



제과인들 위한 사랑방 마련한

김혜덕

케이하우스 윈 논현점 5층에 제과인을 위한 '사랑방'이 마련된다. 뜻을 함께 하는 사람이 모이면 알뜰한 공부가 되지 않을까라는 생각을 한 김혜덕사장이 기존 사무실을 축소하고 30명 규모의 세미나실을 만든 것이다.

그녀가 세미나실을 만든 이유는 일본에서 만났던 옛스승 때문이었다.

“지난 여름 일본 과자박람회에 참석했다가 옛스승님을 찾아갔습니다. 그런데 그분이 책을 한권 주셨습니다. 일본 각지에서 열렸던 세미나 내용을 정리해서 모은 책이었죠.”

그러나 그 책은 정식으로 만든 책이라기보다는 배합비와 만드는 법을 정리해서 복사한 자료집 수준이었다.

그러나 그녀에게는 이 선물이 충격적이었다. 그들 나름대로 공동작업을 통해 결과를 남기고 함께 공유하고 있다는 사실을 느낀 것이다. 그간의 기술발전이 아무런 노력없이 이뤄진게 아니란 깨달음이었다.

그래서 갑작스런 결정을 내렸다. 이제 우리도 뜻을 함께하는 사람들이 우선 모이

는 것이 필요하다는 생각이 든 것이다. 한편 케이하우스 윈이 올해로 개업한지 꼭 10년째 되는 해라는 것도 큰 이유로 작용했다. 이제는 주변 사람들과 나눠야 할 때라는 책임감을 느낀 것이다.

누구나 원하는 사람에게 장소를 제공할 생각이고 기술세미나 외에도 영어, 일어 등의 외국어 강의도 하고, 관련 분야 사람들을 초대해 함께 얘기하는 시간도 만들 생각이다.

또 책과 시청각 기재를 마련해 놓고 있는데 좀더 편한 분위기에서 이 장소를 활용할 수 있도록 하기 위해서다.

“비슷한 나이나 경력, 취미가 같은 사람들 서로 생각이 통하는 친구끼리 만나서 소그룹을 형성해서 토론하고 연구하는 분위기를 만들 생각입니다. 소그룹의 힘은 더 큰 집단에 영향을 미치게되고... 그러다 보면 전체 베이커리가 힘을 갖을 수 있다고 생각합니다.”

그녀는 자신의 생각을 환영하는 사람이 많다면 아마도 모두가 생각해왔던 일인 것 같다는 말로 기쁨을 대신했다.

“현대는 자기 PR시대라고 생각합니다. 신곡동 3호점 오픈을 계기로 적극적인 지역홍보가 필요하다는 생각이 들어 안내책자를 만들 계획을 세웠습니다.”

모병열베이커리의 모병열씨는 자기 제과점에서 판매하는 제품과 주부들이 집에서 손수 만들 수 있는 샌드위치 등의 제품을 소개하는 20쪽 분량의 책을 만들 계획이다.

이 책에 실릴 제품은 총 100여가지 정도. 식사대용 빵류, 과자빵, 쿠키, 선물용 과자, 양과자 등 품목별로 파트를 정하고 사진과 함께 제품의 특징 등을 소개할 예정이다.

“앞으로 체인사업을 본격화할 계획이기 때문에 사전에 선전작업이 필요하다고 생각했습니다. 권당 1,000원 정도의 비용이 들기 때문에 과다한 지출이 아닐까란 생각도 했지만 전단의 경우 한번 보고 버리는 일회용에 그치지만 책은 보관이 가능하기

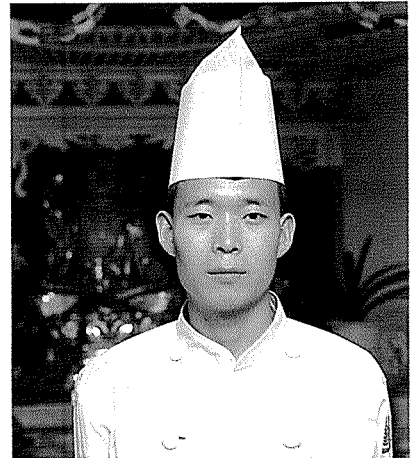
때문에 지출비용보다 효과가 크다고 봅니다.”

그는 이외에도 책을 보고 전화배달을 원하거나 미리 제품 주문을 하면 제과점에서 사전 제작도 가능하기 때문에 업주나 소비자 모두가 시간도 절약할 수 있고 갇구운 신선한 빵을 제공할 수 있지 않나란 말을 했다.

현재 그는 이 책의 제작비용중 30%를 자신이 부담하고 나머지는 재료상에 협조를 구할 예정이라고 밝혔다.

한편 배포는 의정부 시내 택시조합과 책비치에 대한 약속을 한 상태이고, 그외는 관공서와 주거래 은행인 농협, 제일은행 등에 협조를 구해 배포할 예정이라고 했다.

가능하다면 일년에 두번정도 안내책자를 만들고 싶다는 그의 욕심에서 소비자에게 친숙하게 다가서기 위한 그의 노력을 엿볼 수 있다.



20쪽짜리 제과점 안내책자 만드는

모병열

“저희 미국농업무역관(ATO)를 통하여 식품 및 농산물 교역 알선을 무료로 받을 수 있습니다. ATO에 비치된 신청서에 원하는 상품에 대한 요구 사항을 기입해 팩시밀리나 우편으로 보내는 즉시 위성 전산망을 통해 3천여개에 달하는 미국의 공급업체에 전달돼 수일내에 연락을 받을 수 있죠. 물론 이같은 서비스에 따른 강제적인 구매 의무는 없습니다.”

ATO 홍보 및 프로모션 담당자인 이명행씨는 무역 알선을 위한 서비스 시스템에 대해 이렇게 설명했다. ATO는 알려진 대로 식품 및 농산물 교역에 관심있는 국내 업체를 위해 미국 상품의 무역 알선과 정보를 제공하는 미 대사관의 산하 기관.

무역 알선 외에도 긴급 구매 서비스로 2주일에 한번씩 통신망을 통해 서울로 전송된 미국 농산물과 식품 전반의 실거래 가격, 품질 등급, 공급 회사를 정보지를 통해 제공하고 있으며, 이 신상품 정보에 관심이 있는 업체는 언제든지 가입할 수 있다. 또 미국 식품 및 농산물 분야의 교역 상담과 국내 업체들이 구매하려는 상품의 생산, 가격, 시장 동



미국 농업무역관
홍보·프로모션 담당

이명행

향 등에 대한 자문 서비스를 제공하고 있다.

“국내 업체의 수입 알선과 상담, 정보 제공을 위해 교역 도서관을 설치하고 있습니다. 이 자료실에는 미국 농산물 및 식품 공급자 명단, 상품 카탈로그, 업체지, 통계 자료가 구비돼 있어 교역을 원하는 개인, 기업, 무역 대리점의 귀중한 정보원이 되고 있습니다.”

이명행씨는 미 농산물 및 식품 교역에 관심이 있는 관련 업체의 업체, 개인이 ATO를 많이 이용해 주었으면 한다고 덧붙혔다.

일반인들의 제과제빵 인식이 날로 높아지고 있다.

여성들의 자립 능력을 키우기 위해 기술교육을 실시하고 있는 YWCA는 그래서 제1회 여성기능대회 종목에 제과제빵을 비롯한 4종목을 선정했다.

“제과부문 기술교육을 실시한 것은 이제 2년 남짓이지만 벌써 서울을 비롯해 광주, 순천 등 전국 각지에서 제과 기술을 가르치고 있습니다. 수료생도 150여명을 넘고 있습니다.” 이곳에서 직업개발을 담당하고 있는 김은경 부장의 설명이다.

올해 처음 실시되는 여성기능대회는 직업교육의 사회적 인식을 높이고 여성 기술인 존중의 사회풍토를 조성하기 위해 개최되는 대회다. 시행초기인 올해는 YWCA에서 직업 교육을 받은 여성으로 대상을 한정하고 있지만 제2회 대회부터는 전 여성을 대상으로 확대 실시할 계획이라고 한다.

“동일한 직종에서 똑같은 조건으로 일을 하는데도 남성에 비해 차별적인 대우를 하는 곳이 아직도 많은 현실입니다. 또 남성이 기피



YWCA 제1회
여성기능대회 준비하는

김은경

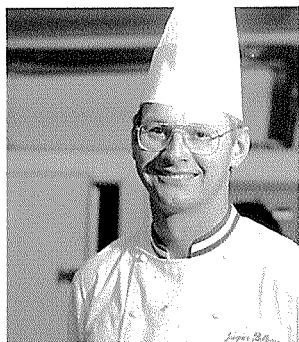
하는 일을 대체하는 수단으로 여성을 인식하는 경우도 있습니다. 여성들의 잠재력을 키워주는 것이 무엇보다 필요하다고 생각합니다.” 그녀는 기술교육을 담당하면서 부딪히는 어려움을 얘기하면서 역량을 높였다.

가뜩이나 인력난에 어려움을 겪고 있는 베이커리 업체가 이제는 그녀의 말에 귀 기울여야 할 때란 생각이다.

“지금 프랑스에서는 초콜릿을 이용한 케이크 종류 신제품이 유행하고 있습니다. 이번에 선보인 제품들이 최신 유행 품목들입니다.”

지난 9월28일 제품 실연을 마치고 인터뷰에 응한 자끄 벨랑제씨는 이틀간에 걸친 피로도 아랑곳하지 않는 듯 최신 프랑스의 제품 유행을 설명했다. 아마도 이틀간 빈자리가 없을 정도로 성황을 이룬 이번 세미나의 열기에 고무된 듯 했다.

국내 제과 수입업체인 제원인터내쇼날이 프랑스 카카오바리타에서 수입하는 초콜릿을 이용한 제품을 선보이기 위해 개최한 세미나에 초청된 자끄 벨랑제씨는 우리나라 기능장적인 MOF자격을 취득한 유명 기술인. 수많은 수상 경력과 프랑스의 ‘컬루’, ‘레퍼레이유’, ‘달



최신 프랑스 초콜릿
이용 제품 선보인

자끄 벨랑제

로와요’ 등 유명 제과점에서 근무한 경력을 갖고 있다.

현재 프리랜서인 그는 MOF에 대한 설명에서 각종 콩쿠르에서 수상한 지원자 대상으로 제품 실연 과정을 심사위원이 심사 예선과 최종 선발을 거쳐 뽑으며 지원자 중 5~10%만이 합격한다고 밝혔다.

이번 세미나에서 선보인 제품은 케이크 6제품과 초콜릿 봉봉 2제품. 프랑스 배합을 그대로 사용했고 판매를 겨냥해 형태 역시 화려한 쪽으로 선택해 참가자들의 감탄을 자아냈다. 지난 9월 26, 27일 리치몬드학원에서의 세미나에 이어 30일 부산의 세미나를 위해 짐을 꾸리는 그는 최근 프랑스의 제과 경기는 큰 변동없이 꾸준하며 시간 절약을 위해 거의 모든 베이커리에서 냉동 반죽이 보편화 추세에 있다고 덧붙였다. [21]