

프랑스 제과업체가 달라지고 있다

프랑스의 제빵업소가 감소 추세에 있다.
 산업구조의 변화로 2,000년까지 4,000개의 제빵업소가 폐업할 것으로 예견된다.
 프랑스 정부는 소형 점포의 폐업 증가 방지를 위해 향후 1년간
 슈퍼마켓의 증가를 억제하는 한편 제과점이 혼합된 점포 건립을 지원 중이다.



프랑스에는 현재 3만6천개소의 제빵업소가 있다. 전문과자점, 제과점, traiteurs(맛있는 페이스트리를 만드는 사람)을 포함한다면 제빵업소와 관련업소의 총수는 6만개소 이상, 프랑스 국민 1천명당 1개소 이상이 될 것이다.

그런데 전부가 제빵업으로서 잘되고 있는 것일까? 전혀 그렇지 않다. 현재 존재하고 있는 3만6천개소의 제빵업소는 최근 10년전 4만5천개소에서 줄어든 숫자이다. 북유럽의 다른 지역에 비해 느리긴 하지만 이러한 감소 추세는 지속되고 있다.

시장조사는 2,000년까지 4천개소의 제빵업소가 폐업할 것으로 예견된다.

프랑스에서는 아직까지 다른 유럽국가들에 비해 보다 많은 인구가 농업에 종사하고 있다. 그것은 세계 무역회담에 대한 불안을 프랑스가 가장 민감하게 느끼고 있는 이유가 된다.

그러나 프랑스인도 농장에서 마을로 마을에서 도시로 즉 땅(농업)에서 상업으로 천천히 움직이고 있다. 그렇게 되면 사회 형태도 변한다. 인구는 더욱 일을 찾아서 이동한다. 부모모두가 일을 하게 될 것이다. 마을 상점에서 쇼핑할 기회는 적어진다. 그리고 그누가 알겠는가? 이 변화된 구조가 단지 6시간 내지 8시간 동안만 신선도가 유지 되는 바게트의 우월성의 최후를 말하는 것인지를.

슈퍼마켓의 제빵업소는 바게트 그리고 다른 제품을 판매하려고 바쁘다. 독립 자영업소도 마찬가지다. 그러나 포장된 빵이 슈퍼마켓 선반을 차지하는 면적은 매년 늘어나고 또 높은 가격에 팔린다.

11월 파리의 PRISUNIC 점포에서 인스토어베이커리에서 만든 프랑스 표준 크기의 250g짜리 바게트가 3프랑 프랑 (50us 센트)에 판매되고 다른 유사한 빵들은 싸긴 했지만 jacquet에서 만든 quality mie라는 상

표명의 800g짜리 mie빵(토스트나 샌드위치에 사용하는 껍질없는 빵)은 17.4 프랑(\$2.94)에 판매되었다.

전형적인 슈퍼마켓인 30~50펜스(44~74센트)의 식빵을 판매하는 영국의 양산 제빵업체가 mie빵과 같은 부드러운 식감을 원하는 파리 점포들에 대한 양호한 수출 경로를 찾아냈다는 사실은 놀라운 일이 아니다.

그 누구도 슈퍼마켓, 그리고 도시 변두리의 큰 하이퍼마켓의 성장을 확신하지 못한다.

아마도 정반대일 것이며 이러한 새로운 점포들이 끊임없는 사회적 추세의 해결책을 제공하고 있는 것이다.

지난 연말 발표된 세가지 정부 조치가 위의 어려운 문제의 해결책으로서 후렌치 제빵업을 지키는데 도움이 될 것이다.

* news page에서 보고한 바와 같이 home-made bread와 전통적인 프랑스빵

산업을 위한 새로운 환경이 주어지고 있으며

* 소형 점포의 폐업을 증가에 관련하여 향후 1년간 새로운 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓의 증가를 전반적으로 일시 중지한다.

* operation mill villages라 불리는 계획하에 지방 정부는 현재 어떠한 점포도 갖고 있지 않는 1,000군데의 농촌을 확인하고 중앙 자금을 우체국 전화국, 식품점 그리고 원한다면 제과점이 혼합된 점포를 건립하는데 지원할 것이다.

지금까지 감소되어 왔던 빵 소비는 다른 제과 제빵업 부문보다는 느리기는 하겠지만 금세기 말까지는 증가할 것으로 예견된다. (그래프와 표참조)

양산업체들의 조사는 1991년에서 2000년 사이에 물량 증가는 매년 단지 0.5%로 예견하고 있다. 슬라이스 하여 포장된 빵의 시장 점유율이 증가할 것이다. 그러나 전문가들은 효모나 pre-dough를 사용한 매우 느린 공정으로 만들어 지는 빵 역시 다시 생산될 것으로 믿는다.

앙트르메, 바바로와, 가토를 포함한 단과자는 매년 1.1% 성장할 것이다.

뷔에노즈와리는 매년 2.5% 성장이 예견되는데 여기서 의미있는 성장은 냉동 분야로서 현재 25%에서 세기말(2000)에는 45%로 성장할 것이다.

가장 빠른 성장은 (페이스트류)에서 일어날 것이다. 이 표에서 소비량은 9년동안에 2배가 될 것으로 예상되었고, 년 증가율은 8.1%로 예상된다.

ONIC(Office National Interprofessionnel des Cereals)은 1992년의 빵시장이 3백7십만 톤, 금액으로 400억 프랑 (6십7억7천만달러) 임을 확인했다. 뷔에노즈와리를 포함하면 시장은 5백10억 프랑(\$8십6억3천만)이다.

제과점이 시장의 78%를 상위 200대 제빵회사가 시장의 16%를 그리고 기타 대. 중형 제빵업소가 시장의 6%를 차지한다.

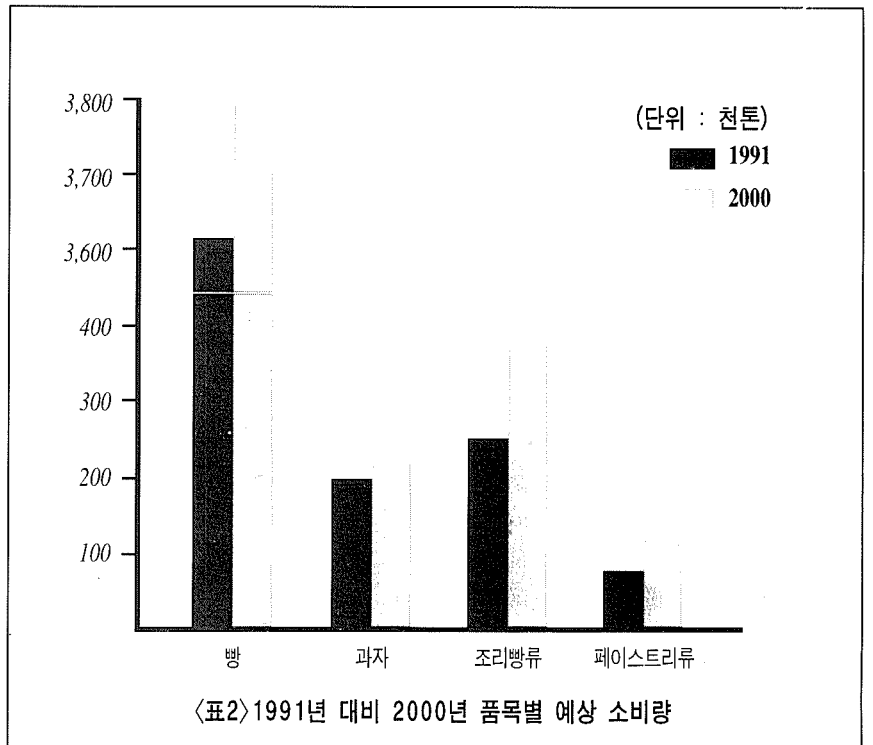
ONIC에서 발간된 보고서에 의하면 1989년 이후 밀가루 인도량이 꾸준히 증가되고 있다.

1992년에 3.9%로 16만4천828톤이 증가했으나 냉동생지와 빵을 생산하는 제빵회사에 인도된 양은 동년도에 101.7%가 증가하였으며 이것은 전통적인 구조가 얼마나 빨리 변하고 있는가를 보여 준다. [21]



면적	549,000km
인구	56,7백만
인구밀도 (km)	103
인플레이션	2,9%
실업률	12%
1인당빵소비량(연간)	51kg
제과점수	37,000~38,000
제과업계 고용인원	214,000
양산 시장규모	15,7%
인스토어 시장 규모	6,5%

〈표1〉프랑스 제과업계 시장 여건



내용 \ 연도	1980	1985	1992
* 소비(kg/1인/연)	57	53	51,1
* 시장가액(FFr 10억)	36	38	40
〈생산share〉			
제과점	87.3%	84.3%	77.7%
준양산	3%	5%	6.2%
양산	9%	10%	15.7%
기타(군, 병원 등)	0.7%	0.7%	0.4%
〈유통(판매)〉			
제과점		85.6%	79%
슈퍼마켓(2,500m ² 이상)		8.3%	9.3%
하이퍼마켓(2,500m ² 이하)		3.6%	7.6%
체인점및 케이터링		2.5%	4.1%

〈표3〉프랑스 제과제빵산업 현황