

발렌타인데이, 제품 차별화가 관건

자영점 입지·규모에 따라 희비 엇갈릴 듯

전반적인 경기 침체 속에서 발렌타인데이를 앞둔 자영 제과점들의 준비가 한창이다.

이번 발렌타인데이를 맞이하는 점주들의 모습은 점포의 입지나 규모에 따라 다른 양상을 보였다.

그러나 일부 대형 점포를 제외한 대부분의 자영 제과점이 경기 위축으로 인해 소비 심리가 껑뚱 얼어붙을 것으로 예상하고 있다.

<취재 / 임희정>

중·대형급 점포 경기 전망 불투명

청담동 나폴레옹과자점은 지난해 초콜릿 봉봉 제품을 40,000개 판매했지만 올해 초콜릿 판매량이 작년 수준에는 못 미칠 것으로 예상했다. 지난 1월 점포 평균 매출이 예년과 비슷하거나 낮은 수준을 유지하는 등 경기 위축에 따른 소비 둔화 조짐이 보인다는 것이다. 현재 초콜릿 봉봉 제품 5종류를 각각 50개씩 준비할 예정이다.

초콜릿 선물 포장 세트의 가격은 박스를 포함해 25,000원에서 30,000원으로 젊은 고객층을 겨냥해 저렴한 가격에 선보일 계획이다. 나폴레옹 과자점은 올해 발렌타인데이에 초콜릿 봉봉과 미니 무스 케이크의 판매 비중을 80:20으로 잡고 있다. 이곳은 아이디어 구상중인 1호 사이즈의 하트 모양 케이크 윗면에 'I LOVE YOU'를 새기는 등 발렌타인데이에 어울리는 개성이 담긴 제품을 선보일 방침이다.

한 자영 제과점 사장은 "올해 발렌타인데이에는 매출 특수에 대한 점주들의 기대가 저조한 것이 현실이나 대학가나 주력 상권에 위치한 점포의 경우 한달 전부터 초콜릿 선물 제품 구상에 착수하는 등 예년과 비슷한 준비 양상을 보이고 있다"고 말했다.

중형급 자영 제과점인 이화여대 뽀아르과자점은 올해 초콜릿 판매량이 급감할 것이라는 다소 우울한 전망을 내놓았다. 이 점포는 지난해 20여 종류의 초콜릿 봉봉 제품을 20,000개 정도 판매했으나 올해는 그보다 낮은 수준인 10,000개의 초콜릿 제품을 준비할 계획이라고 밝혔다.

이 점포 사장은 "작년 대비 초콜릿 판매량이 50% 이상 낮아질 것으로 판단하고 있다"며 "소비자의 눈길을 끌기 위해 다양한 디자인의 제품을 소량 생산할 방침"이라고 전했다. 이 점포는 학생층을 공략하기 위해 선물세트를 4,400원에서 20,000원대의 가격에 판매할 계획이다.

올해 매출이 예년과 비슷하거나 낮을 것이라는 전망 속에서 이번 발렌타인데이를 준비하는 중대형급 업소는 대부분 초콜릿 봉봉을 위주로 상품을 준비하고 있는 것으로 나타났다. 초콜릿 케이크는 대부분의 업소가 아예 준비하지 않거나 상품 구색 맞추기에 그쳤다.

자영점의 경쟁력 확보, 제품 고급화 요구돼

주택가나 아파트 단지에 위치한 점포의 경우는 입지 특성상 젊은층의 발길이 뜸하기 때문에 일일 평균 대비 발렌타인데이 매출 신장률이 낮은 것으로 나타났다. 때문에 소형 점포를 중심으로 초콜릿 판매량 향상을 위해 한달 전부터 전단지 배포하는 등 이벤트 행사에 치중하는 모습을 보였다.

부케도르과자점에서는 이번 발렌타인데이를 맞아 2,000여개에서 2,500여개의 제품을 준비하고 있는 것으로 전해졌다. 이 점포 사장은 "40대 이상의 장년층이 주력 고객을 형성하고 있는 아파트 단지 내 점포의 특성상 기성품과 다른 고급 상품 이미지를 부각시키는 것이 매출 신장의 관건"이라고 전했다.

이번 발렌타인데이를 준비하는 소형 제과점들은 지난해 크리스마스 경기도 기본 매출을 유지하는 수준이었기 때문에 이번에도 커다란 기대는 하지 않는다는 반응을 보였다. 펜시점이나 할인점과의 경쟁도 더욱 심화되고 있어 올해 자영 제과점의 경기 전망은 불투명하다.

주머니가 얇아진 소비자들의 발길이 저가에서 고가까지 다양한 상품을 판매하는 할인점이나 펜시점으로 향할 것으로 보인다. 점주들은 자영 제과점들이 이들 업체와 차별화된 제품을 선보이는 것이 시장 공략의 관건이라고 입을 모았다. 자영 제과점이 제품 디자인과 질을 향상시켜 얼어붙은 소비자의 구매 촉진을 유도해야 한다는 것이다. [K1]

