 구축할 계획이다.

구축을 어떻게 어디에다가 할 것인지에 대한 자세한 세부 계획을 발표해야 할 것이다.

2022년 3월 기준, 온타리오주에 깔려 있는 공용(共用)충전소는 1,800군데이며 충전 포트는 총 5,000 개를 약간 넘는다. 이 중 공용 카풀 주차장에 32개의 무료 충전설비가 있는데 레벨 2 충전 설비로 한시간 충전해서 약 50킬로미터를 주행할 수 있다고 한다. 레벨 1은 6.5킬로미터 주행한다.

이 수준은 소비자들이 마음놓고 전기차를 구입하고 마음편히 운전을 할 수준에 도달하기에는 역부족이다. 네덜란드의 실정과 비교하면 확연히 감이 올 것이다. 이 나라는 2021년 말 기준으로 이미 전국적으로 9만개의 공용 충전 포트가 갖추어져 있다. 연방 차원에서 캐나다는 네덜란드는 물론이고 독일과 중국보다도 뒤쳐져 있다. 이들 나라는 전기차 충전설비 인프라 구축에 상당한 투자를 해왔다.

미국과 캐나다는 영토가 크다는 중국보다도 더 큰 나라들이다. 따라서 전국망을 잘 갖춰야 하는 것은 매우 중요한 과제다. 네덜란드같은 작은 영토의 나라와 비교할 수 없는 장거리 여행을 수시로 해야 하는 나라들이다. 고속도로를 주행하며 충전에 대한 문제를 항상 의식하지 않을 수 없는 여건이라는 말이다. 400 킬로미터를 달려야 하는 운전자를 상상해보자. 편안한 마음으로 장거리 운전을 할 수 있을까. 그래서 전기차 구입이 망설여지는 것이다. 당장 전국망을 완벽하게 깔려면 시간을 요하며 투자액도 부담이 되는 상황이다. 따라서 각 지자체의 중요성이 부각된다.

필 지구는 이미 공공건물이나 장소에 충전 인프라 구축에 들어갔다. 앞에 소개한 PCCP 협력 기관과 단체는 이미 129개의 공용 충전설비를 구축했다. 2019년부터 준비해서 기금을 마련했는데 약 120만 달러가 지원됐다. 고속 충전이 가능한 레벨 3충전기를 포함해 192개 구축을 목표로 시작된 프로젝트였다. 레벨3의 성능은 한시간 충전으로 약 250킬로미터를 주행할 수 있다고 한다. 필지구의 실정을 다른 지자체와 비교해보자. 오타와는 현재 레벨 2 충전설비 52개를 구비하고 있다. 고속 충전(레벨 3)은 2개가 있다. 몬트리올은 고속을 포함해 약 1천개가 설치돼있다.

현재 신규 건물에 전기차 충전설비를 구축하는 것은 비용이 덜 먹힌다. 기존 건축물에 설치하는 것과 비교할 때 상대적으로 그렇다는 말이다. 맨쿠버가 이 고민을 극명하게 드러내고 있다. 기존 건물에 설치하기 위한 비용은 한 단위 당 약 5만~10만 달러가 소요된다. 이 비용은 충전기 자체 비

용보다 더 많은 돈을 요구한다. 새로 짓고 있는 건물에 설치하는 경우라면 들지 않아도 되는 비용이다. 바로 이때문에 신규 건설에 전기차 충전 설비를 서둘러 포함시켜야 하는 경제적 유리함이 있다. 밴쿠버는 지난 2018년부터 신규 건축물에 전기차 충전설비를 포함시켜왔다. 이와 병행해 꼭 필요한 지역은 기존 건물에도 설치를 병행 추진했다. 지자체 차원에서 매칭펀드 형식으로 건설 주체들에게 예산을 지원했다. 앞으로 모든 지자체가 신규 건물 전기차 충전설비 의무화를 도입하고 예산을 공익적 차원에서 보조해줘야 하는 것은 배기가스 제로를 만들겠다는 국가적 차원의 목표 달성에 요긴한 정책이다. 필지구의 정책안에 따르면 전기차 충전량의 70~80%가 가정과 직장 설치로 달성된다는 것인데 자체 비용으로 충당하기 벅차다는 것이 문제다.

온주 정부로 이야기를 다시 돌려 캐쓰린 윈 수상의 자유당 정권 시절에 개정된 건축법에 따르면 신규 주택 건설 시 200암페어 패넬 설치 의무화됐다. 이는 향후 전기차 충전설비가 추가될 경우 작업이 간단하고 비용이 절감될 수 있도록 배려한 정책이었다. 정권이 보수당으로 넘어오며 이 조항이 제거됐다. 주택 구매자에게 높은 비용이 전가되는 부담을 덜어주는 취지에서였다. 그러나 이때문에 결국 적합한 가정용 충전설비를 추후에 설치하려면 더 많은 비용을 떠안아야 하는 불합리가 발생하게 된 것이다. 필지구는 건축법의 이 조항을 되살리자는 입장이다. 지구 산하 지자체들은 또 주차 관련 조례도 개정해서 신규개발 시 전기차 충전설비 구축을 용이하게 하려는 정책도 추진 중이다. 개발업체가 규모가 큰 주차장을 포함하는 상용 건물 신축 시, 특정 갯수의 전기차 충전소 설치를 의무화하려는 조치다.

유사한 움직임이 캐나다 전역의 12개 지자체에서 벌어지고 있는데 토론토의 경우 지난해 3월에 주거용 신규건축 시 전기차 충전설비가 무조건 주차장에 설치될 수 있도록 한다는 내용의 시 조례를 이미 통과시켰다. 또한 비주거용 건물 신축 시 주차 공간의 25%는 무조건 충전설비가 차지하도록 한다는 내용도 담고 있다.

자료에 의하면 필지구에서 배출되는 대기오염물의 35%가 차량에서 비롯된다. 전체 대기오염 발생원의 2위를 차지하는데 1위는 건물에서 배출되는 오염가스였다. 여기서 차량은 개인 승용차는 물론 공공 교통수단인 버스 등 모든 차량을 의미한다.

미시사와 브램튼 두 도시는 이미 대중교통의 전기차량화에 착수했다. 2022년 초에 미시사는 대중교통 MiWay가 더이상 디젤 버스를 구입하지 않을 것이라고 발표했다. 이 정책을 추진하기 위해 미시사가 시 당국은 연방과 주정부로부터 5억달러 지원을 확보했다. 이 지원금은 3가지 사업에 사용될 것인데 그 중 하나가 하이브리드형 전기버스 314대를 구입하는 것이고 또 하나는 기존의 디젤 버스 44대를 교체하는 비용이다. 공용 충전설비 설치 장소 선정을 위한 연구 작업도 진행 중이다. 예산의 효율적 집행을 위한 기초 연구다.

이에 비해 이웃 브램튼은 상대적으로 뒤쳐져 있다. 여전히 대부분의 공공 교통수단이 디젤에 기반하고 있는데 전기차 관련 인프라 구축에 눈을 늦게 뜬 탓이다. 연방 지원을 받아 전기차 수용책을 위한 기초 조사에 착수했다고 한다. 오타와는 오는 2027년까지 전기 버스 450대를 확보한다는 계획을 수립했다. 그리고 2036년에는 시의 모든 버스를 전기차로 한다



2021년에 선보인 미시사의 하이브리드형 EV 버스.



2022년에 설치된 필지구의 한 공용 충전시설.

고 한다. 이 목표는 지난 2021년 6월 시 의회에서 가결된 안이었다. 미래의 오타와 공공 교통수단은 배기가스 제로화 한다는 원대한 구상에서 나온 결정이었다. 우버, 리프트(Lyft), 택시를 대중들이 더 자주 이용하는 시대가 됐다. 배기가스 감소를 위해 이들 수단들도 전기차로 전환해야 한다. 현재 우버는 이용객이 원한다면 전기차 혹은 하이브리드를 선택할 수 있도록 시스템이 구축돼가고 있다. 대신 비용이 좀 더 높다는 것이 흠이다.

연구기관들은 법제화를 통해 차량공유(ridesharing) 교통수단들은 오는 2030년까지 모두 전기차로 교체돼야 한다고 권고하고 있다. 차량공유 회사들은 법 개정하에서 전기차로의 전환을 더 빠르게 추진할 수 있을 것이다.

캘거리가 이 분야에서는 선도적이다. 2021년에 주차관련 법령 개정으로 공유차량이 전기차일 경우 주차비를 50% 감액해주도록 했다. 필지구의 포괄 계획안에는 이 대목이 부각되지 않고 있어 아쉽다. 대중교통의 핵심 수단인 버스 이외의 교통수단들에도 전기차로의 전환을 독려할 수 있는 법적, 제도적 보완이 있어야 할 것이다.

결론에 이르렀다. 배기가스 없는 세상을 앞당기고 수립된 미래의 목표를 원만하게 혹은 더 앞당겨 달성하려면 연방, 주정부, 그리고 지자체 등 각급 정부가 공약 이행의 강력한 의지를 보여야 하며 이를 뒷받침할 과감한 예산 지원이 따라야 한다. ■

프리토레이, 전국민 축구사랑 후원

벽화 예술 통해 축구와 기업 이미지 홍보



토론토 22 Queen Street West에 전시된 벽화

캐팅 차원에서 프리토레이는 다중에게 쉽게 노출될 수 있는 벽화 전시에 착안했고 토론토와 밴쿠버 두 곳을 연고지로 한 유명 벽화 예술가 두 사람을 선정해 그림을 의뢰하기에 이른 것이다.

토론토에 전시된 벽화는 온타리오를 중심으로 활동하는 Adrian Hayles라는 작가, 그리고 밴쿠버쪽 벽화는 Carson Ting이라는 작가가 맡았다.

일명 'The Made for The Moment' 캠페인으로 명명된 이 사업에 대해 프리토레이 캐나다 수석 마케팅 총책 제스 스폴딩씨는 "캐나다 국민의 축구 사랑 분위기를 지속적으로 이어가기 위해 국내에서 가장 활기찬 두 도시를 선정했고 유명한 전문 벽화 예술가에 의뢰하게 됐다."고 말했다. ■

프리토레이 캐나다(Frito Lay Canada)가 캐나다 국민들의 축구에 대한 애정이 급상승하는 분위기를 지속적으로 고조시킨다는 취지에서 축구를 상징하는 벽화 제작을 후원했다.

지난 12월 초 이야기다. 축구는 솔직히 말해 캐나다에서 그다지 인기를 누리는 스포츠는 아니다. 유럽이나 남미와 비교할 때 상대적으로 그렇다는 말이다. 아마도 프로 스포츠가 워낙 득세를 하다보니 압도된 탓도 있을 것이다.

그러나 이번 카타르 월드컵 본선에 진출해 수십년만의 염원을 이룬 것이 계기가 됐고 4년 뒤 북미주 공동(미국, 캐나다, 멕시코) 월드컵 주최국이라는 영예도 얻는 등 캐나다 축구 열기가 더욱 뜨거워질 전망이다.

이같은 배경하에서 기업 이미지 제고마



밴쿠버 655 Smit Street에 전시된 벽화



■ KBA 협동조합

169 The West Mall, Etobicoke(사무실) (416) 789-7544
169-175 The West Mall, Etobicoke(매장)
------(416) 867-1444

■ 복권관련

AGCO (복권 판매 라이선스 관련) ----- (416) 326-8700
1(800) 522-2876
OLG ----- 1(800) 387-0104

■ 음료

Coca Cola Bottling Company -----1(800) 241-2653
Pepsi Bottling Corp. ----- (905) 568-7909
1(800) 387-8400

■ 우유

SAPUTO(Neilson Dairy) -----1(800) 663-4724

■ 스낵

Frito Lay Canada ----- (905) 460-2414
South Cove ----- (905) 829-3666
Conagra Brands Canada ----- (416) 679-4200

■ 샌드위치

Classic group of companies ----- (905) 470-1926
A Biz Gourmet(Shirley 부사장) ----- (416) 665-1052

■ Meat Jerky

Great Canadian Meat ----- (905) 666-9395
Conagra ----- 1(888) 639-7868

■ 초코렛 / 캔디

Nestle Chocolate ----- 1(800) 500-5634
Mars Canada Inc ----- 1(800) 565-0147
Hershey Canada Inc. -----1(800) 268-1304
Mondelez(Cadbury/Christie) ----- 1(855) 535-5648
Wrigley Canada ----- (416) 442-3298

■ 담배

임페리얼 -----1-(800) 818-2771
JTI -----1-(800) 363-0490
RBH -----1-(855) 333-5001

■ 잡지

TNG -----1(800) 201-8127

■ 광고 미디어 전문 대행 회사

Adapt Media ----- (416) 856-4466

■ 법률관련

변호사 이영동 ----- (905) 272-4339
아담유 합동 법률그룹 ----- (416) 739-8887

■ 금융 / 회계 / 재정 / 보험

Bank of Canada(위조지폐) -----1(888) 513-8212
신한은행 ----- (416) 250-3550
외환은행 ----- (416) 222-5200
이방록 회계사 ----- (416) 221-2009
보험중개인(박효진) ----- (416) 985-5287
CIBC모기지(현광환) ----- (416) 888-0404

■ 언론사

한국일보 ----- (416) 787-1111
중앙일보 ----- (416) 736-0736
Globe and Mail ----- 1(800) 387-5400
National Post ----- (416) 383-2500
Toronto Star ----- (416) 367-4500
Toronto Sun -----1(800) 668-0786

■ 장비 설치 수리

Cool Air Cleaning ----- (416) 224-0020
Hi Cool Tech ----- (416) 909-7114

■ ATM / Debit

Moneris Solutions -----1(877) 789-5335
1Solutions ----- 1(888) 554-7355

■ PREPAID CARD

Atlantic Prepaid ----- 1(888) 479-7779
Now Prepaid -----1(800) 253-2111

■ 기타

Kocom ----- (416) 769-3532
DSC Digital System ----- (416) 255-6549
David Health International ----- (647) 726-1010
Butterfly Fashion ----- (416) 785-5999
원도매상 ----- (416) 661-6664
David Whole Sale ----- (416) 419-3751
Yeno Trading ----- (647) 967-6561
용역 회사 Tyson Lee ----- (647) 545-0922

■ 인벤토리

HY인벤토리(차대레) ----- (416) 892-5566

CANADA'S LARGEST

convenience, gas and car wash industry event

100+
exhibitors

5000+
attendees

THE CONVENIENCE U CARWACS SHOW™

BROUGHT TO YOU BY

ConvenienceStore NEWS OCTANE



DISCOVER



CONNECT



GROW

TORONTO

2023년 3월 7일 - 8일

The International Centre

6900 Airport Rd. Mississauga

**SCAN
QR CODE**

토론토 Convenience U Carwacs Show 여기에서 등록하세요!
본 이벤트는 19세 이상 회원님만 참여 가능합니다.
트레이드쇼 참석등록은 온라인으로 진행하실 수 있습니다.
OKBA 회원은 **프로모션 코드**를 통해 **무료 입장**을 하실 수 있습니다.



OKBA 회원
무료 입장 등록 코드

OKBA



ConvenienceU.ca | CARWACS.com