

크리스마스 매출 15~20% 신장 예상

불경기일수록 케이크 판매는 호기, 판매 단가는 하향 조정

〈취재·김미선〉

음츠러든 소비 심리가 좀처럼 살아날 기미를 보이지 않는 가운데 제과업계는 올해 마지막 특수절 '크리스마스'를 앞두고 있다. 프랜차이즈 업체들은 크리스마스 시장을 앞두고 올해의 불경기가 전화위복이 되어서 좋은 기회가 될 것으로 예상하고, 업체마다 크리스마스를 겨냥한 신제품 출시와 이벤트 마련등 여느 해와 다름없이 분주하다.

이들 업체들이 올해 크리스마스 시장에 대해 조심스러운 낙관을 보이는 이유는 첫째, 전통적으로 불경기일수록 크리스마스 케이크의 매출은 오히려 상승하는 경향을 보였고, 둘째, 올해 크리스마스가 주말과 상관없는 평일이기 때문이다. 실제로

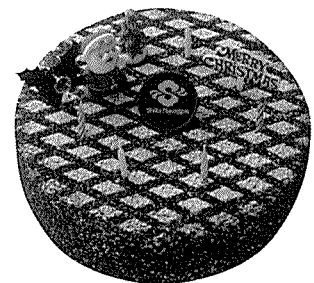
지난 IMF 직후 크리스마스 케이크 매출은 급격하게 늘었다. 경기가 어려울수록 외식을 줄이고 케이크 하나로 온 가족이 크리스마스 분위기를 즐기는 사례가 많았기 때문이다.

크리스마스가 주말과 멀어질수록 여행과 외식을 계획하는 경우가 줄어 제과업계로서는 호재에 해당한다. 다행히 올해 크리스마스가 목요일이어서 요일에 따른 매출 감소는 아슬아슬하게 빚겨 간 것으로 보고 있다.

업체마다 주력 케이크의 가격을 전년에 비해 1,000~2,000원 정도 낮게 책정해 크리스마스 제과시장이 불경기를 아예 빚겨갈 수는 없음을 드러냈다.

●● 파리바게뜨는 올해 크리스마스의 컨셉을 '세상이 행복해지는 소원 - 파리바게뜨 Wishing Tree 페스티벌'로 정하고, 대대적인 크리스마스 행사에 돌입했다. 삼성동 코엑스몰에 11m 상당의 'Wishing Tree'를 설치해 고객이 직접 적은 소원을 매달아 주고, 참가 고객 중 24명을 추첨해 1인당 100만 원 이하의 소원을 들어줄 계획이다. 파리바게뜨의 크리스마스 기획 제품은 지난해와 비슷한 특징을 보인다. 생크림 케이크를 기본으로 무스, 슈폰, 치즈 등 다양한 케이크 종류를 마련하고, 케이크의 가격을 13,000~32,000원으로 가격대를 다양화해 고객의 선택폭을 넓혔다. 파리바게뜨는 주력 가격대인 16,000원 이상 구매 고객에게 벨기에산 무알코올 샴페인과 WISHING CARD를 제공할 계획이다.

●● 크라운베이커리는 올해 20% 정도의 매출 신장을 예상하고 있다. 크라운베이커리는 크리스마스 기획 제품을 시즌 상품에만 한정하지 않고 지난해 '화이트 티라미수'의 사례처럼 시즌이 끝나도 오래도록 팔릴 수 있는 신제품을 중심으로 기획하고 있다. 수플레 타입의 치즈케이크 '포쉬케익', 초콜릿과 생크림이 베일리스(술)와 어우러진 '쇼코 크레마', 생크림과 키르슈가 만난 '체리쉬' 등이 이번 크리스마스를 겨냥해 출시된 케이크 제품이다. 주력 아이템은 17,000원 대에 집중해 있다. 한편 파네토네, 팡도르 등의 빵류 기획 제품도 눈길을 끈다. 크라운베이커리가 올해 판매하는 크리스마스 빵류는 과일을 이용한 빵류로 유명한 이탈리아 Bauli 직수입품이다.



●● 신라명과는 총 17품목의 크리스마스 기획 제품을 선보였다. 전년 대비 15% 정도의 매출 신장을 예상하는 이 업체는 전년과 동일하게 15,000원 이상 구매 고객에게 무알코올 샴페인, 케이크 장식용 머랭, 2004년 캘린더 등 푸짐한 증정품을 제공한다. 신라명과는 올해의 행사 테마를 '크리스마스엔 축복과 사랑이 가득하세요~'로 정하고 슈폰 케이크와 무스 케이크를 대폭 강화했다.