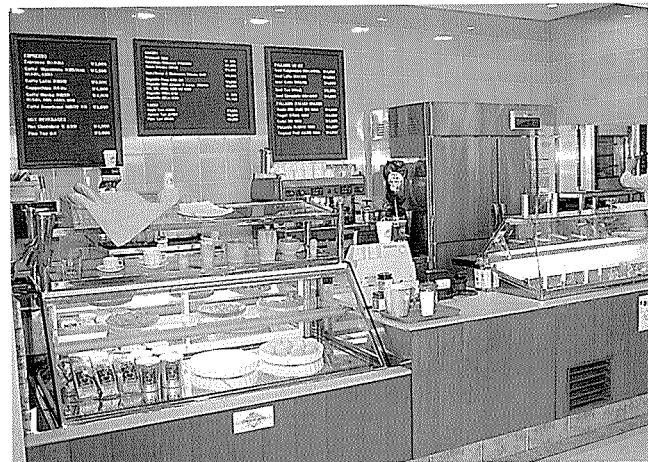
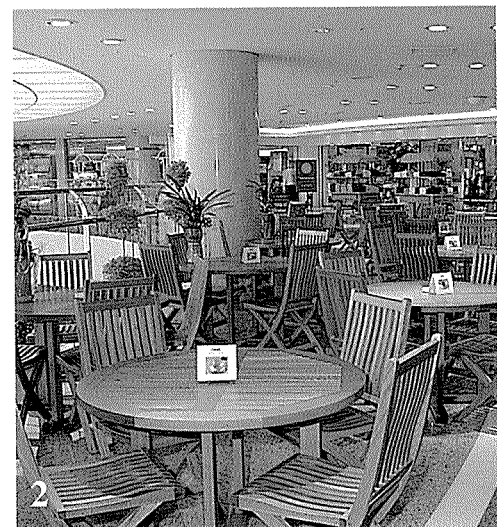


멀티숍 '팔라디오' 가맹 1호점

커피 주축, 빵 아이스크림 결합



1. 팔라디오는 객단가를 높이기 위해 커피를 주축으로 빵, 타르트, 아이스크림, 셰이크 등으로 메뉴를 구성했다.
2. 일반 커피전문점의 단점인 낮은 테이블 회전율을 최대한 높이는 것이 멀티숍 팔라디오가 추구하는 전략이다.



식품 및 기계수입 업체인 (주)진현 (대표 이림)이 멀티숍 '팔라디오'의 체인사업에 나선 이후 첫 결실을 맺었다. 지난 11월 1일 삼성플라자 분당점에 가맹 1호점을 개설한 것.

멀티숍은 커피숍의 변형된 형태로서 객단가를 최대한 높이기 위해 커피 외에도 빵, 타르트, 아이스크림 등을 결합한 것을 말한다. 진현은 3년전부터 새로운 점포 컨셉을 개발하기 위해 노력해 왔다. 특히 96

년에는 서울 강남구 신사동에 100평 규모의 팔라디오 테스트 점포를 개설하고 이곳에서 메뉴를 보완하고 소비자 반응을 체크했다.

이런 과정을 통해 확정된 메뉴군은 크게 커피, 빵·타르트, 아이스크림·리피에노 등 세가지. 커피는 이탈리아 '오뜨리나' 제품이고 빵은 프랑스 유명 냉동생지 제조 업체인 '쿠프 드 빠떼' 사에서 들여왔다. 빵 제품은 크로와상, 롤, 바게트 피자, 치즈 바게트, 바게트 등 5가지인데 프랑스에서 냉동생지 상태로 수입해 즉석에서 구워 판매하고 있다. 특히 이 냉동생지는 발효 후 냉동생지이기 때문에 제조시간이 짧은 것이 특징이라는 설명이다.

아이스크림은 이탈리아 '무카앤 무카(Mucca&Mucca)' 사에서 들여왔으며 리피에노(복숭아, 파인애플, 오렌지 등 과일의 속을 파낸 뒤 셔벗을 증진한 것)는 역시 이탈리아 빈디(Bindi)사 제품이다.

진현 이림 대표는 "일반적으로 커피숍이 만남의 장소로 인식돼 테이블 회전율이 낮은 데 비해 멀티숍은 규모가 작으면서도 테이블 회전율이 높은 것이 특징"이라고 말했다. 즉 엄선된 제품으로 메뉴를 최적화함으로써 만남의 장소가 아닌 음식을 즐기는 장소로 만든다는 것이 멀티숍의 핵심인 셈이다.

팔라디오 1호점은 삼성플라자로부터 주방 공간인 3.7평만 임대했다. 테이블 공간은 백화점측에서 무상 제공했다. 점포가 다소 사각지대에 위치해 있기 때문이다. 그렇지만 개업일에 2,000명 가량이 이곳을 찾은 것으로 알려졌다. 하루 평균 매출 150만원을 목표로 하고 있다는 설명이다.

팔라디오 가맹 2호점은 이달 말경 강남구 대치동에 40평 규모로 오픈할 예정이고 3호점은 내년 3월 광진구 구의동에 세워지는 테크노마트에 입점할 예정이다. 이 대표는 "멀티숍이 국내에서는 처음 선보이는 점포이기 때문에 점포 컨셉을 가맹점주에게 충분히 이해시키는 데 주력할 것"이라고 말했다.

한편 미국의 유명 커피전문점 체인 브랜드인 스타벅스, 오봉빵 등도 팔라디오처럼 멀티숍 형태로 운영되고 있는데, 이들 업체들의 국내 상륙이 임박한 것으로 알려져 관심을 모으고 있다.

독일빵집 직영점 '브로첸' 1호점

유럽빵 주력, 80% 이상 즉석 제조

지난 11월 8일 독일빵집에서 개발한 새로운 브랜드인 '브로첸' 1호점이 수원역 앞에 문을 열었다.

독일빵집 직영점을 새롭게 단장해 선을 보인 브로첸 1호점은 약 40평 규모(매장 30평, 공장 10평)로서 즉석 제조시설을 갖추고 일부 케이크류, 선물류를 제외한 전 제품을 현장에서 제조, 판매할 예정이다. 제품수는 약 80가지. 이중 주력상품은 바게트, 브리오슈 등 유럽빵이고 하루 평균 300만원의 매출을 목표로 하고 있다고 이 회사 관계자는 밝혔다.

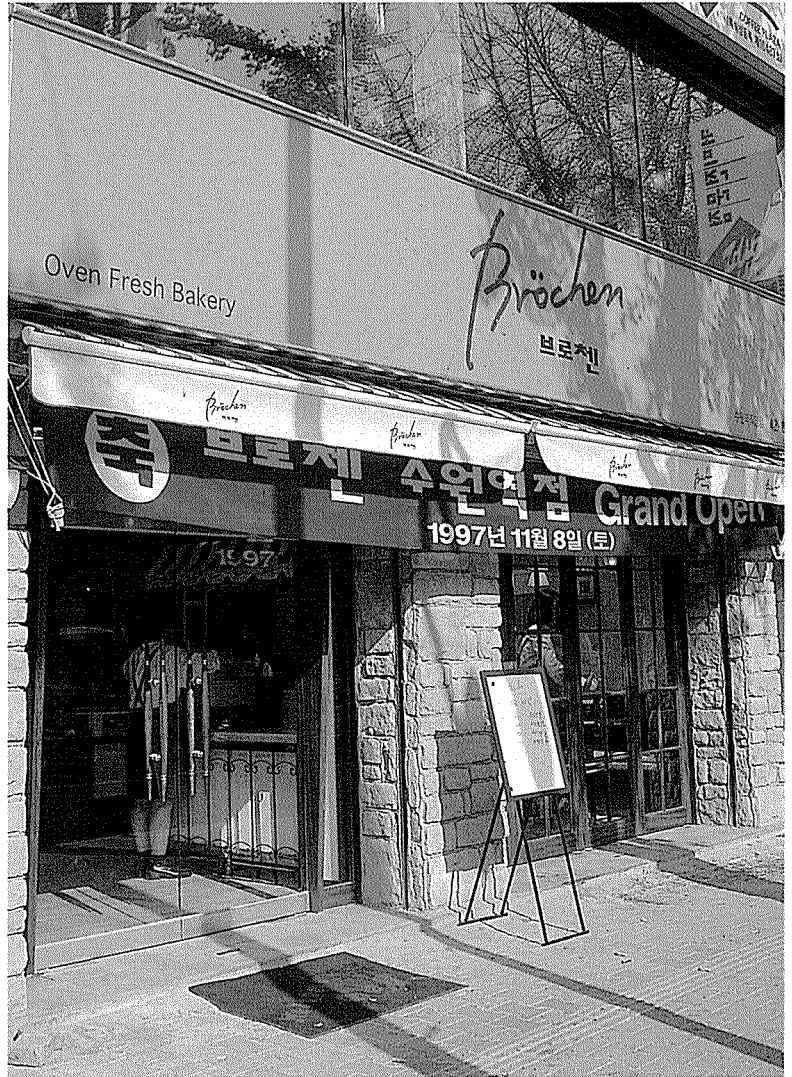
브로첸은 인스투어 베이커리 및 독립 점포의 형태를 병행해 직영으로 운영되고 또 다른 브랜드로서 새롭게 개발한 '저먼 베이커리'는 가맹사업 브랜드로 활용될 예정이다.

독일빵집은 일반적으로 타회사 직영점의 즉석 제조율이 3~40%에 불과하지만 브로첸의 경우 이를 80% 이상으로 높여 맛의 차별화를 꾀했다는 설명이다.

브로첸 1호점의 매장 분위기는 전반적으로 크라운베이커리 매장과 유사한 점이 많다. 벽돌 모양으로 매장 외부 벽면을 처리한 것이나 크라운베이커리의 주종 칼라인 분홍색과 유사한 갈색으로 매장을 장식한 점이 그렇다. 이는 크라운베이커리의 인테리어팀이 브로첸 매장을 설계했기 때문이다.

한편 독일빵집은 이달 28일경 마산 대우백화점에 1호점과 비슷한 규모로 2호점을 개설할 예정이다. 이밖에 내년에는 서울 1~2곳, 부산 2곳, 대구 2~3곳 등 5~7곳에 브로첸 분점을 오픈할 계획이다. [이]

<글 / 손인수>



1. 브로첸의 전체적인 이미지는 주종 칼라와 내부 장식면에서 크라운 베이커리 점포와 유사함을 느끼게 한다.

2. 브로첸은 바게트, 브리오슈 등 유럽빵을 주력으로 해 80가지의 제품을 갖추고 있고 전제품의 80% 이상을 즉석에서 제조, 판매한다.

