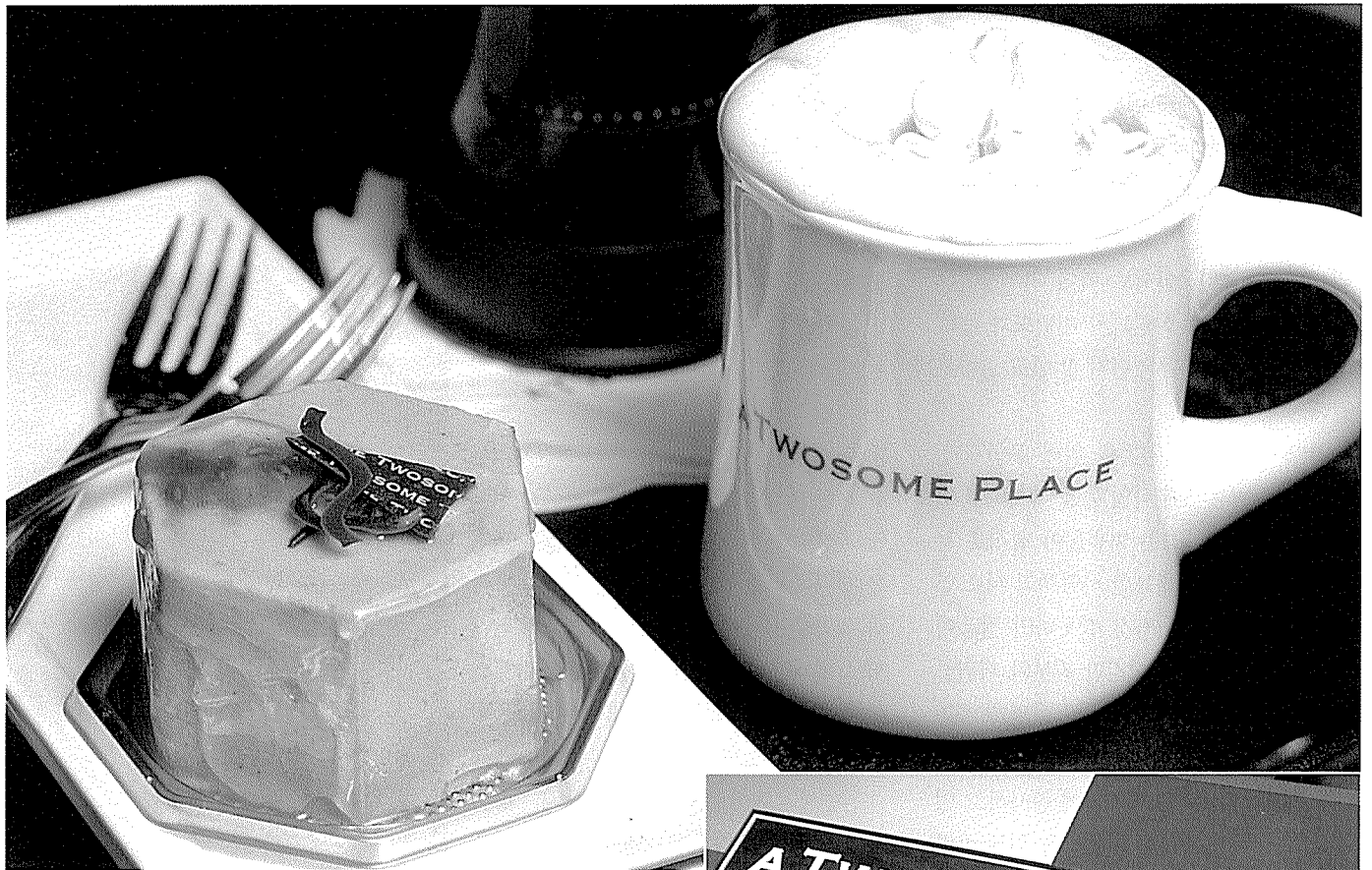


투썸플레이스 강남점

베이커리카페의 명품화 선언

글 · 김미선 기자 | 사진 · 차지현



지난 해 12월 20일 업계의 오랜 궁금증을 한방에 해소시키며 투썸플레이스가 2호점 시대의 막을 올렸다. '새로운 트렌드의 집합지' 강남역에 위치한 투썸플레이스 2호점은 1호 신촌점에 비해 한결 성숙된 모습을 선보였다.

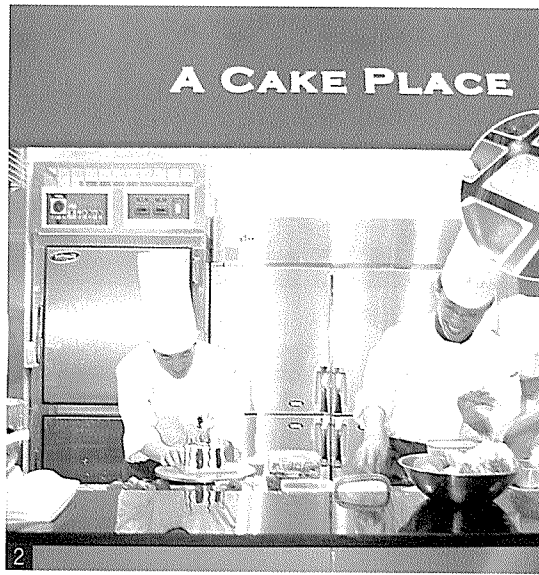
신촌점이 투썸플레이스의 브랜드 인지도를 넓혀 나가는데 주력했다면, 강남점은 베이커리 카페의 명품 브랜드로서 차별화된 이미지를 구축하는데 초점을 맞췄다. 강남점 오픈과 발맞춰 만든 신조어 '투썸족' 또한 제과 본고장 유럽의 정통성을 중시하면서 새로운 먹거리 트렌드를 선도해나가는 도회적인 젊은층을 의미한다.

강남점은 이들 '투썸족'의 까다로운 감각을 만족시키기 위한 다양한 먹을거리, 볼거리, 휴식거리로 가득 찬 공간으로 꾸몄다. '도심에서 찾는 자연의 휴식'이라는 투썸플레이스의 인테리어 기본 컨셉에 충실하면서 실내조명을 좀 더 밝혀 여성스러운 아늑함을 강조했다. 독특한 공간 연출을 위해 기획된 복층구조는 오히려 고급스러운 매장을 만드는데 한몫한다. 테이블 간격도 넉넉하게 여

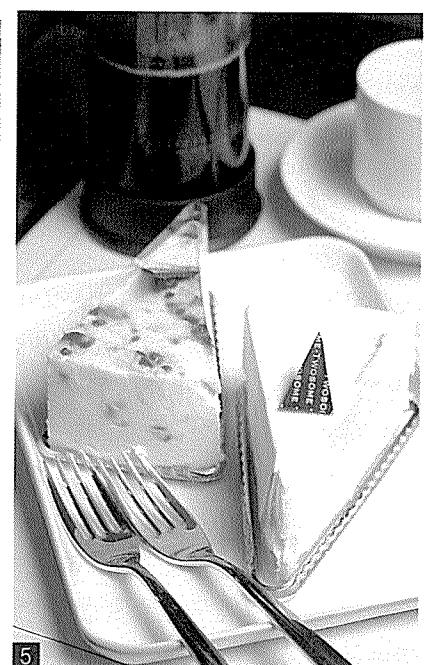
유를 주어 고객이 단 일분을 앓아 있더라도 자신만의 편안함을 느낄 수 있도록 배려했다. 매장을 잘 살펴보면 소파를 감싸고 있는 천이 제각기 다르다는 것이 눈에 띈다. 이 또한 다른 사람과 전혀 다른 자기 나름대로의 개성을 중시하는 '투썸족'의 특성을 반영한 결과다.

'투썸족'의 문화 중 테이크아웃을 빼놓을 수 없다. 강남점은 매출의 60%에 달하는 테이크아웃 고객을 위해 샌드위치, 샐러드 등의 아침메뉴 개발에 각별한 신경을 쏟고 있다. 주력품목인 유기농 커피와 곁들일 만한 페이스트리, 머핀과 스콘을 항상 신선한 상태로 제공하는 것도 테이크아웃 고객을 끌어들이는데 한몫한다.

강남점의 자랑거리로는 단연 대형 후드(Hood) 아래에서 주문과



1. 투썸플레이스의 모든 시스템은 최첨단을 자랑한다. 고객은 전광판에서 자신의 주문 번호를 확인하고 제품을 픽업할 수 있다.
2. 강남점의 자랑거리인 케이크를 위한 개방형 독립 부스.
3. 투썸에 가면 오일 절임 피망, 와인 식초, 호두 오일 등 빵과 곁들일 수 있는 식재료들을 만날 수 있다. 깔끔하고 심플한 이미지의 컵, 풍두 팻, 텀블러는 정통 유럽풍 카페로서의 이미지를 강조한다.
4. 강남점은 시즌별로 전개하는 각종 행사를 고객들에게 확실하게 알리기 위한 제품 디스플레이에 남다른 노력을 기울였다. 좀 더 온화하고 밝아진 실내조명은 세련된 느낌을 준다.
5. 투썸플레이스의 새로운 히트작 '라즈베리 치즈 케익'과 '플레인 치즈 케익'. 아이스크림을 먹는 듯한 사각사각한 식감과 농 짙은 크림치즈는 젊은층의 입맛을 사로잡는다.



동시에 만드는 핫(Hot) 샌드위치와 데코레이션의 전 과정을 공개하는 케이크 부스를 꼽을 수 있다. 강남점을 책임 맡은 김기성 점장은 “고객들의 호기심을 자극하고 신선한 먹거리 공간으로서의 신뢰를 확보한다는 점에서 매우 효과적”이라고 개방형 독립 부스의 장점을 설명한다.

앞으로 투썸플레이스는 지금보다 훨씬 빠른 행보를 보여줄 예정

이다. 대학로, 압구정, 명동 등 젊은 층이 많이 모이는 지역에 대형 점포를 올해 안에 두 개 정도 추가 오픈하고, 다양한 입지에 속속 파고들 수 있는 소규모 점포 모델도 개발 중이다. CJ(주)베이커리 사업부의 야심작 투썸플레이스는 제과점이 펼칠 수 있는 가능성의 세계를 한 단계 업그레이드한데 이어, 앞으로 두 단계, 세 단계 더 높은 비상을 준비하고 있다. ⑬