



식품부문 세일즈 & 마케팅 담당
폴 할러웨이(Paul Halliwell)씨.

아시아 지역 마케팅 담당자 폴 할리웰

카카오 바리의 2004 특급 프로젝트 전격 공개

세계 최대의 생산량을 자랑하는 프랑스의 초콜릿 브랜드 '카카오 바리(Cacao Barry)'.

생산량이 많다는 것은 그만큼 제품을 찾는 고객이 많다는 사실을 의미한다. 카카오 바리의 어떤 점이 고객들을 사로잡은 것일까? 한국을 찾은 아시아 지역 마케팅 담당자 폴 할리웰(Paul Halliwell)씨가 그 비결을 알려주었다.

글 · 허윤정 기자 | 사진 · 안성철

카카오 바리는 품목이나 생산량 면에서 세계 최대로 '가장 널리 쓰이는 초콜릿'으로 유명합니다.

특별한 마케팅 노하우(Know-How)가 있습니까?

카카오 바리는 바리 칼보(Barry Callebaut)사(社)의 초콜릿 브랜드 모(母)회사인 바리 칼보사는 초콜릿 뿐 아니라 제과, 제빵, 아이스크림 등 총 1천500종 이상의 품목을 보유하고 있는 거대 식음료 기업입니다.

카카오 바리는 소비자들이 초콜릿에 관한 모든 품목을 구매할 수 있도록 사업 방향을 기획하고 있습니다. 미식가적 입맛을 갖춘 고객들의 요구에 부합하기 위해 다양하고 고급스러운 제품을 생산하는 것이죠. 150년간 쌓아온 방대한 경험과 지식 또한 고객들에게 카카오 바리의 개성을 전하고 새로운 아이템을 제시하는 중요한 역할을 합니다.

다른 초콜릿 브랜드와 차별화되는 카카오 바리 제품만의 장점과 특성을 말씀해 주십시오.

무엇보다 높은 품질과 함께 합리적인 가격까지 갖췄다는 사실이 가장 큰 장점입니다. 원료 선택부터 완제품 생산까지 까다로운 품질 기준을 통과해야만 비로소 소비자들에게 선보일 수 있도록 회사에서 자체적으로 엄격한 관리 시스템을 운영하고 있습니다.

카카오 바리는 초콜릿 업계의 '선구자' 역할을 하는 브랜드로 특별한 맛을 선호하는 미식가들을 위해 활발한 제품 개발을 하고 있습니다. 초콜릿 자체 뿐 아니라 초콜릿을 이용한 가공품에 있어서도 타사와 비교할 수 없는 방대한 종류를 자랑합니다.

다른 지역에 비해 아시아인, 특히 한국인이 좋아하는 초콜릿 맛이 있습니까?

일반적으로 한국을 비롯한 아시아 지역에서는 프랑스와 비교했을 때 달콤한 맛을 선호합니다. 일반 소비자들이 밀크 초콜릿을 좋아하는 반면 제과 기술인은 다크 초콜릿에 대한 선호도가 훨씬 높습니다. 한국에서의 카카오 바리 제품은 제과 재료로 쓰이는 다크

초콜릿의 판매 비율이 월등하게 높습니다. 아무래도 제품의 맛이 잘 살리기 위해서는 다크 초콜릿을 사용하는 것이 좋기 때문이죠.

2004년에 유행할 초콜릿의 트렌드에 대해 말씀해 주십시오. 얼마 남지 않은 발렌타인데이에 어울리는 아이템은 무엇이라고 생각하십니까?

독특한 맛이 가미된 씹살한 초콜릿이 인기가 높아지고 있는 것이 최근 경향입니다. 요즘 소비자들은 상당히 예민한 미각을 갖고 있으며, 신제품에 대한 욕구도 점점 높아지고 있습니다. 따라서 특정한 품목 보다는 다양한 제품이 널리 애용될 것이라고 생각합니다. 이번 발렌타인데이를 겨냥한 신제품 '하트형 몰드'로 작은 초콜릿 상자를 만든 다음 안에 작은 하트형 초콜릿을 가득 채워 선물해 보세요. 상자까지 달콤한 초콜릿으로 만들어져 더욱 사랑스러운 선물이 되지 않을까요?

한국의 제과인들은 새로운 카카오 바리 제품을 고대하고 있습니다. 내년에 선보일 신제품과 사업 계획에 대해 말씀해 주십시오.

한국의 소비자들에게 최신 제품과 소식을 전하기 위해 여러모로 노력을 기울이고 있습니다. 미식가들을 위한 고품격 비즈니스에 주력하는 한편 수준 높은 세미나를 통해 다양한 제품을 선보일 예정입니다.

카카오 바리가 올해 하반기에 출시한 제품인 '마이크로 버터(Micro Butter)'와 '가나슈 아 라 카르뜨(Ganache a la Carte)'가 좋은 반응을 얻고 있어요. 마이크로 버터는 카카오 버터를 분말화한 제품으로 젤라틴 대신 쓸 수 있으며 템퍼링에 매우 효과적입니다. 가나슈 아 라 카르뜨는 필링용 완제품 크림으로 유효기간이 1년인 획기적인 상품이죠.

이밖에도 내년에 판매 계획중인 신제품이 매우 많습니다. 앞으로도 지금처럼 혁신적인 제품 개발에 선구자로서 식음료 사업에서 그 위치를 확고히 다질 것입니다. ㉞