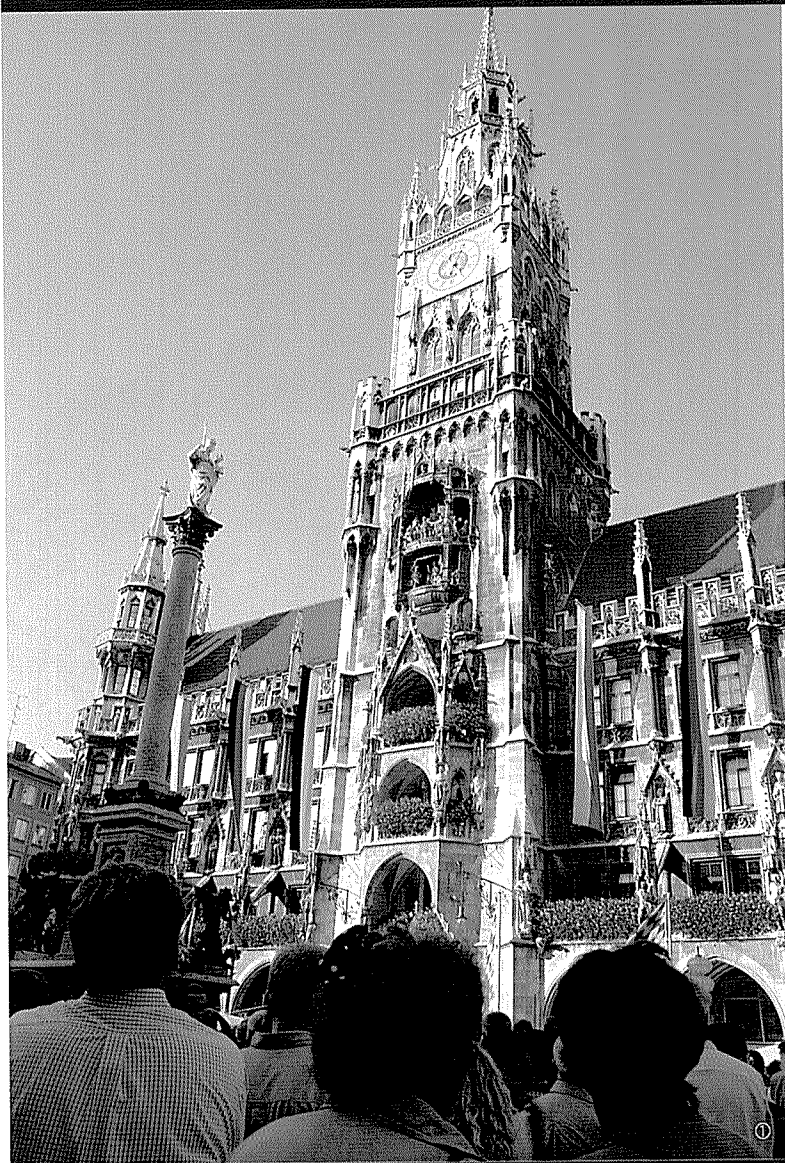


베이커리 산업박람회 이바쇼 대장정의 막내려

국내 업체 3사 처녀 출품에 각국에서 온 바이어들 큰 관심

■ 취재 · 사진 / 홍성대 sdhong@mbakery.co.kr



- ① 뮌헨은 올 가을 두가지 큰 행사를 맞아 도시 전체가 축제분위기 일색. 독일인들뿐만 아니라 전 유럽에서 주목하는 맥주 축제가 열렸는가 하면 제과제빵 산업박람회인 이바쇼가 무역전시장에서 개최돼 전 세계 제과인들의 관심을 불러 일으켰다. 사진은 뮌헨을 찾은 관광객들이 마리아광장에서 시청사의 타종식을 보고 있는 광경.
- ② 전시장 입구. 관람객들은 매표구에서 1인당 24마르크의 입장권을 사고 무인개표기를 통해 전시장에 들어서게 된다.
- ③ 이바쇼는 전체출품 아이템중에서 압도적으로 장비류의 출품이 많다. 특히 이번 박람회에서는 다양한 오븐이 선을 보였는데 마케팅을 이용한 홍보전략이 눈길을 끈다.

전세계 제과인들의 눈길을 끈 베이커리 산업박람회 이바(iba)쇼가 9월 29일부터 10월 5일까지 독일 뮌헨의 무역전시장에서 대장정의 막을 내렸다. 독립자영제과점 22,000개의 이익을 대변하는 독일 제과제빵산업협회 주최로 열린 이바쇼는 129,000㎡의 전시면적에 A1~A6, B2~B6, C3 등 총 12개의 전시관(총면적 78,689㎡)에서 베이커리업계와 관련된 기계·기구류, 각종 설비, 원부재료 등에 관한 최신의 기술을 선보였다.

특히 금년 이바쇼에는 사상 처음으로 우정공업(소도구류), 두리메링게(메링게와 웨딩꽃), 쥘빌리(포토케이크 장비, 메링게) 등 유럽 및 세계시장을 겨냥한 국내 베이커리 관련 산업체 3사가 처녀 출품함으로써 우리 베이커리 관련산업의 현 수준을 가늠해 볼 수 있는 계기가 되었는데, 이들 업체를 모두가 참여결과에 대해서는 대체적으로 만족하는 것으로 알려졌다. 3년마다 한번씩 개최되는 이바쇼는 금년으로 18번째를 맞이했으며 유럽을 중심으로 전세계에서 36개 나라들이 자국의 상품을 들고 세계시장을



iba show



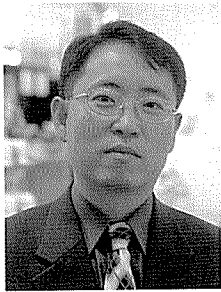
- ④ 주최측 한스볼텐 회장이 제과협회 참관단들을 위해 환영인사를 하고 있다.
- ⑤ 독일인이 제일 사랑하는 프레첼. 천장에서부터 줄을 늘어 프레첼로 장식을 했다.
- ⑥ 역시 아이들의 눈길을 끄는 건 케이크 데커레이션.
- ⑦ 샌드위치용 진열장.
- ⑧ 할로윈데이용 선물 포장상자. 이밖에도 크리스마스, 결혼식 등 기념일이나 축제에 사용되는 선물을 상자가 캐릭터와 함께 꾸며져 쉽게 이벤트상품을 준비할 수 있다.
- ⑨ 아이스크림 샌드위치 샐러드 등 다양한 아이템을 소화할 수 있는 유선형의 복합진열장이 눈길을 끈다.

겨냥한 열띤 판촉전을 펼쳤다. 출품부스 마감후에도 16개 업체가 추가로 접수함에 따라 2년전인 1998년 뒤셀도르프 박람회 때에 비해 77개사가 더 늘어난 1,041개업체가 참가한 것으로 집계됐다. 나라별로는 접수 마감일까지 참여한 업체 1025개중에서 독일이 513개사, 외국업체 512개사가 참가했으며, 방문객수는 오스트리아, 이태리, 스페인, 프랑스, 네덜란드, 덴마크 등 유럽 각국과 러시아, 미국을 비롯 아시아에서는 한국, 중국, 인도, 일본 등 전부 108개국에서 82,194명이 박람회장을 찾은 것으로 나타났다. (1998년 93,050) 18회 이바쇼 만족도에 대한 참여업체들의 평가는 전체의 77%가 만족하거나 대단히 만족하다는 것으로 나왔으며, 방문객들의 86%는 이번 박람회가 질적으로 수준이 높은 행사였다고 응답한 것으로 주최측은 분석했다. 특히 행사 운영측은 물론 참여업체나 방문객 모두 새로운 뮌헨무역전시장에서 처음 열린 이바쇼에 대해서 매우 긍정적으로 생각하고 있으며 2006년에 다시 뮌헨에서 열리기를 희망하는 것으로 조사됐다.

한편, 제19회 이바쇼는 3년뒤인 2003년에 뒤셀도르프에서 열린다.

Interview

이바쇼(iba)하면 베이커리 관련 전문전시회로는 세계에서 가장 규모가 큰 행사라고 할 수 있다. 그러나 우리 업체들은 그동안 부스출품을 통하여 자신들의 상품을 세계에 알리는 것은 매우 힘든 일이라고만 생각했다. 그러나 금년 이바쇼에는 세계와의 경쟁을 위하여 첫발을 내디딘 국내업체들이 이바쇼 박람회장에 모습을 나타냄으로써 해외 시장 확대라는 긍정적인 효과와 아울러 전시장을 찾은 국내 방문객들에게 자긍심을 심어주기도 했다.



두리메링게 전호영사장

‘해외시장 진출의 교두보로 삼을 계획’

(주)두리메링게 전호영사장

두리메링게 전호영사장은 이번 박람회에 메링게 꽃 웨딩꽃을 출품, 박람회장을 찾은 사람들에게 가격과 품질면에서 호평을 받았다. 그는 “해외 시장 진출과 세계시장을 겨냥한 새로운 제품개발에 도전해 보기 위하여 이바쇼에 참가했다”며 “미국, 영국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 이스라엘 등에서 온 바이어들은 우리의 생산능력이나 기술에 큰 관심을 나타냈으며, 2003년도 뒤셀도르프 이바쇼에도 참가를 할 계획”이라고 밝혔다.

“올 12월까지 선적을 원하는 바이어들도 있었으나 내수용 크리스마스 제품 생산물량 때문에 내년 1월분부터 선적기로 구매계약을 마치는 등 박람회 결과에 대만족”이라는 전사장은 앞으로도 해외시장 진출에 총력을 기울일 계획이다. 두리메링게가 이번 박람회 참가를 위해 투자한 금액은 부스비용, 인테리어, 카탈로그, 항공료, 숙박비 등 모두 약 3,000여 만원이 소요된 것으로 알려졌는데, 아이টে็ม으로는 바이어들에게 큰 관심을 받았으나 부스 인테리어나 제품 디스플레이 면에서 개선해야 할 필요를 느꼈다고 한다.



▲ 두리메링게는 바이어들에게 가격과 품질면에서 호평을 받아 앞으로 적극적인 해외시장 개척에 나설 계획.



우정공업 지종민상무

‘유럽 미주지역 바이어들에게 호평 받아’

우정공업 지종민상무

소도구 전문업체로 잘 알려져 있는 우정공업. 이 회사는 역시 자신들의 전문 품목인 빵팬류, 소도구류, 스테인레스제품, 불, 찻쌀방아기계 등을 이바쇼에 선보였다. 지종민상무는 “우리 상품에 대한 세계시장의 반응을 타진, 수출시장을 모색해 보기 위해서 참가했으며, 특히 유럽, 아랍권 국가, 미주지역 바이어들이 관심을 보였다”고. 그는 “아직까지 상담이후 구매까지 이어진 않았지만 이들 바이어들의 관심은 가격과 품질 모두를 만족해 하는 것 같았다”며 “참여결과를 더 세밀히 분석하여 향후의 진로를 결정할 것”이라고 밝혔다. 지종민상무는 앞으로 “대륙별로 2년에 한번 정도는 해외 전시회에 참가할 계획이며, 이번 박람회 참여를 계기로 제품질 향상에 더욱 노력할 생각”이라고 한다. 우정공업이 이번 이바쇼에 참가한 비용은 약 2,500여만원 정도가 소요됐다.



▲ 우정공업은 이번에 빵팬류, 소도구류, 스테인레스제품, 불, 찻쌀방아기계 등을 선보였다

‘해외시장에서 인정 받는 포토케이크 시스템’

(주)쥬빌리 김영환사장

쥬빌리는 포토케이크 시스템, 용지와 잉크, 설탕 메링게 장식을 출품, 바이어들에게 관심을 끌었다. 특히 ALL IN ONE SYSTEM으로 불리는 포토케이크 시스템은 한 대를 가지고 케이크 프린팅까지 가능한 제품으로 송수신의 기능까지 가지고 있어서 매장에서 직접 본사와 연결된 중앙컴퓨터와의 교신을 통해 손님이 원하는 이미지를 자유롭게 선택할 수 있고 3분 정도면 이미지를 수신 포토케이크를 만들 수 있는 제품. 김사장은 “400여개의 점포를 가지고 있는 남아공의 슈퍼체인업체가 50대 정도를 수입할 의사를 밝혀 지금은 가격 협상 중이고 그외의 중소베이커들의 관심도 컸다”고 밝혔다. 쥬빌리는 이밖에도 포토케이크용 용지와 종이를 국산화하여 좋은 반응을 얻었으며 설탕 메링게 역시 가격과 품질면에서 호평을 받았다.