

프랑스 해외통신원 윤화영(Guy d' Yoon)씨가 생생한 현지 제과·제빵 정보를 전해드립니다.

국내에서 점점 관심이 고조되고 있는 프랑스 유명 점포들을 탐방하여 현지 제품을 소개해 드릴 예정입니다.

이번 호는 그 첫 번째 이야기로, '프랑스 파티세리 업계의 전반적 특성 및 파리 시내 유명 점포 총집합' 편입니다.

맛이 있어 행복한 도시 Paris

파리는 세계 최고의 관광 도시로 유명하다. 에펠탑, 루브르 박물관, 오르세 미술관 등 이름만 들어도 쟁쟁한 볼거리·즐길거리가 가득한 도시이다.

관광에 못지 않게 세계적인 외교의 도시로 통하는 것이 파리다. 뉴욕에 국제 기구 본부가 더 많이 위치해 있는 것은 사실이지만, 뉴욕은 전형적인 상업도시의 틀을 벗어나지 못하고 있다. 하지만 파리는 좌파와 우파가 공존하는 세계 유일의 국가이기 때문에 아주 독특한 외교 지도가 그려지는 곳이다. 따라서 외교 도시로서 파리의 명성은 뉴욕의 그것을 초월한다.

그러나 무엇보다 파리를 가장 잘 나타내주는 수식어는 바로 '식도락의 도시'이다. 옛부터 프랑스 음식은 그 명성이 자자했으며 명실공히 세계 최고의 식탁으로 자리매김하고 있다. 이러한 파리 식탁의 대미를 장식하는 것은 다름 아닌 프랑스의 '파티세리'이다.

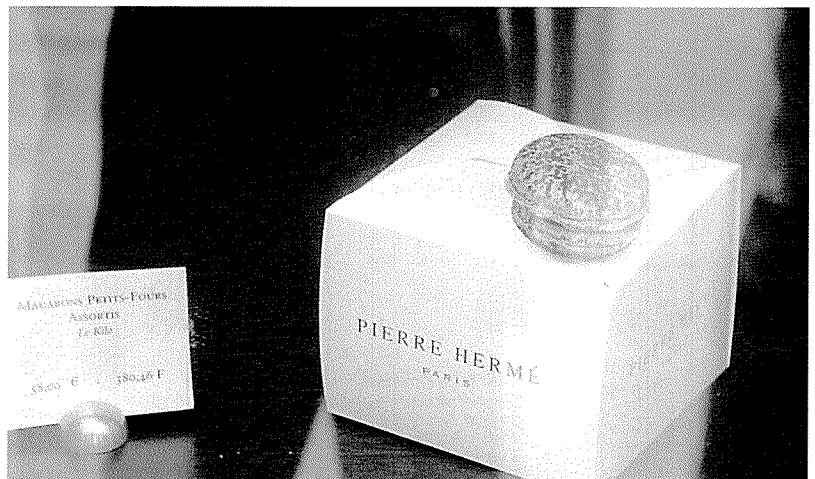


프랑스 해외통신원
윤화영 Guy d' Yoon

프랑스 국민의 생활 그 자체...파티세리

통틀어 '파티세리 pâtisserie'라 불리지만, 이를 다시 자세히 분류하면 브랑제리 boulangerie(제빵), 파티세리 pâtisserie(제과), 쇼콜라띠에 chocolaterie(초콜릿), 콩피즈리 confiserie(잼과 사탕류), 글라스리 glacerie(아이스크림)의 다섯 가지 영역으로 세분된다.

한국 제과 업계와의 가장 큰 차이는 프랑스인의 식탁에서 제과제빵이 차지하는 중요성에 기인한다. 한국인에게 빵과 과자는 기호식의 범주에 속하지만 프랑스인들에게는 모두 주식에 해당되는 것이다. 그러다 보니 몇몇 유명 점포를 제외하고는 점포 인테리어의 화려함이나 제품의 마무리는 한국에 비해 많이 떨어지는 것이 사실이다. 그러나 그들의 국토가 가져다 준 풍부한 산물(産物)을 십분 활용하여 데코레이션보다는 맛의 내실화를 추구하는 것이 프랑스 제과 업계의 특징이다.



파리에서 100m 정도의 길을 걷다가 빵집이 2곳 이상 발견이 안 되면, 그 지역은 프랑스인보다는 아프리카나 인도, 중국계들이 주류를 형성하는 곳이라 생각하면 틀림없다. 또한 우리나라에서도 동네 백반집과 시내 우수 한식당의 음식에 차이가 크듯이 프랑스에서도 동네 빵집과 시내 대형 점포 또한 엄연히 차이가 있다.



세계적 제과 장인의 본고장 프랑스

현재 프랑스 제과 업계의 중심 인물은 단연코 뻬에르 에르메 Pierre Hermé를 꼽을 수 있다. '그가 있었기에 지금의 라뒤레 Ladurée나 포송 Fauchon 등이 존재할 수 있었다'는 것이 업계 전문가들의 일관된 의견이다. 그와 더불어 제라르 뮐로 Gerard Mulot가 다른 한 축을 맡고 있다.

제빵 부문의 경우는 살아있는 전설로 불리우는 뿌조랭 Poujauran 일가와 뿌왈란 Poilane 일가를 중심으로 꼽는다. 이들이 아침에 구워낸 빵을 초음속 여객기 콩코드를 이용하여 뉴욕까지 배달해 먹는 대부호들이 상당수이다. 이외에도 크리스티앙 콩스탱 Christian Constant과 장폴 에방 Jean-Paul Hevin, 미셸 쇼당 Michel Chaudun 등을 천재 초콜릿 장인으로 대접하고 있다.

설탕 사용의 자제와 채소류 사용...

프랑스 제과 업계의 경향

최근 프랑스 제과 업계의 경향으로 '설탕 사용의 자제'를 꼽을 수 있다. 이를 보완하기 위해 앞서 언급한 위대한 셰프들은 입자의 조직, 부드러움, 온도 등을 많이 중요시한다. 요즘은 특히

포도주처럼 맛을 보는 순간 최적의 온도가 될 수 있도록 케이크 하나도 미리 온도를 맞추어 판매한다. 케이크 구매 시 "얼마 후에 드실 건가요?"라고 미리 물어보는 점포도 있다.

프랑스 제과 업계의 또 다른 경향은 새로운 맛의 조화를 찾아 나간다는 것이다. 상반되는 맛을 찾기보다 비슷하지만 약간씩 차이가 있는 맛을 찾기 위해 노력한다는 의미이다. 예를 들어 아몬드와 쓴맛은 피스타치오의 향을 더욱 살려주는 역할을 하지만, 이 두 가지는 궁극적으로 유사한 점이 많다. 또한 레몬과 바질, 레몬과 살구의 조화도 좋은 예이다. 서로 도와주는 관계가 되는 맛들을 찾아내고자 하는 노력이다. 또 다른 경향은 야채의 사용이다. 특히 팬넬, 셀러리, 아티 초크, 켈리 플라워, 토마토, 파 등이 점점 더 자신들의 영역을 주방에서 제과로 넓혀 가는 추세이다.

