

호텔 및 백화점 베이커리 결산

# 일정한 고객층 확보 통한 고급제품으로 승부

호텔 및 백화점 베이커리는 고객층이 일정한 만큼 작년 한 해 큰 매출 변동이 없었던 것으로 나타났다.

주로 고급 재료를 사용한 건강식이 인기를 끌었으며 양과자보다는 빵류의 판매율이 높았다.

이들 베이커리의 2004년 사업 방향은 모두 '고급화'를 지향하는 뚜렷한 양상을 보였다.

글 · 허윤정 기자

## \* 호텔현대 베즐리(Vezzly)



2003년은 호텔현대 베이커리 사업에 진출한 원년이였다. 현대백화점 내 베즐리 타운은 작년 가을 오

픈한 이래 꾸준한 매출성장을 보였다.

인기 제품은 흑깨와 먹물 등을 이용한 '먹물 치즈롤', '흑깨 식빵' 등으로 식문화 전반에 불었던 '블랙 푸드' 열풍을 실감케 했다. 빵류의 판매율이 매우 좋았던 것에 비해 케이크, 무스 등의 양과자의 매출은 신통치 않았지만 고구마, 크림 치즈 등의 재료를 이용한 제품은 인기를 끌었던 것으로 나타났다.

베즐리는 사업 초기에 정한 '건강지향 베이커리' 컨셉을 2004년에도 유지해 나간다는 방침이다. 유기농과 기능성 재료를 이용한 고급 제품으로 승부를 걸고 가격을 다소 높게 책정하더라도 단골확보를 통해 베즐리만의 이미지를 구축해 나갈 계획이다.

## \* 애경백화점 르 꼬르동 블루(Le Cordon Bleu)



애경백화점에서 직영하는 르 꼬르동 블루는 2003년 구로점에서 15억2천만 원의 수익을 올렸으며 이는 전년 대비

10.2%의 매출 신장률을 보인 것이다. 작년 3월에 오픈한 수원점은 9억7천만 원의 안정적인 매출을 올렸다.

르 꼬르동 블루의 고객층은 나이에 따라 선호 메뉴가 다른 점이 특징으로 꼽힌다. 피자빵과 단과자빵 등은 10대에게, 칼로리가 낮은 품목은 20대에게 인기가 많았다. 반면 주로 주부가 많은 30대 고객은 각종 식빵류, 40대 이상은 파운드 케이크와 롤 케이크를 많이 찾는 것으로 나타났다.

작년 한 해 히트 상품으로는 호두 바게트, 옥수수 크림빵, 고구마 케이크 등이 꼽히며, 건강식 선호 경향에 따라 잠곡빵의 매출이 점점 증가하는 추세에 있다.

## \* 조선포텔 달로와요(Dalloyau)



신세계백화점에 입점해 있는 조선포텔의 달로와요는 작년 한 해 각 지점마다 매출이 다른 양상을

보였다. 강남점이 10%의 상승률을 보인 것에 반해 명동점의 경우, 백화점 리노베이션 관계로 매출이 전년 대비 2~30% 하락했다.

인기 품목 역시 지점에 따라 많은 차이를 보였다. 중장년층이 많이 찾는 명동점은 빵류와 함께 생크림 케이크가 인기를 끌었고 20, 30대 젊은 연령대가 다수를 차지하는 강남점은 조각 케이크 등의 판매율이 높았다. 시기별 인기 제품은 상반기에는 녹차를 이용한 제품과 찰깨빵이, 하반기에는 검정깨를 이용한 제품이 꼽혔다.

달로와요는 올해 '명품 이미지'를 캐치프레이즈로 내걸고 고급 베이커리로서의 입지를 굳힐 예정이다.

## \* 그랜드하얏트 델리(The Deli)



그랜드하얏트 호텔과 갤러리아 백화점에 입점해 있는 델리는 작년 한 해 동안 유행을 타지 않는 제품 중심으

로 꾸준한 매출을 유지했다. 외국인들이 많이 찾는 호텔 내 베이커리와 고소득층이 주요 고객인 갤러리아점 모두 트렌드를 타지 않는 제품 위주로 판매됐다.

현재 유행하고 있는 호밀빵도 델리에서는 몇 년 전부터 꾸준히 인기를 끌었던 아이템. 다만 웰빙 코드에 맞춰 다양한 종류의 잠곡빵과 참깨를 이용한 제품도 인기 품목으로 자리잡았다. 이와 함께 무스류와 크림치즈를 이용한 케이크도 지속적으로 판매되고 있다.

델리는 앞으로 곡류를 이용해 빵 제품의 다양화를 꾀하는 한편 특별한 마케팅보다 이미지 유지에 신경을 쓸 계획이다. ㉓