



그 명가(名家)의 재현을 위해 뉴욕제과,

(주)뉴욕제과 생산본부 팀장 **허완영**

“기술인들이 제대로 대우받지 못하는 사회 분위기 속에서 20년이 더 되는 세월을 살아왔습니다. 지금은 많이 좋아지고 있지만 과거에는 그렇지 못했어요. 보수나 사회적인 지위에서 제대로 대우를 못 받은 측면이 있었고 자영제과점들이 지금의 포화상태에 이르게 된 결과를 낳은 거죠. 기술자들이 조금 경력이 쌓이면 독립을 서두르는 경향이 있었어요. 그런 가운데 제가 뉴욕제과에서 보낸 20여 년의 시간은 이제껏 제 인생의 전부였으며 한편으론 미처 다 채우지 못했던 제 희망의 빈터였습니다. 애증이 함께 한 그 뉴욕제과라는, 우리 제과업계의 상징을 다시 세우기 위해 남은 제 인생이 그 빈터 위에 뿌려질 것입니다.”

뉴욕제과 근속 22년. 한 번의 이직도 없이 생산팀의 바닥부터 본부장이 될 때까지 오로지 ‘뉴욕 제과인’으로 살

아온 사람. 수차례 외국 연수를 통해 한국인들이 가지는 빵의 식감과 입맛을 일구고 바꿔 왔던 사람. (주)뉴욕제과 생산본부장 허완영(46) 팀장을 일컫는 수식어들 중의 일부인 이 말들이 공허하게 다가오지 않는 것은 성실함과 책임감이 든든하게 그를 받치고 있기 때문일 것이다.

“군을 제대하자마자 뉴욕제과에 입사한 이후로 지금까지 베이커리 업계에 발을 디딘 것에 대해 크게 후회는 해보지 않았습니다. 처음부터 근속을 마음먹었던 것은 아니지만 개인적으로 직장과 업무에 대한 위기감이 올 때마다 우연찮게 외국 연수의 기회가 주어졌어요. 새로운 제품에 대한 정보를 얻고 나름대로 국내에 접목시키기 위해 신경을 집중하다보면 어느새 고민들이 사라지더군요.”

90년대 초 프랑스 파리에서 2년 정도의 연수와 현장 경



육제과는 앞으로 가맹점 사업을 새롭게 추진할 준비중에 있다. 그가 무엇보다 신경을 집중하는 일은 신제품 개발. 연구실에서 테스트를 끝낸 신제품의 배합과 제조 노하우를 전 매장의 직원들에게 전수하는 것이 그의 업무에서 가장 많은 비중을 차지한다. 그가 구상하는 큰 틀은 제품을 명품화 시킨다는 말로 집약된다.

양과자가 주력상품으로 부각될 것이라는 전망을 통해 무스제품을 집중 강화한다는 방침이다. 아울러 라디오와 방송 협찬 광고를 통해 마케팅도 더욱 강화해나갈 것이라고 설명한다. 제품의 변화 흐름을 미리 예측해 시장을 주도하겠다는 구상의 언저리에는 일본의 제품 경향을 철저히 분석해 국내 시장에 접목할 수 있다는 자신감이 묻어 나온다.

“30년 넘게 명성을 이어온 뉴욕제과가 잠시 어려움을 겪으면서 조직이 다시 정비되는 동안 누구보다 많은 회한이 뒤따랐습니다. 특히 제 분신처럼 여기던 빨띠에가 그대로 사장된다는 생각에 겪었던 충격은 몇 마디 말로 형용할 수가 없습니다. 그러나 어려움을 겪고 여기까지 온 이상 회복기는 충분히 가졌다고 봅니다. 새로운 회사를 만든다는 각오로 끝까지 책임을 질 것입니다. 뉴욕제과가 펼쳐보일 새로운 도약의 상상함을 지켜봐 주십시오.”

힘을 통해 그는 상당히 인상적인 경험을 하게 된다. 제품마다 엄정한 규격과 배합, 이른바 족보가 있을 정도였다고 한다. 정통성을 인정받은 배합에 프랑스 기술인들의 절묘한 응용은 그로 하여금 과자가 예술이 될 수도 있다는 것을 체험하게 했다고 한다.

동료들과 함께 한국으로 돌아오는 그의 손에는 ‘빨띠에’라는 프랑스 브랜드가 들려 있었다. 프랑스의 앞선 기술을 국내에 접목하기 위한 시도로 추진된 이 기획사업은 현재 6곳의 직영점이 활발하게 영업 중에 있다. 몇몇 동료들과 시작한 이 브랜드를 흔한 표현대로, 그는 자식처럼 여긴다. 그의 선택과 옹호에 의해 커 왔고 또 앞으로 커나갈 것이기 때문이다. 그의 말대로 단순한 브랜드가 아니라 먹고 마시고 숨쉬는 유기체인 것이다.

“(주)뉴욕제과는 앞으로 가맹점 사업을 재개할 뉴욕제과와 프랑스 브랜드인 빨띠에, 인스토어 브랜드인 포송, 도넛이 핵심품목인 델리본 등 4개 브랜드를 통해 소비자들에게 다가갈 계획입니다. 제품 고급화와 양질의 서비스 상품을 개발함으로써 브랜드 이미지를 더욱 확고히 다질 것입니다. 작년 한때 어려운 시기가 있었지만 탄탄한 자본과 기획력을 가진 대호물산과 합병을 통해 뉴욕제과라는 명성에 걸맞는 명품브랜드로 자리를 잡아나갈 것입니다.”

현재 포송 13매장과 빨띠에 6매장을 운영하고 있는 뉴



스스로 고개 숙일 줄 아는 사람을 만나는 건 언제나 유쾌한 일이다. 그 유쾌함이 삶의 진지함에까지 닿아 있어, 마침내 산다는 것의 숙연함이 불쑥 손을 내밀고 우리들에게 악수를 청해올 때의 그 경외(敬畏)를 무엇이라고 불러야 할까. 그가 나직이 들려주는 삶의 진지함 앞에서 그 동안 살면서 풀어놓은 온갖 허영과 과장된 삶의 포즈로 하여금 반성의 옷깃을 다시 한 번 여미게 했다. 겨울 저녁이 받아내는 을씨년스런 풍경을 뒤로하고서, 겸손하게 미소를 남기는 그와 술 한잔을 나누고 싶었다. **OH**

(글 / 오형석 ohs@mbakery.co.kr)