

해외정보

미국 뉴욕에 '비네가 팩토리'라는 새로운 형태의 디스카운트 푸드점이 화제를 모으고 있다. 고품질의 상품을 저렴한 가격에 살 수 있는 이 점포에는 유티퍼언 스타일 브레드가 전열돼 미국인의 생활 변화를 볼 수 있어 주목된다. 이에 본지는 빵뉴스를 번역 게재한다.

◀ 원래 식용초를 제조했던 공장에 나무판을 설치하고 무라위로 진열한 빵. 모두 유티퍼언 스타일의 시골풍으로 구워 소박한 맛을 내는 것들이다.



뉴욕, 디스카운트 고급 식품점 화제

도시 새로운 형태의 웨어 하우스 개념의 매장 전개

최근 미국의 경제불황이 계속되고 있는 가운데, 질높은 상품을 가능한 저렴한 가격에 제공하는 소매점의 기본을 재평가한 새로운 형태의 디스카운트 스토어와 아웃렛이 부상하고 있다. 이러한 가운데 새로운 형태의 푸드 소매점으로 뉴욕의 '비네가 팩토리'가 주목을 받고 있다. 이곳은 유통 경로를 생략하고 내장이나 설비 등의 코스트를 낮춤으로써 고급 식품을 파격적으로 저렴하게 판매하는 소위 디스카운트 고급 식품점이다. 이와 더불어 베이커리의 전문가로서 뉴욕에서도 그 이름이 익히 알려진 이라이 제이버씨의 경영과 그의 오리진얼 브레드가 이 점포의 주요 상품인 것도 화제를 모으고 있는 이유중의 하나다.

코스트를 낮춤으로써 고급제품 저렴하게 제공

'웨어 하우스'란 창고란 의미. 그 이름대로 학교 체육관만한 크기의 창고와 같은 점포에 상품을 박스채로 늘어놓고 대량으로 저렴하게 판매하는 웨어하우스 스토어는 1980년대 후반부터 미국 전역에서 급격한 성장을 이뤘다. 세계 각국의 유통업계 관계자들로부터 주목을 받고 있다.

단, 웨어하우스 스토어의 대부분은 점포 크기가 1만 평방미터의 거대한 공간을 확보해야 하고 주차장도 설치해야 하므로 지대가 싼 교외에 많이 위치해 있다. 그러나 보다 좋은 물건을 조금이라도 값싸게 구입하고자 하는 욕구는 도시에 사는 소비자도 마찬가지이다. 오히려 물가가 높은 도심에 이러한 디스카운트 스토어가 필요하다고 할 수 있다.

이러한 니즈에 부응하여 "유통경로를 생략하고 동시에 내장과 설비 코스트를 줄여 상품을 파격적으로 싸게 제공한다"는 웨어하우스 스토어의 컨셉을 그대로 도시형으로 옮긴 것이, 작년 가을 뉴욕 중심부 맨하탄에 탄생한 '비네가 팩토리'이다. 이 점포는 원래 식용초를 제조했던 공장 건물을 최소한 필요한 부분만 개조했다. (비네가 팩토리란 점포명은 여기에서 따온 말이다) 콘크리트벽이나 바닥에는 철근주가 그대로 드러나 있고 난방용 스틱이 통하는 금속 파이프가 둘러져 있는 천정에는 전등조명과 낡은 환풍기가 늘어져 있다.

냉장 케이스가 있다고는 하지만 수퍼마켓에 있는 것과 같은 스타일 전열장은 찾아볼 수 없다. 상품은 커다란 나무로 된 작업

대나 파이프로 조립한 간이책장 등에 아무렇게 전열돼 있으며, 골판지나 나무상자채로 쌓여 있는 것도 적지 않다. 게다가 계산대는 베니아판으로 되어 있고 입구 출입문도 빌딩 뒷문이나 있는 철문이 고작이다.

그러나 낡은 공장의 모습을 하고 있는 이 점포가 웬지 모르게 향수를 불러 일으키는 분위기여서 오히려 획기적인 수퍼마켓에 익숙해진 뉴욕맨에게 신선한 인상을 주고 있다. 물론 이러한 점포의 전개가 설비 코스트가 들지 않는다는 이유외에도, 그리운 옛날 시장풍의 이미지를 의도적으로 만들었다는 것은 말할 필요도 없다.

이 점포의 주인 이라이 제이버씨는 맨하탄에서 가장 규모가 크고 전통이 있는 고급 식료품점 '제이버스'를 경영하는 제이버가의 출신으로 베이커로서 뿐만 아니라 푸드 전문가로서도 일반인에게 그 이름이 잘 알려진 존재다. 그는 이미 맨하탄 중심지에 '이트'라는 델리카트슨 & 카페테리아도 경영하고 있으며 인기상품이나 유통경로에 대해서도 정통한 지식을 갖고 있다. 이러한 그의 오랜 경험과 폭넓은 인맥이 바로 비네가 팩토리의 출현을 가져온 것이다.

미국인 유러피언 브레드 선호

비네가 팩토리에서 취급하는 것은 귀한 과일이나 허브 등도 갖춘 신선한 야채와 과일, 고급식품점에서만 판매되는 질 높은 가공식품 및 수입식품, 점포내 주방에서 조리된 레스토랑 수준의 샐러드, 200여 종류 이상이나 되는 치즈, 원두커피와 올리브 열매, 너트 등 무계를 달아서 파는 식재, 그리고 인기 높은 이라이 제이버씨의 빵 등이 주요 상품이다.

보통 구루메 스토어에 비하면 상품 아이템은 한정돼 있지만 식(食)에 까다로운 미식가들의 니즈를 정확하게 갖춘 상품을 구비하고 있는 것이다.

가격은 타 점포에 비해 20~30% 저렴하다. 그 중에는 반액에 가까운 것도 있으며 지금까지 화려한 고급 식품점만 찾던 사람들이 이 점포에서 가격과피를 보고 놀라움을 감추지 못하고 있다.

그런데 일반 슈퍼마켓에 진열돼 있는 내쇼널 브랜드 상품은 이 점포에서는 일체 취급하지 않는다. 확실하게 팔리는 지명도가 높은 브랜드는 오히려 배제하고, 고급식품점

에서만 살 수 있는 고급 식품을 파격적인 가격에 제공한다는 이 점포의 컨셉이 정확하게 맞아떨어졌다고 해야 할 것이다.

한편, 빵을 만드는데 남다른 열정을 가지고 있는 제이버씨가 가장 관심을 기울이고 있는 곳은 빵코너다. 커다란 테이블과 같은 나무 책상위에 진열된 빵은 25종류 정도. 어느 것 하나 유러피언 컨트리 브레드가 아닌 것이 없는 소박한 빵들이다.


최근 미국에서도 그 이름이 알려지게 된 차바타, 타스칸, 호카차 등 이탈리아인 브레드, 피셀 등의 후렌치 브레드를 비롯해 홀위트, 멀티 그레인, 은은한 산미와 독특한 향으로 유명한 샌프란시스코 사와도우(미국에서 사와도우는 샌프란시스코의 명물로 유명), 뉴욕인이 좋아하는 주이슈 라이나, 흑갈색의 폼파니겔 등 모두 외피를 단단하게 구운 하드케 빵이다.

또 같은 사와도우나 홀위트라 해도 세모리나나 오가닉 등 여러가지 밀가루를 사용한 것이 있어 빵을 까다롭게 고르는 고객을 만족시키고 있다. 어느 빵이든 직경 20cm인 풀형이나 비슷한 크기의 로프형의 소박

한 형(1.75~2.5센트)으로 무게감이 있는 제품이다. 한번 시험삼아 사기에도 좋도록 1인분용의 미니롤(40~70센트)도 구비돼 있다. 이들 빵은 이 점포에서 수십미터 떨어진 곳에 있는 공장에서 운반된 갓구워낸 것들이다.

이외에도 뉴욕의 명물빵인 아메리칸 타입의 머핀 등도 인기가 좋다.

어쨌든 이 비네가 팩토리의 빵코너를 살펴보면 얼마전까지만 해도 희고 부드러운 빵을 선호한 대부분의 미국인들이 요 몇년 사이에 완전히 '맛있는 빵'에 대해 눈이 트인 것을 알 수 있다.

또한 제이버씨의 브랜드인 '이라이즈 브레드'는 작년까지 이트와 극히 일부 점포에서밖에 살 수 없었는데, 작년부터 본격적인 마케팅 확대를 꾀하여 현재는 중상층을 대상으로 한 대형 슈퍼마켓에서도 판매되고 있다. 

▼ 매장 코너 바로 옆에 있는 커피매장도 인기가 높은 코너중의 하나. 요즘 미국은 커피붐으로 진한 커피를 좋아하는 사람이 늘어나고 있다.

