

유럽 통합에 따른 유럽 각국의 시장 변화

스페인, 베네룩스 3국, 영국의 '오늘'

스페인 냉동식품이 늘고 있다

스페인에서는 현재 전국적으로 질과 양 모두에 걸쳐 베이커리 시장이 변하고 있다. 우선 소규모 제과점이 점차 사라지고 있으며 소그룹 형태로 상호 합병하는 형태가 늘고 있다. 기술 인력난이 업계의 현안으로 떠오르고 있는 가운데 대기업들의 시장점유율은 더욱 높아지고 있다.

한편 시장 변화에서 두드러진 것은 냉동식품 시장이 급증하고 있다는 점이다. 이들 상품 중 인기있는 제품은 크로와상, 치즈 케이크, 애플 파이 등이며 이외에도 통밀이나 섬유질이 강화된 재료를 사용한 케이크와 비스킷도 더욱 인기를 모으고 있다.

베네룩스 3국, 패스트푸드 붐

벨기에, 룩셈부르크, 네덜란드 등 베네룩스 3국은 프랑스 음식문화의 영향을 강하게 받고 있는 나라다. 벨기에의 페이스트리는 프랑스와 같이 크림, 초콜릿을 이용한 것이 주류를 이루고 있고 양과자의 크기는 네덜란드보다 작다. 두 나라 모두 전통적인 배합에 의존한다는 점도 프랑스와 유사하다.

반면 네덜란드는 휘핑크림과 사과를 많이 사용하고 제품의 크기와 무게도 상대적으로 크고 무겁다. 또한 프리믹스 사용이 일반화되어 있으며 신상품에 대해 상당히 개방적인 자세를 보인다.

현재 네덜란드에는 인구 1,500만명에 3,250개의 일반 제과점이 있으며 전체 시장의 45%를 점유하고 있고, 벨기에에는 인구 1,000만명에 6,000개의 일반 제과점이 70%의 점유율을 보이고 있다.

그러나 최근 대형 슈퍼마켓 체인점들이 즉석 제조 시스템을 도입, 시장 공략에 나서면서 지속적으로 시장점

유율이 떨어지고 있는 상황이다.

베네룩스 3국의 두드러진 변화는 일반 제과점들이 패스트푸드 붐에 편승하는 모습을 들 수 있다. 즉 점포 안에 간이 판매대를 설치하고 스낵류를 판매해 좋은 반응을 얻고 있는 것이다.

또한 페이스트리에 대한 선호도가 떨어지고 있는 대신 과일을 충전한 토르텐의 판매량이 늘고 있는 것도 한 특징이다.

이들 제품은 피자처럼 조각으로 판매돼 핵가족화와 간편식 선호 추세에 부응하고 있다. 베네룩스 3국에서는 미국, 영국, 독일 등과 달리 건강 제품이 거의 관심을 끌지 못하고 있다는 점 또한 특색있다.

영국, 슈퍼마켓 강세 속에 '냉동' 비중 늘어

영국에서는 슈퍼마켓의 베이커리 시장 점유율이 높는데 이들 슈퍼마켓에서는 최근 조각 케이크, 미니 스위스롤, 잼 타르트, 커스타드 타르트 등의 판매 비중을 높이고 있다.

시장에서 밀리고 있는 일반 제과점은 생크림 과자류의 판매가 늘어나면서 밝은 분위기다. 그러나 슈퍼마켓이 여전히 강세를 보이기 때문에 이런 분위기가 계속 이어질지는 미지수다.

한편 집에서 구워 먹을 수 있는 냉동제품의 판매가 크게 늘고 있는 것이 두드러진다. 냉동제품은 빵류를 비롯, 스펀지 푸딩과 같은 디저트류, 파이, 치즈 케이크 등에 걸쳐 다양하다.

커스타드 타르트, 크림이나 과일이 충전된 파이 등과 같은 냉동 케이크는 일반 케이크보다 취급이 편리하다. 이에 따라 영국 일반 제과점에서는 케이스에 포장된 이들 제품을 외부에서 구입, 현장에서 구워 판매하는 추세다. 