

# 프랑스의 호텔 및 식당등급 제도 및 평가서 비교 연구

- 정부 주도 등급제도, Michelin의 「Guide rouge」<sup>1)</sup>,  
Gault-Millau의 「Guide France」<sup>2)</sup> 를 중심으로 -

김 동승\*, 이 상정\*\*

## 〈目次〉

|                                  |                          |
|----------------------------------|--------------------------|
| I. 서론                            | IV-1. 미슐랭                |
| II. 프랑스 정부 관리하의 호텔 및<br>식당 등급 제도 | IV-2. 고-미요               |
| II-1. 관광 식당                      | V. 레드 가이드와 가이드 프랑스 비교 분석 |
| II-2. 호텔                         | V-1. 레드 가이드              |
| III. 미슐랭사와 고-미요사의 역사             | V-2. 가이드 프랑스             |
| III-1. 미슐랭사와 레드 가이드              | VI. 결론                   |
| III-2. 고-미요사와 가이드 프랑스            | 참고 문헌                    |
| IV. 두 회사의 주력사업 분야 : 출판업          | Abstract                 |
|                                  | 참고                       |

## I. 서론

본 소고에서는 프랑스 호텔 및 요식업소 등급에 관한 전반적인 이해를 돕기위해 우선 프랑스 정부가 정하는 등급제도의 현황을 살펴 보고자 한다. 프랑스의 호텔 및 요식업소 국가 지정 등급제도는, 관광 호텔과 관광 레지던스에 관해서는 1986년에, 관광 식당에 대해서는 1965년에 프랑스 관보에 발표된 후 현재까지 유효한 법령이다. 그러나 국가가 정한 관광 식당 등급의 경우 일반인들에게 잘

1) Guide rouge 가이드 루즈 : red guide의 의미로 표지를 붉은 색으로 만든데서 유래, 이하 레드 가이드로 표기.

2) Guide France 가이드 프랑스 : Guide France, 이하 가이드 프랑스로 표기.

\* 한국 식음료 경영학회 회장

\*\* 한국의국어대학교 불어과 강사

알려져 있지 않을 뿐 만아니라, 보다 많이 알려져 있고 읽히는 전문 가이드북들이 미치는 영향에 민감한 반응을 보이는 사업주들에게조차 약간 등한시되는 경향이 있으므로 전문가들의 연구를 통해 1965년 법령에 수정을 가하려고 준비 중이다. 프랑스의 호텔 및 요식업소의 등급 결정과 관련된 규정은 국가가 정한 법령을 따르지만, 프랑스가 지방자치 제도 하에 있으므로 각 도별로 도지사를 포함한 관광 위원회가 결성되어 등급을 정하고 시행한다. 등급은 도 내 모든 사업소를 대상으로 하지는 않으며, 희망하는 업체에 한해 위원회가 심사하고 결정한다. 본론에서는 주로 등급 결정기관의 주체, 절차, 등급 규정 등을 위주로 간략히 호텔 및 요식업소 등급제도에 대해 알아보도록 한다.

그리고 국가가 정한 등급보다도 더욱 위력을 발휘하고 있으며 - 특히 식당 부문에서 -, 인구에 회자하는 명성으로 이미 프랑스 뿐만 아니라 유럽, 기타 국가에서 신뢰도를 인정받고 있는 민간 기업인 미술랭사의 「기드 루즈Guide rouge」와 고-미요사의 「기드 프랑스Guide France」를 비교해 본다. 프랑스 국민 50명 중 한 명이 사서 보고 다섯 명 중 한 명이 사용하는 「기드 루즈Guide rouge」와, '새로운 시대, 새로운 요리Nouvelle cuisine'의 물결과 함께 다가온 「기드 프랑스Guide France」는 서로 같은 길을 걸으면서 공통점과 상이함을 동시에 지니고 있다는 점에서 주목할 만하다. 전자가 장기간에 걸쳐 고객들이 인정하고 보장하는 확실한 호텔 및 식당에 포커스를 맞추는 반면, 후자는 그들만이 새로이 발견하여 애정을 줄 수 있는 그런 업소에 관심을 기울인다. 「레드 가이드」가 오랜 역사 속에서 대다수의 프랑스인들이 인정하는 책이라면, 「가이드 프랑스」는 보다 젊은 층의 호응을 얻는 책이다.

프랑스에서 역사성, 공정한 평가, 정확성, 신뢰도 측면에서 가장 우수하다고 인정받는 두 민간업체인 미술랭사와 고-미요사의 가이드북인 「레드 가이드」와 「가이드 프랑스」를 비교 분석하여 소개함으로써 국내 식당 등급제도의 발전과 효율적인 운영에 도움이 되었으면 한다.

## II. 프랑스 정부 관리하의 호텔 및 식당 등급제도

### II.-1. 관광식당

#### i/ 정의

관광객을 대상으로 하는 '관광식당'은 최소한도의 안락 시설을 기본적으로 갖추고 이 시설을 완전하게 관리, 유지하는 사업체이며, 전문적인 능력과 정신력을 갖춘 전문인들에 의해 경영되어야 한다.

#### ii/ 절차

요식업주는 가입하고 있는 요식업 협회의 소견서를 첨부하여 도청에 등급희망 신청서를 제출한다.

도청의 경제부 조사관은 업소를 직접 방문조사한 뒤 보고서를 작성하여 제출한다. 이러한 서류는 관광식당 등급 결정권을 가진 도의 관광식당 등급 결정위원회로 넘어가 심사대상이 된다. 이 위원회는 다음과 같이 구성된다.

보고서를 작성한 관련 공무원  
 경제부 조사과 과장이나 대리인  
 지역 관광 사무국 대표  
 상공회의소 대표  
 관광 조합 대표  
 도 요식업협회 회장 (각 한 명씩)

도지사는 이들 위원들을 임명하고, 위원회를 주재하며, 이 위원회에서 결정된 등급을 관련 업소에 통고한다. 등급결정에 불만이 있는 사업자는 재심사를 요구할 수 있는데, 이 경우 도지사는 도위원회를 다시 열고, 도움이 된다고 생각하면 관련 사업자가 직접 위원회에 나와서 자신의 견해를 표명할 수 있다. 관광식당의 재등급 심사가 주기적으로 행해지므로 등급은 상향, 하향 조정될 수 있다. 어떤 관광식당이 더 이상 규정에 부합하지 않는다는 도위원회의 결정이 내려지면 충분히 등급이 하향 조정될 수 있고, 도지사는 이를 사업자에게 즉시 통고한다.

등급이 결정되면 관련 행정기관은 등급과 등급을 부여받은 해가 명시된 등급판을 배부하며, 관광 사무국원의 참여 하에 업소 정면에 부착한다.

### iii/ 등급

관광식당 등급은 5개 등급으로 나뉘며 별 모양으로 표시된다.

#### 1/ 별 하나 등급

규정에 맞는 양질의 간단한 요리를 제공하는 식당, 스낵 또는 셀프서비스 업체로 다음과 같은 조건을 만족시킬 경우 이 등급에 해당된다.

##### · 설비

- 적합한 조명, 난방, 환기
- 테이블 보와 냅킨을 매 사용 후 새것(형질 또는 종이)으로 대체(셀프서비스 제외)
- 조리기, 유리잔, 식기 등의 양호한 유지 및 철저한 관리 상태
- 수용 가능한 고객 수에 맞는 옷걸이 마련
- 화장실의 청결도, 최대 수용 고객 100명당 독립된 화장실(세면대, 소변기 포함) 마련

- 수건, 비누 비치
- 주방 : 요리용 화덕, 열 테이블, 설거지대(식기, 은제품 세척용 설거지대 혹은 기계 한 대, 냄비류용 한 대), 식당의 규모에 맞는 냉장고 및 냉 장실)

#### · 인원

- 주방 요원은 자격증 또는 이에 준하는 경험자임을 증명할 수 있는 전문인이어야 한다.
  - a) 주요 도시에 위치한 업소
    - 1/ 50인 이상 수용 : 주방장 1인, 자질을 갖춘 조리사 및 보조 조리인 약간 명.
    - 2/ 50인 이하 수용 : 주방장 1인, 조리사 1인 등.
  - b) 주요 도시 외곽에 위치한 업소 : 주방장 1인, 보조 요원 약간 명 ; 주방장은 자질이 증명된 조리사로 대체 가능.
  - c) 서비스 요원은 업소의 규모에 따라 배치하나, 의무적으로 지배인 1인 또는 동등의 자질을 갖춘 요원 배치(셀프서비스 제외).

#### · 음식

- 메뉴판 제시
- 최소한 세 가지 특별요리 제시
- 위 요리 중 최소한 한 가지씩 매일 제공
- 하나 내지 몇 개의 관광메뉴를 제시하고 매 끼니마다 다른 요리 준비
- 가격에 음료비용이 포함되지 않는다면 포도주 가격을 반드시 따로 표시
- 관광메뉴는 가능한 한 빠른 시간 내에 고객에게 제공
- 차액 지불조건 하에서 고객은 관광 세트 메뉴에 들어 있는 요리 중 한 가지를 다른 요리로 선택 가능

#### 2/ 별 둘 등급

별 하나 등급에 해당되는 모든 조건과 규정을 만족시키며 양질의 음식을 제공한다고 잘 알려진 사업체로 다음의 조건을 갖추어야 한다.

#### · 설비

- 일반 설비가 안락하게 갖추어짐
- 화장실에 적어도 다음 시설 설치 : 최대 수용 고객 100명당 냉온수 공급되는 세면대, 별도 화장실 1실, 두 대의 소변기를 마련

#### 3/ 별 셋 등급

별 둘 등급의 조건 및 규정을 충분히 만족시키면서 매우 좋은 요리로 유명한 업소이면서 다음 사항을 갖추어야 한다.

· 설비

- 일반 설비가 매우 안락하게 갖추어짐
- 매번 손님을 위해 형질 냅킨과 테이블 보를 새로 갈아야 함
- 고객이 쉽게 찾을 수 있는 곳에 식당의 규모에 맞는 옷 보관소 설치
- 화장실에 적어도 냉온수가 공급되는 두 대의 세면대, 남성, 여성 화장실 분리설치, 최대 수용고객 100명당 두 대의 소변기 설치
- 세면대 곁에 청결한 수건 비치(전기 건조기로 대체 가능)
- 자질을 갖춘 주방 요원과 서비스 요원을 수적으로 충분하게 배치

4/ 별 넷 등급

별 셋 등급의 모든 조건과 규정을 충족시키면서 고급 음식으로 정평난 업소로 다음 사항을 만족시켜야 한다.

· 설비

- 일반 설비가 특별하고 세심하게 마련되어야 함
- 다양한 특별 요리를 포함하는 큰 사이즈의 메뉴판 비치
- 각 테이블은 최소한 50cm 이상 떨어져 배치하여 충분한 공간 확보
- 흠잡을 데 없는 식기, 최소한 은도금한 스푼, 포크, 나이프 그리고 규정에 맞는 크리스탈 유리컵을 사용
- 최고의 자질을 갖춘 주방, 서비스 요원 채용

5/ 별 다섯 개 등급

별 네 개 등급의 조건과 규정을 모두 만족시키고 질적으로 상당한 수준의 요리와 화려한 시설로 세계에 알려진 업소여야 한다.

## II-2. 호텔

### i/ 정의

관광 호텔은 일, 주, 월 단위로 고객에게 숙박할 방이나 가구가 갖추어진 아파트를 제공하는 사업체로 식사도 제공할 수 있다(고객은 호텔을 법률상의 거주지로 정할 수는 없다). 호텔은 일년 내내 사업을 할 수도 있고, '계절 호텔'이라 하여 일년에 9개월을 넘지 않는 한도에서 한 두 계절 동안만 사

업을 할 수 있다.

관광 레지던스는 연중 무휴이거나 일정 계절에만 이용할 수 있는 일정한 규격의 방과 가구가 갖추어진 아파트를 소건물로 나뉘어 지은 사업체로, 일, 주, 월 단위로 빌릴 수 있는 곳이다(고객이 법률상의 거주지로 정할 수는 없다). 최소한의 설비와 공동 서비스가 제공되며, 어떠한 상황에서든지 단 한 사람이 관리 경영한다.

관광 호텔과 관광 레지던스는 능력이 있는 전문인이 시설관리를 철저히 하여 최상의 서비스를 제공한다. 호텔 및 관광 레지던스는 안락한 정도에 따라 등급이 결정되며 별 표시가 붙지 않는 저급 호텔을 제외하고 별 표시로 등급을 나타내며 업체 정면에 이 표시를 부착한다.

사업자들은 비록 기존의 등급을 박탈당한다고 해도, 등급에 필요한 조건을 갖추었는지를 확인하기 위한 국가가 권한을 인정한 관광, 소비, 부정관리 담당 공무원 그리고 타 행정부서 공무원의 방문을 받아들여야 한다.

## ii/ 절차

사업체가 속해 있는 도에 등급신청서를 제출한다. 위에서 언급한 공무원 중 한 사람이 방문서류를 작성하고 다른 관련 공무원에게 통고한다. 이들의 업체 방문 후에 작성된 보고서를 근거로 하여 관련 중앙정부 위원회의 명령에 의해 등급이 결정된다.

다음과 같은 경우에 관광부 장관이 인정한 예외가 있을 수 있다.

- 프랑스 본토를 벗어나 위치한 옛 식민지였던 해외 영토에 속하거나 시골에 위치한 업체, 혹은 계절 호텔
- 현행 규정이 효력을 발생하기 전에 건축된 호텔이나, 1984년 12월 31일 이전에 호텔 레지던스로 등급 재조정을 희망했던 관광 호텔-레지던스, 1983년 9월 14일 전에 건축허가를 받은 건물의 호텔이 중대한 기술적인 어려움에 처할수 있는 경우

관광호텔과 관광 레지던스 등급 관련 중앙정부 위원회는 다음과 같은 위원들로 구성되어 있다.

관광처 처장 또는 대리인(회장직)

관광처 직원(보고 담당자)

내무부 대표

재경원 대표(세금 관련부서)

재경원 대표(소비, 경쟁, 불법관련 부서)

해외 영토 업체의 서류검토를 위해 해외영토 담당 부처 대표

관광협회 전국 연합 대표 (이상 각 1명씩)

가장 대표할 만한 몇 개 호텔 협회의 대표 4명

레지던스 서류 검토를 위해 관광 레지던스 관리인 대표 2명

\* 보건부 장관 대리인(1명) - 위생, 환경관련 규정에 부적합 판정을 받은 업체의 사업자가 제출한 재심사 요구 서류를 조사할 경우

이 위원회의 의견은, 특히 처벌, 예외, 상급기관 재심사의 경우가 발생할 때, 관광부 장관의 모든 결정보다 우선한다. 업체와 관련된 전반적인 모든 질문에 답변을 해야할 의무가 있다.

### iii/ 등급 조정, 자격 박탈, 처벌

등급이 결정된 후에도 위생, 안전, 가격표시등을 위주로 도의 담당 행정원이 계속적으로 업소 단속을 한다. 이러한 단속에 투입되는 인원은 3 500으로 정해진 연간 활동 계획표에 따라서, 혹은 불만사항이 접수되었을 경우에 단속에 들어간다.

등급을 부여받은 호텔이나 레지던스 호텔은 등급에 해당하는 규정을 준수하며 영업을 계속하여야 한다. 그렇지 않은 경우, 중앙정부 위원은 도 관광위원회의 의견을 타진한 후 다음을 명령할 수 있다 :

- 적합한 등급으로 강등
- 가장 낮은 등급 규정에도 맞지 않을 경우 자격 박탈
- 업자의 긴급 요청이 있을 경우 조사가 시작될 수 있으며, 조사 결과에 따라 상위 등급으로 상향 조정하거나 강등 또는 자격을 박탈당할 수가 있다.

이러한 조정이 국가의 또 다른 규정과 관련된다면(특히 조세 문제) 중앙 정부 위원은 도 위원회의 의견서를 첨부하여 관련 모든 서류를 관광부에 제출한다.

건물과 시설의 관리 유지가 충분히 잘 이루어지지 않고있고, 직원들의 전문적인 능력과 정신력 그리고 서비스 등의 조건이 불충분하여 영업을 계속할 수 없다고 판단될 때는 처벌 대상이 된다.

사업자가 위에서 언급한 사항에 대해 이의가 있을 경우 모든 이의서는 중앙 정부 위원에 제출할 수 있다. 이 경우 중앙 정부위원회는 우선 도내의 전문협회와 도 관광위원회의 의견을 수렴한 후 다음을 통고할 수 있다 :

- 경고 또는 징계
- 불충분한 관리 유지로 인한 것이라면, 상태가 원상 복귀되어 만족할 만하다고 판단될 때까지 등급 강등이나 자격 박탈

- 직원들의 전문적 능력과 정신력 그리고 서비스의 부재, 또는 조사관들의 방문 거부로 인한 경우  
임시 자격 박탈(1-3개월)

업소가 재처벌 대상이 된다면 관광호텔, 관광 레지던스 등급 관련 중앙 정부위원회의 의견을 고려  
한 후 내무부는 영구적으로 자격박탈을 통고할 수 있다.

이러한 처벌이 사면대상이 될 때, 도 위원회나 중앙정부 위원회는 재조사 검토하고 관련 업자에게  
는 소명의 기회를 부여한다.

**iv/ 등급**

프랑스의 호텔 등급은 6등급으로 나뉘어진다. 다음 도표에서 등급과 그 조건을 살펴본다.

| 시 설<br>(P..., D...은 도표 하단에 관련 설명)                   | 등 급 |     |     |     |     |      |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|------|
|   | * 0 | * 1 | * 2 | * 3 | * 4 | *4L# |
| A. 침실 수(P1)<br>최소 5개(D1)<br>최소 7개(D1)<br>최소 10개(D2) | x   |     |     |     |     |      |
|   |     | x   | x   |     |     |      |
|   |     |     |     | x   | x   | x    |
| B. 공동 장소  |     |     |     |     |     |      |
| 1. 리셉션 홀  | x   |     |     |     |     |      |
| 리셉션 홀과 로비   |     |     |     |     |     |      |
| - 적어도 9㎡~최대 25㎡,<br>20㎡부터 침실 하나당 1㎡ 추가              |     | x   |     |     |     |      |
| - 적어도 20㎡~최대 40㎡,<br>20㎡부터 침실 하나당 1㎡ 추가             |     |     | x   |     |     |      |
| - 적어도 30㎡~최대 80㎡<br>120㎡<br>160㎡                    |     |     |     | x   |     |      |
| 20㎡부터 침실 하나당 1㎡ 추가                                  |     |     |     |     | x   |      |
| 2. 같은 층에 식당과 카페를 설치한 경우<br>호텔 입구를 분리 독립             | x   | x   | x   | x   | x   |      |
| 3. 다음 건물에서 승강기 의무화(D3)                              |     |     |     |     |     |      |
| 5층 이상   |     |     | x   |     |     |      |
| 4층 이상   |     |     |     | x   |     |      |
| 3층 이상   |     |     |     |     | x   |      |
| 2층 이상   |     |     |     |     | x   |      |
| 화물용 승강기 또는 두 번째 승강기(D4)                             |     |     |     |     |     | x    |
| 4. 난방(또는 냉방)  | x   | x   | x   | x   | x   | x    |

# 4L은 화려한 고급 호텔을 의미하며 결국 5등급을 의미함





|                              |   |   |      |     |   |   |
|------------------------------|---|---|------|-----|---|---|
| d) 수세식 변기 설치(P14) :          |   |   |      |     |   |   |
| - 적어도 전체 침실의 20%에(P10, P11)  |   | x |      |     |   |   |
| - 적어도 전체 침실의 40%에(P10, P11)  |   |   | x    |     |   |   |
| - 적어도 전체 침실의 80%에(P10, P11)  |   |   |      | x   |   |   |
| - 적어도 전체 침실의 90%에            |   |   |      |     | x |   |
| - 모든 침실에                     |   |   |      |     |   | x |
| e) 욕실 및 샤워실 설치 면적(m2)        |   |   | 1.75 | 2.5 | 3 | 4 |
| D14 C(D5, P 14)              |   |   |      |     |   |   |
| 15. 공동 화장실 :                 |   |   |      |     |   |   |
| a) 공동 욕실 또는 샤워실(P15, D7)     |   |   |      |     |   |   |
| - 욕실 및 샤워실을 갖추고 있지 않은 침실고    | x | x |      |     |   |   |
| 객 30명당 한 곳                   |   |   |      |     |   |   |
| - 욕실 및 샤워실을 갖추고 있지 않은 침실고    |   |   | x    | x   |   |   |
| 객 20명당 한 곳                   |   |   |      |     |   |   |
| b) 공동 화장실 : 최소한 한 개층에 한 곳씩,  | x | x | x    | x   | x | x |
| 침실에 화장실이 없는 고객 20명당 한 곳      |   |   |      |     |   |   |
| c) 지하층 또는 1, 2층에 남녀 분리 화장실과  |   |   |      | x   | x | x |
| 세면대 2대(D8)                   |   |   |      |     |   |   |
| 16. 침실내 전기 설비 : 기본적으로 1인당 침대 | x | x | x    | x   | x | x |
| 머리 조명, 최소한 15W/m2(P16)       |   |   |      |     |   |   |
| 17. 화장실과 욕실의 전기 설비 :         |   |   |      |     |   |   |
| 세면대용 1(75W)                  | x | x | x    | x   | x | x |
| 면도기용 콘센트                     | x | x | x    | x   | x | x |
| 18. 공동장소의 전기 설비 :            |   |   |      |     |   |   |
| 복도와 기타 공간 = 최소 5W/m2         | x | x | x    | x   | x | x |
| 공동 장소 = 최소 10W/m2            | x | x | x    | x   | x | x |
| E. 서비스                       |   |   |      |     |   |   |
| 19. 사원                       |   |   |      |     |   |   |
| 리셉션 또는 홀 담당 직원은 다음 언어 구사     |   |   |      |     |   |   |
| - 외국어 1                      |   |   | x    |     |   |   |
| - 영어와 외국어 1                  |   |   |      | x   | x | x |
| 20. 아침 식사(P 17)              | x | x | x    |     |   |   |
| 침실에 아침 서비스                   |   |   |      | x   | x | x |
| 21. 식당(P 18)                 |   |   |      |     | x | x |
| F. 장애인 접근 용이 시설              | x | x | x    | x   | x | x |

\* P, D에 관한 부가 설명은 마지막 쪽에서 참고.

## II. 미슐랭사와 고-미요사의 역사

### III-1. 미슐랭사와 「레드 가이드」

앙드레Andr (1853-1931)와 에두아르Edouard(1859-1941) 미슐랭 형제가 1889년 세운 타이어 회사인 미슐랭 사는 1900년부터 운전자들을 위해 식당, 호텔, 자동차 서비스 센터를 표시한 안내 소책자를 발간하기 시작했다. 이 당시의 책자는 명칭과 주소만이 수록된 일종의 주소록 수준이었으므로, 제시된 식당 및 호텔의 수준이 어느 정도인가는 전혀 가늠할 수가 없었다. 1926년도 판부터 별 표시 하나를 부여하여 가장 좋은 식당들을 여타 식당과 구분하고, 1931년부터 하나에서 세 개에 이르는 별 표시를 선정하여 본격적인 식당의 등급을 정하여 나가기 시작했다.

초기에는 회사의 서비스 차원에서 안내책자를 무료로 배포하였으나, 상당히 인기를 끌자 1920년 이래로 판매에 들어갔다. 여행자, 관광객, 전문가 혹은 기자들의 필요와 기대에 부응하기 위해 전문 출판부를 따로 두고, 여행을 하거나 여가시간을 유익하게 보내기 위한 도구로서 지도, 호텔, 식당 가이드 북, 관광 가이드 북 등 세 종류의 책자를 중점적으로 출판하고 있다. 미슐랭사의 연혁은 다음과 같다.

- 1900 「레드 가이드」 출간
- 1910 도로 지도 발간
- 1913 프랑스의 47개 지도 출간
- 1919 여행자 정보를 위한 여행 사무국 설립
- 1926 식당 등급 별표 탄생
  - 브르타뉴 지방 관광 안내 책자 출간
- 1938 위 관광 책자를 「기드 베르Guide vert,<sup>3)</sup> 로 명명
- 1987 프랑스 도로 책자 발간
- 1989 미니텔(정보 통신 단말기, 코드 : 36 15 Michelin)을 이용한 여행정보 제공
- 1992 전자책으로 「레드 가이드」 출간
- 1993 투렌느 지방 여행 정보 비디오 카세트 출시

### III-2. 고-미요사와 「가이드 프랑스」

후발 주자인 고-미요 사는 석간지 「파리-프레스Paris-Pressé」 편집부에서 근무하던 리포터 작가

3) Guide vert 기드 베르 : green guide의 의미로 표지를 녹색으로 만든 데서 유래, 이하 그린 가이드로 표기.

양리 고Henri Gault와 크리스티앙 미요Chirstian Millau가 1960년 동 신문에 식당에 대해 소개하는 'Week-end' 페이지를 담당한 것이 계기가 되어 그 이듬해 단행본 「기드 쥘리아르 드 파리Guide Julliard de Paris」를 출간하게 된다. 판매고가 100 000부를 기록하면서 이 책은 베스트 셀러 대열에 들게 된다. 「파리-프레스」지 폐간 이후 「프랑스-스와르France-Soir」지에서 두 사람은 자신들의 성을 딴 고-미요 코너에 식도락과 여가를 즐기는 방법을 계속 게재해 나갔다. 1969년 FNAC의 사장 막스 테레Max Theret의 전폭적인 지원 하에 「새로운 고-미요 가이드 북Le Nouveau Guide Gault-Millau」은 이전의 명성에 힘입어 선전비 한푼 안들이고 서점가에서 인기를 끌게 된다. 경제적으로 안정을 찾고 여유가 생겨 여행에서 인생의 즐거움을 찾으려는 1970년대의 평범한 프랑스인들에게, 이 가이드북은 적기에 나온 반가운 지침서가 되었다. 고-미요 사의 연혁은 다음과 같다.

- 1960 「파리 프레스」지에 식당 관련 고-미요 페이지 'Week-end' 신설
- 1961 「기드 쥘리아르 드 파리」 단행본 출판
- 1969 「새로운 고-미요 가이드 북」출판
- 고-미요 잡지Magazine Gault-Millau 출판
- 1989 고-미요 출판사 설립
- 1990 「조리 용어 사전Lexique universel de la cuisine」 편찬

## IV. 두 회사의 주력 사업 분야 : 출판업

### IV-1. 미술랭

위에서 언급했듯이 미술랭 사는 모회사의 주 업무가 타이어 생산 판매인 관계로, 이와 관련된 분야의 출판업무를 중시하고 있다는 것은 미루어 짐작할 수 있다.

현재 이 출판사는 자동차와 함께 할 수 있는 운전 서비스, 관광, 호텔, 식당과 관련하여 미술랭 사의 노우-하우know-how를 보여주는 300여종의 책자를 출판한다.

출판 분야의 첫 번째 주력 사업은 지도 출판으로 도시별, 국가별 지도 그리고 세계 지도 등 180여 종(92년)을 16개국 언어로 펴내고 있다. 전세계적으로 매분 35권의 미술랭 지도가 팔릴 정도이고, 1992년에는 천 사백만권의 지도를 출판하여 타이어 회사의 긍지를 드높이게 했다. 두 번째로는 「그린 가이드」 불리는 관광 관련 책자의 출판에 힘쓰는데, 72종의 「그린 가이드」가 7개국 언어로 출판되고 있고 총 삼백만부가 1992년에 판매되었다. 이를 위해 8개국에서 40여명 이상의 특파원들이 업무를 담당하고 있다. 마지막 주력 사업은 본 소고의 주관심사인 「레드 가이드」라는 이름으로 전 세계에

잘 알려진 호텔, 식당 관련 가이드북의 출판이다. 1992년 한 해동안 백 삼십만 권이라는 판매 부수를 기록했고, 프랑스판은 매년 600 000부,

이태리판은 300 000부가 판매되고 있으며, 판매 부수는 매년 상승세에 있다. 또한 정보 통신시대를 맞아 미니텔(정보 통신 단말기) 코드 36 15 Michelin을 통해 관광, 호텔, 식당, 운전, 타이어 관련 정보를 제공하고 있다. 그리고 상기 서적들의 정보를 담은 CD ROM과 비디오 카세트도 출판되었다.

매년 미술랭 사의 「레드 가이드」가 나올 즈음이면 기자들이나 식당 종사자들의 촉각이 곤두서고, 「레드 가이드」가 서점에 등장한 뒤에는 각 신문에 논평이 실리고 관련 업자들의 평가도 뒤따른다. 이만큼 「레드 가이드」가 불러일으키는 반향은 상당하다.

미술랭 사는 가끔씩 삽입되는 자사 선전 이외의 선전을 신지 않기로 유명하다.

타사나 관련 업체의 선전을 신지 않으므로 모 회사는 홀로 출판 업무를 위해 과감한 투자를 해야만 한다. 그 대신 등급 심사의 공정성과 투명성은 더욱 보장되기 때문에, 「레드 가이드」에 대한 프랑스인들의 신뢰도는 상당하다.

#### \* 주요 출판물

지도

프랑스 지방 상세 지도 : 40 종

프랑스 지방별 지도 : 17 종

「그린 가이드」

불어 : 26권

영어 : 13권

독어 : 14권

이태리어 : 7권

화란어 : 5권

스페인어 : 2권

일본어 : 5권

「레드 가이드」 : 12 종

## IV-2. 고-미요

고-미요 사는 미슐랭 사보다 훨씬 늦게 관광 관련 출판업에 뛰어들었으나 오직 식도락과 관광 두 분야에만 30년간 전력투구하여 그 전문성을 인정받았다. 미슐랭의 「레드 가이드」가 언어적인 어떠한 언급도 자제하는 반면, 「가이드 프랑스」는 유려한 문체로 각 식당에 대한 견해를 덧붙인다. 고-미요의 기자 정신과 글재주 그리고 상상력은 1965년전까지만 해도 제대로 정립되지 않았던 '식도락 비평'이라는 새로운 장을 열게 된다. 그리고 엄격한 식품 비교 평가를 처음 실시하여, 지면을 통해 소비자에게 정보를 제공하고 이들을 보호하는데 앞장섰으며, 제품의 질적 향상을 위해 생산자를 고무한다. 또한 프랑스 요리가 전통적인 측면에서뿐만 아니라 지역적 특성에 기반을 두고 시대의 요구에 부합하는 새로운 도전과 창조성에서 우위를 차지하기를 바라는 의미에서, 재능 있는 조리인을 발굴하고 그들을 재평가하는 작업을 통해, 조리직에 가치를 부여하고 조리인의 위상을 높이는데 기여한다. 다시 말하자면 1968년 이후 프랑스 문화현상과 밀접한 관계가 있는 새로운 음식의 유행인 새로운 요리(Nouvelle cuisine<sup>4)</sup>)와 몇몇 조리인들을 소개하면서 시작한 초기 고-미요의 특성이 지금까지 이어져 내려오고 있다고 볼 수 있다. 1986년 이래로 소수를 위한 최상의 식당이 아니라, 보다 많은 사람들이 보다 저렴한 가격에 최상의 음식을 맛 볼 수 있도록 유도하여, 식도락이 엘리트들의 전유물이 아님을 입증하려고 노력한다. 마지막으로 일반 대중들이 다양한 포도주를 발견할 수 있도록 유명인의 포도주를 소개 발굴하고, 경연 대회를 개최하여 포도주 질의 향상을 꾀하도록 포도주 업체를 이끈다. 이러한 취지 하에서 고-미요 사의 모든 출판물들이 제작되고 있다.

### \* 주요 출판물

| 출판물  | 첫 출판년도       | 간행           | 가격(FF)  | 출판부수    |
|--|--------------|--------------|---------|---------|
| Magazine Gault-Millau  | 1969         | 월간(11호/년)    | 28      | 150 000 |
| Guide Gault-Millau de laFrance                                 | 1989(영, 독어판) | 1/1년(920 p.) | 175(97) | 250 000 |
| Guide Gault-Millau de Paris                                    | 1990(영, 독어판) | 1/2년         | 145     | 80 000  |
| Guide Gault-Millau du vin                                      | 1991         | 1/2년(900 p.) | 145     | 100 000 |
| Guide Gault-Millau de New York                                 | 1990         | -            | -       | 25 000  |
| Guide Gault-Millau de Londres                                  | 1990         | -            | -       | 2 500   |
| Lexique universel de la cuisine<br>(불, 영, 독, 이태리, 스페인, 일어 번역판) | 1990         | -            | -       |         |

4)고-미요 사는 고-미요 잡지에 '새로운 요리'를 만드는데 필요한 십계명을 발표하여 '새로운 요리'의 정의를 내린다 :

- i/ 너무 익히지 않음.      vi/ 절임, 장기간 숙성, 발효를 피함
- ii/ 신선한 재료이용.      vii/ 흰색, 갈색 소오스 제외.
- iii/ 위에 부담이 적은 메뉴 구성.      viii/ 다이어트식 고려.
- iv/ 언제나 현대적인 것은 아님.      ix/ 창조적 presentation.
- v/ 새로운 기술 연구, 도입.      x/ 창조성 발휘.

## V. 「레드 가이드」와 「가이드 프랑스」 비교 분석

### V-1. 「레드 가이드」

「레드 가이드」의 본 제목은 「미슐랭 호텔-레스토랑 Michelin H tels-restaurants」이다. 제목만 놓고 본다면 숙식을 제공받을 만한 장소만을 추천하는 책인 듯 싶지만 사실상 하나의 완전한 여행안내 지침서로도 그 역할을 충분히 한다. 즉, 미슐랭이 우선적으로 추천하는 호텔과 식당 주변에서 보고 즐기고 휴식을 취하고 재충전할 장소들이 함께 표시되어 있어 숙박, 요식업과 관광업 상호 간에 가치를 증폭시키는 역할을 충분히 수행한다.

#### V-1-1. 제작진

공정성, 투명성, 신뢰성으로 대변되는 「레드 가이드」의 제작을 위해 선결되어야 하는 조건은 어디에도 구속되지 않는 독립성이 확실히 보장되는 전문 조사자들의 구성이다. 이들은 호텔, 식당업계에서 수년간 종사했던 전문인들로 구성되며, 사내교육 과정, 경험, 개인적 자질을 바탕으로 매일 십여 개의 호텔 및 식당을 일반 손님으로 철저히 가장한 후 방문한다. 미슐랭 사의 권위와 직결되는 공정성을 위해 이들의 익명성이 극히 요구된다. 이들은 식사를 주문하고 음미하며, 식재료의 신선도, 맛의 조화, 조리사의 노우-하우, 서비스 등을 평가한 후 등급 조정을 위한 선별 작업을 하기 위해 보고서를 작성한다. 공정성을 다시 한 번 보장하기 위해 이들 조사자들은 조사지역을 바꾸어가며 유럽 7개국에서 수만 개의 식당 및 호텔을 방문하게 된다. 이렇게 직접 현장에서 수집된 정보 이외에 관련 정보를 전문적으로 수집하는 전문가들이 제작에 참여하고 있다. 그러나 연간 수만 통에 달하는 충고, 격려, 긍정 및 부정적 의견을 표하는 편지를 보내는 독자들이 또한 보다 완벽한 책을 만들어내는데 중요한 몫을 담당한다. 독자들의 편지는 하나도 빠지지 않고 읽히지며 분석의 대상이 된다.

#### V-1-2. 「레드 가이드」의 구성

「레드 가이드」가 여타 호텔, 식당 안내서와 다른 점은 상징, 기호 그리고 숫자의 언어를 효과적으로 사용하여 가장 적은 지면에 가장 많은 정보를 간략하게 압축하여 실었다는 것이다. 자연어로 풀이된 장황한 부연 설명은 조금도 찾아볼 수 없다. 사용된 기호만을 숙지한다면 어떠한 언어권에 속한 여행자들이든 얻고자 하는 정보를 충분히 얻을 수 있다는 점이 이 책의 가장 큰 특징이다.

이 책에는 모두 4가지 종류의 지도가 등장한다. 그 첫 번째는 머물만한 호텔이 세 가지 등급(조용

하고 외진 곳, 쾌적한 곳, 쾌적하고 한적한 곳)으로 구분되어 표시된 프랑스 전체 지도이다. 두 번째는 식당만이 표시된 프랑스 전체지도인데 이 지도에 미술랭이 자부심을 갖고 제시하는 별 등급 3개 종류와 97년 봄 새로이 등급으로 등장한 네 번째 등급이 표시되어 있다. 네 번째 등급은 미술랭 사의 상징인 비벤덤Bibendum의 얼굴과 식사repas라는 단어가 붉은 색으로 표시된다. 이 표시들은 등급을 받은 각각의 식당의 위치를 표시했다기보다 등급을 받은 지역을 가리키는 것으로, 해당 지역을 방문하면 어떤 수준의 식당을 찾아볼 수 있다는 것을 단지 제시할 뿐이다. 예를 들어, 파리는 시내에 있는 모든 식당이 별 3개를 받을 가치가 있는 것은 아니지만 별 세 개로 표시되어 있는데, 그만큼 파리 지역에서 별 세 개 등급의 식당을 상대적으로 많이 접할 수 있음을 의미한다. 그리고 이 책은 알파벳 순서에 따라 지역별로 호텔 및 식당을 소개하는데, 주요 도시는 주변지역을 포함하여 도로 사정과 주요 업소가 함께 표시되어 있고, 간략한 도시 전체지도 및 도시 내부의 세분화된 지도를 보여준다. 그런데 기대와는 달리 마지막 상세 지도에는 추천하는 호텔이나 식당은 표시되어 있지 않다. 이 상세 지도는 함께 기록된 호텔과 식당의 주소를 보고 단순히 위치를 확인하는 지도의 기능만 할뿐이다.

이 책의 또 하나의 특징은 책의 사용법과 함께 포도주의 전국 안내지도, 좋은 포도주가 나온 해의 도표, 음식에 어울리는 포도주를 제시한다.

호텔, 식당 소개는 우선 지역 단위별로 지명과 함께 지역의 위치 및 고도, 타 지역들과의 거리, 볼 만한 곳이 소개되고 그 지역에 속한 호텔, 식당들이 기호를 통해 소개된다. 미술랭 사의 주요 사업 중 하나가 지도 편찬임을 확증하듯이 관련되는 지도책 번호가 표시되어 있다.

### V-1-3. 「레드 가이드」의 호텔 및 식당 등급

「레드 가이드」의 호텔 등급은 6개 등급으로 그 표시는 단순화된 집 모형이다. 6개 등급 분류는 다음과 같다 :

- 전통적이고 상당히 호화스러움
- 상당히 안락함
- 매우 안락함
- 안락함
- 조금 안락함
- 단순하나 적절함

그리고 호텔의 역사가 깊어 오래된 호텔이 많은 나라가 프랑스이므로, 각 등급의 호텔이 현대적인 시설을 갖추었을 때에는 기호가 추가로 붙는다. 위의 등급을 나타내는 집들은 검은 색으로 표시되는



데 그중 특별히 쾌적하고 휴식을 취하기에 알맞은 호텔들은 붉은 색 집으로 표시된다.

「레드 가이드」의 식당 등급은 크게 두 종류로 ...를 이용한 6개 등급과 별을 이용한, 3개 등급으로 구분된다.

전통적이고 상당히 호화스러움  
 상당히 안락함  
 매우 안락함  
 안락함  
 조금 안락함  
 단순하나 적절함

호텔과 마찬가지로 식당도 식당의 외관, 독창적인 장식, 위치, 접대 서비스, 조용한 정도 등을 고려하여 여타 업소보다 더욱 쾌적했다면 역시 붉은 색으로 구분되어 표시된다.

미술랭이 언론과 전문인, 대중들의 주목을 받는 것은 역시 식당 등급을 나타내는 별 등급에 관심이 집중하기 때문일 것이다. 이 별 등급은 요리의 질적 우수성으로 인해 특별한 가치를 부여할 수 있는 식당을 구분하기 위해 마련한 것으로, ...표시와 마찬가지로 식당선택 방향을 제시한다. 별 세 개는 최상의 요리를 맛 볼 수 있는 곳으로 들러볼 가치가 충분히 있는 식당을 의미하는데, 1997년의 경우 프랑스 전역에 단지 18개소만이 이 등급에 속해 있다. 위에서 언급했듯이 매년 등급은 재확인 작업을 통해 갱신되는데 전통이 있고 유명한 파리의 최고급 식당인 투르 다르장Tour d'argent이 지난 해와는 달리 별 세 개에서 별 두 개로 등급이 떨어진 것은 미술랭 사의 심사의 투명성과 엄격성을 잘 보여준 예라 하겠다. 별 셋 등급의 식당들에서는 때로는 경이로우리 만치 멋진 요리를 음미해 볼 수 있을 뿐만 아니라 양질의 포도주, 완벽한 서비스, 우아한 분위기를 느낄 수 있다. 따라서 가격은 상당한 수준에 이른다. 그 다음 단계인 별 두 개 등급은 프랑스 내에 74개소가 선택되었는데, 훌륭한 식당으로 한 번 방문해 볼 필요가 있는 식당들로 특별식과 양질의 포도주를 맛볼 수 있다. 마지막 단계인 별 하나 등급은 좋은 음식을 먹을 수 있는 곳을 의미하는데, 위 단계의 값비싼 고급 요리에 비할 것은 아니지만 적절한 수준에서 가격과 비교하여 질적으로 우수한 음식을 주문할 수 있는 전국의 423개 소형 식당이 선정되어 있다. 그리고 동전 두 닢으로 표시된 85F 미만의 세트 메뉴set menu를 먹을 수 있는 식당도 추천하고 있다. 위의 별 셋 등급에 덧붙여 1997년부터 미술랭은 새로운 등급으로 미술랭의 마스코트인 비베크의 얼굴과 붉은 색 글씨로 식사repas라는 표시를 새로이 지정하여, 보다 저렴한 가격대(100-130F)의 식재료를 이용하였으나 질적으로 우수하며 특히 정성을 기울여 만든, 주로 지역 음식을 개발한 식당을 추천한다. 실행 첫 해인 1997년에는 400여 업체가 선정되었다. 이에 관

해 97년 7월 10일 자 「르 몽드Le Monde」 지에는 「미술랭의 새로운 정책」이란 제목의 기사와 논평이 전면에 실렸는데, 이것은 그 이전까지의 미술랭의 이미지를 고려해본다면 획기적인 시도이었음을 의미한다. 왜냐하면 이 등급은 예전에는 등급에는 들 수 없었던 조출한 식당들에 기회를 부여할 목적으로 제정된 것으로, 이는 미술랭에 종전까지 붙어 다니던 엘리트적 이미지를 약화시키고, 미술랭사의 정책이 근본적으로 변화하고 있다는 것을 알리는 중요한 계기가 되었기 때문이다. 때로는 별 셋 등급의 질과 비교해도 결코 손색이 없는 음식을 제공하는 이들 식당은 단지 무명이었을 따름으로, 이러한 수수한 소형 식당을 발굴하고 고무하는 이러한 작업은 보다 대중에 가까이 가기 위한 미술랭의 첫 시도라 할 수 있다.

식당 6 등급을 나타내는 ...외에 이 별 등급이 덧붙여진다. ...세 개 표시의 식당에 별 하나가 덧붙을 수도 있고, 같은 세 개의 ...표시에 비벤덤 얼굴 표시가 붙여질 수도 있다. 검은 색 ... 4개 표시인데 별 셋을 따낸 식당도 있는 반면, 최상급의 호텔로 분류된 호텔의 소속 식당이 단지 별 한 개만을 받은 곳도 있다. 이는 호텔의 질적 우수성이 곧 식당의 그것과 일치하지 않음을 나타내는 것이다.

## V-2. 「가이드 프랑스」

제목이 나타내는 것처럼 프랑스의 호텔과 식당만을 소개하는 책자는 아니다. 최고급 식당에서부터 단순한 선술집에 이르기까지 프랑스와 근접한 국가들(벨기에, 룩셈부르크, 독일, 스위스, 스페인, 이태리 등)의 총 7500여개 호텔 및 식당에 등급을 부여하고 추천한다. 이중 545개 식당은 가격과 질을 비교하여 '훌륭한 식사Tables "Bons Co ts"'를 할 수 있는 곳이고, 지역 특산물을 이용하여 지역 음식의 가치 "Lauriers du Terroir"를 높여주는 442개 업소, 등급에는 들지 못했으나 '괜찮은 음식 "Petites Tables"'을 먹을 수 있는 식당이 416개소 소개되고 있다. 1997년에는 무려 869개(608개 식당, 261개 호텔) 업소가 새로이 선정되고 추천되었다.

「레드 가이드」가 호텔과 식당의 소개에 같은 비중을 두었다면 「가이드 프랑스」는 식당 등급을 조리사 모자로 표시하고 세분화된 점수를 덧붙여 기록한다. 그리고 한 해의 최고 조리사와 촉망받는 12명의 조리사들을 사진과 함께 소개한다. 후자의 경우, 아직 최고의 위치를 확보하지는 않았지만 창조적이고 현대적인 감각으로 지방 특성을 나타내는 장래가 유망한 조리사들이다. 이러한 소개가 이 책자의 첫머리에 실린 것은 위에서 언급한대로 고-미요 사가 선택한 기본 방향이 어떤지를 보여주며, 호텔보다는 식당에 더 큰 비중을 두고 있음을 알 수 있다.

### V-2-1. 제작자

고-미요 사는 엄격하고 공정한 심사를 위해 50여명의 조사관을 새로이 배치하였으며 그들의 이름

이 공개되는 것을 철저히 거부한다. 이는 미술쟁사와 마찬가지로 업무의 공정한 진행을 바라기 때문이다.

## V-2-2. 「가이드 프랑스」의 구성

920쪽으로 된 이 책에는 프랑스 전국 지도와 17개 지역 지도를 삽입했는데 지역별 지도에는 고-미요가 본 책 내에서 추천하는 등급의 식당 수에 따라 다음의 6가지 표시로 대략의 위치를 나타낸다 :

- ① '조리사 모자' 가 하나도 없는 지역
- ② '조리사 모자' 가 적어도 1개 있는 지역
- ③ '조리사 모자' 가 적어도 2개 있는 지역
- ④ '조리사 모자' 가 적어도 3개 있는 지역
- ⑤ '조리사 모자' 가 적어도 4개 있는 지역
- ◎(초록바탕, 파랑 테) 적어도 추천한 호텔이 1개 있는 지역
- ◎(초록바탕, 빨간 테) 적어도 매력적인 호텔을 1개 포함하는 지역

그리고 중간 중간에 삽입된 50여개의 시내 세부 지도에는 추천하는 호텔 및 식당이 번호 순으로 표시가 되어있어 쉽게 위치를 파악할 수 있다.

이 책의 특징 중 하나는 간략하게나마 양질의 맥주를 음미할 수 있는 134개소의 바, 브라쓰리 brasserie, 식당이 다음의 세 단계 등급(문장)으로 구분되어 있다 :

- 우호적이나 단순한 접대
- 정성스런 접대
- 우수한 접대

1998년도에는 커피 애호가들을 위해 좋은 풍미의 커피를 마실 수 있는 업소를 새로이 선정하여 수록할 예정이다.

「레드 가이드」와 마찬가지로 지역명에 따라 알파벳순으로 호텔과 식당을 소개하고 역시 상징과 기호, 숫자를 이용하여 편의 시설 및 그 수준을 표시한다. 미술쟁과의 가장 큰 차이점은 「레드 가이드」에는 부연 설명이 거의 없는 반면, 「가이드 프랑스」에는 신문기자 출신들이 제작한 가이드답게 즐거움을 줄 수 있는 활기차고 유려한 문체의 해설이 상당히 길게 덧붙여져 있다는 것이다. 이러한 해설은 이 책을 접하는 독자들에게 친근감을 느끼게 함과 동시에 선택을 보다 용이하게끔 한다.

### V-2-3. 「가이드 프랑스」의 호텔 및 식당 등급

「가이드 프랑스」의 호텔 등급은 4개 등급(호화스러움, 편안함, 매우 편안함)으로 구분된다. 호텔의 위치와 주변 상황 등을 고려하여 특별히 「가이드 프랑스」가 추천할 만한 가치가 있는 호텔들은 호텔 명을 붉은 색으로 표기하여 여타 호텔들과 차별화한다.

「가이드 프랑스」의 식당 등급은 별이 아닌 조리사 모자로 표시된다. 그런데 1997년부터 이 모자도 붉은 색(흰 모자의 붉은 테두리를 의미)과 검은 색(흰 모자의 검은 테두리를 의미)의 두 종류로 구분하고, 전자는 전통적이고 고전적인 요리 *cuisine classique*에, 후자는 상상력이 표출된 창조적인 요리 *cuisine d'auteur*를 나타내고 있다. 창조적인 요리는 1996년 피에르 가네르 Pierre Gagnaire가 처음 사용한 용어로, “이 요리는 이야기가 담긴 것으로, 꿈을 심어줌과 동시에 때로는 우중충한 별 불일 없는 일상적인 요리와는 단절된 것”을 의미한다. 모자 등급은 4단계이고 점수는 20점을 만점으로 한다. 모자 표시와 함께 점수도 함께 표시되므로 같은 모자 세 개급이라고 해도 점수의 차이가 있을 수가 있다. 모자 넷을 받으려면 20점 만점에 19점을 받아야만 하는데, 이에 해당하는 식당은 1997년에 전국적으로 7개소의 식당이 붉은 모자, 5개소의 식당이 흰 모자를 받았다. 이들 식당에서는 경이로우려 마치 특별한 요리를 맛 볼 수 있다고 「가이드 프랑스」는 소개한다. 20점 중 18점을 받은 업소는 세계의 모자로 상징되는 두 번째 단계에 속하는데 전국에 23개 업소만이 이에 해당될 뿐이다. 17점을 받은 업소에도 역시 3개의 모자 급으로 분류가 되는데 14개의 붉은 모자 업소와 4개 흰 모자 업소가 이에 속한다.

520여개 업소가 13, 14점을 받아 모자 두 개급에 해당되었고, 1676개 업소가 10-12점으로 분류되었다. 「가이드 프랑스」는 네 개 등급을 모자로 표시하지만, 19-13에 이르는 점수를 함께 기록하여 사실상 일곱 단계의 등급으로 나뉘어 있는 것과 마찬가지로이다. 게다가 10, 11, 12점을 받은 식당은 모자가 아닌 네모 표시와 함께 점수를 써놓았다.

미술랭의 「레드 가이드」는 기호와 상징의 나열로 불어를 모르는 사람도 쉽게 이해할 수 있으나 지나치게 많은 정보의 기호화로 한 눈에 원하는 정보를 얻기에 약간 불편한 반면 「가이드 프랑스」는 쉽게 알아볼 수 있고 가장 필요한 기호와 상징을 이용하여 보기 편하고 부연 설명으로 독자들의 친근감을 불러일으키나 불어를 모르는 사람들에게는 반쪽 짜리 책이 될 수 있다.

## VI. 결론

이상에서 프랑스 정부가 정한 호텔 및 요식업소의 등급제도를 대략적으로 살펴보았다. 물론 세부적인 조항들까지 살펴본 것은 아니지만 등급 결정기관, 주체, 절차 그리고 등급결정에 가장 영향을 주는 기본적인 조건들을 언급했다.

미슐랭 사와 고-미요 사는 관광과 식도락 분야를 고무하고 발전하도록 끊임없는 노력을 아끼지 않았고 충분한 인적, 경제적 지원을 고집해왔다. 그 만큼 「레드 가이드」와 「가이드 프랑스」에 보내는 독자들의 관심과 애정은 각별하고, 그것은 이 두 책에 대한 그들의 신뢰도가 어느 정도인지를 증명하고 있다. 이러한 책을 접하는 사람들은 숙박업소 내지 관광지를 이용하는 고객일 수도 있고 앞으로 이용 가능하게 될 잠재고객인 단순한 독자층일 수도 있다. 이러한 책들은 관련분야의 고객 및 독자들에게는 정보를 제공하고, 경제적, 환경적 기준을 세워 선택 방향을 제시하며, 이들의 관광 및 미식의 수준을 향상시키는 것을 목적으로 한다. 또한 사업자들에게는 계속적으로 노력하는 자세를 갖추게 하여 관광과 식도락 분야의 전반적인 발전을 기대하도록 한다. 이렇게 하기 위해서는 미슐랭 사와 고-미요사가 그러하듯이 관련 기관, 업체들의 영향력을 완전히 배제하여 공정성, 투명성, 엄정성을 보장하여 신뢰감을 주는 전문적인 지침서가 필요하다.

언제나 새롭고 다른 것, 보다 나은 것을 끊임없이 찾는 고객은 언제나 정보의 빈곤상태에 있다는 것을 인식해야 한다. 구전(口傳)에 의한 정보로 고객 스스로 찾아오리라는 기대는 이제 버리고 정보화 시대를 맞아 가격, 서비스, 환경, 질을 널리 공개하여 고객을 끌어들이기 위한 노력을 해야한다. 관광과 식도락에 보다 많은 관심을 보이는 요즈음 전문성이 있고 신뢰감을 줄 수 있는 이러한 책의 발간은 어느 작업보다 더 의미있다 할 것이다.

## 참고 문헌

Guide France Gault-Millau 1997, GaultMillau.

Michelin H tels-Restaurants France 1997, Michelin.

Robert J. Courtine, Restaurants de Paris, Gallimard, 1993.

Jean-Robert Pitte, Gastronomie fran aise, Fayard, 1991.

Jean-Louis Frandrin et Massimo Montanari, Histoire de l' Alimentation, Fayard, 1996.

Quid, Robert Lafont, 1994

Dictionnaire Petit Robert

Michelin magazine, Michelin, 1993.

Gault-Millau, "Sp cial 20 an. C' tait en 1969", Supp ment au num ro de de cembre 1989, GaultMillau, 1989.

Le p' tit 《Rouge》 dans Le Monde 1997년 7월 10일자

Classement des restaurants de tourisme dans le Journal officiel 1963년 10월 14일자

Classement des h tels et r sidences de tourisme dans le Journal officiel 1986년 3월 6일자

## ABSTRACT

### **A comparative study on the rating system of hotels and restaurants in France(The system of government, 「Guide rouge」 of Michelin and 「Guide France」 of Gault-Millau)**

This study reviews the rating system of hotels and restaurants regulated by french government and compares the french guide books of worldwide reputation : Guide rouge of Michelin and Guide France of Gault-Millau. The apparatus of government and the inspectors deciding the grades, the processes and the prior conditions needed for obtaining the adequate grades are mentioned. So it will be a help to understand the present system of hotels and restaurants in France.

The publishing firms like Michelin and Gault-Millau not only encourage the travel and F&B industry by estimating the hotels and restaurants and publishing the results, but also inform the consumer. Ultimately, the guide books would like to play an important role in improving or making better the levels of the tourism and the gastronomy.

They support continuously the publishing of guide books with the qualified persons and financial aid. Especially, Michelin doesn't insert the advertisement in his publications. In publishing the guide books, it can be one of the most important points for proving his independence of hoteliers, restaurateurs and the others. The seconde point is impartial, clear and rigid inspection that doesn't admit any corruption.

Now is the moment in Korea to promote the tourism and the gastronomy by publishing the credible books like 「Guide rouge」 and 「Guide France」 in order to present Korean attractions and epicurean foods.

## 참고

### 부연 설명

P1. 침실 당 최대 인원 수 : 충분한 공간, 시설(1인당 의자 한 개)이 갖추어진다면 3명까지 가능 (침실 100개중 50개는 4인 가능)

P2. 모든 침실에 전화기 설치된 경우 제외

P3. 별 한 개 등급의 호텔에서는 내부전화 대신 전화 신호벨 만을 설치할 수 있음 P4. 적어도 천장 높이가 1.80m인 침실의 면적의 1/3을 넘지않는 한도 내에서, 옷장, 입구 면적 등은 최소 활용공간으로 계산될 수 있다.

P5. 침대가 접이 식이거나 벽면 부착형일 경우, 또는 침실에 환기시설을 갖춘 경우 1인당 침실 1평방 미터공간을 축소할 수 있다.

P6. 별 등급에 해당되지 않는 호텔 그리고 별 한 개와 두 개의 호텔에서는 이층 침대가 허용된다. 그 외의 등급에서는 별도의 방에 비치되었거나 같은 침실 내의 분리된 공간에 비치된 어린이용을 제외하고 허용되지 않음.

P7. 1988년 폐지

P8. 화장실 분리 칸막이는 가볍고 단단한 방수, 방화 소재여야 함. 위생실 문은 보통문, 접이문, 미닫이 문 등이 허용.

P9. 욕실, 별도 샤워실은 적어도 세면대, 욕조 또는 샤워기, 또는 변기를 갖추어야함. 이들 공간은 완전히 막혀있어야 하며 환기구가 있어야 함(환기창). 문은 P8과 같음.

P10. 현 법령 이전에 이미 등급이 결정된 호텔이, 공동욕실과 샤워실 그리고 화장실을 사용하는 고객 12인당 1개실의 비율로 위생실을 갖추고 있다면, 욕실과 샤워실의 비율을 현 법령에 맞게 조정했더라도 재등급 심사에 들지 않음.

P11. 현 법령 이전에 이미 등급이 결정된 호텔이 20퍼센트 한도에서, 욕실, 샤워실 대신에 화장실을 갖춘 침실과 화장실 대신에 욕실을 갖춘 침실을 더 보유하고있다면, 욕실, 샤워실 또는 화장실을 갖춘 침실수가 부족도 허용됨.

P12. 그러므로 적어도 50%의 침실은 욕조와 샤워기를 갖추어야함.

P13. 욕조, 샤워기 설치.

P14. 고급 별 넷 등급 호텔의 2, 3, 4인용 침실을 제외하고 변기는 욕실이나 별도 샤워실 내에 설치될 수 있음.

P15. 모든 침실에 욕실과 별도 샤워실이 설치되어 있다면 요구되지 않음.



P16. 별 3, 4, 그리고 고급 별 넷 등급의 호텔에서는 테이블을 밝히는 조명기구가 설치되어야 함. 적어도 한 침대에서 침실의 모든 조명기구를 켜고 끌 수 있어야함.

P17. 침실에서가 아니라면 아침식사를 들 수 있는 공간(식당이나 로비)이 마련되어야 함.

P18. 식당은 간단한 식사라도 제공해야만 함.

중앙정부 위원회가 인정한 예외 사항

D1. 수적으로 최소한의 침실을 갖춘, 별이 없거나 별 하나 급인 호텔은, 20% 범위 내에서, 별 두 개 급인 호텔은 10% 범위에서, 이 등급의 규정에 적합하지 않은 침실 보유 가능. 이들 침실은 등급에 들지 않으며 이러한 사실을 고객에게 알려주어야 함.

D2. 확실히 기술적으로 불가능하다고 증명된 경우 7개의 침실로 한정.

D3. 확실히 기술적으로 불가능하다고 증명된 경우 예외로 인정.

D4. 소규모의 호텔에서는 예외로 인정가능.

D5. 침실과 개인 위생실의 총면적이 등급의 규정과 일치한다면, 20%의 한도 내에서 이 면적은 축소 가능.

D6. 다른 등급의 호텔에서는 취사공간 및 시설이 없는 타 고객에게 불편을 주지 않는다는 조건 하에서 이러한 취사공간 및 시설 설치를 예외로 인정 가능. 이들 공간은 별도로 구분된 공간이나 건물의 특성에 맞는 공간을 활용해야 함.

D7. 개인용이든 공동용이든 욕실, 샤워실은 온천장일 경우 최소한 30%로 줄일 수 있음.

D8. 별장식 호텔인 경우 1층에 공동 세면대와 화장실만을 설치 가능.