

담당_정슬이

라뒤레 발렌타인데이 컬렉션 출시

라뒤레 핑크빛 하트 컬렉션 시선 집중

라뒤레(La Durée)에서 발렌타인데이를 맞아 새로운 컬렉션을 선보여 화제를 모았다. 고급스러운 마카롱과 과자 컬렉션으로 늘 주목을 끄는 라뒤레는 올해 발렌타인데이에도 진한 맨드라미빛 붉은색 하트 마카롱을 출시했다. 체리-아몬드와 강렬한 맛이 특징인 하트 마카롱은 선물용 포장 상자도 앙증맞게 꾸며져 인기를 끌었다. 프랑부아즈 주스에 적신 비스퀴와 프랑부아즈-장미 크림, 프랑부아즈 콩포트로 만든 앙트르메와 부드러운 아몬드 비스퀴에 붉은 과일 콩포트, 제비꽃 크림을 곁들인 앙트르메 등 하트 모양 앙트르메 2종도 함께 출시됐다. 이밖에도 초콜릿으로 만든 하트에 봉봉 오소콜라를 넣은 제품이 소개돼 좋은 반응을 얻었다.



코트디부아르 카카오 농장 휴업 장기화 조짐

카카오 수확 차질 우려

코트디부아르(Côte d'Ivoire)의 많은 노동자들이 카카오 농장을 떠나고 있어 올해 카카오 수확에 상당한 차질이 예상되고 있다. 이런 현상은 최근 세계 카카오 최대 산지인 코트디부아르 서부 지역에서 군사 폭동에 반대하는 새로운 폭력집단이 생겨나 이에 대한 우려가 속출하고 있기 때문. 카카오 농장에서 일하는 노동자들은 대부분 가족과 함께 인근 지역으로의 대피를 서두르고 있어 분쟁지역 주변을 중심으로 40개의 새로운 부락이 형성되기에 이르렀다. 이에 따라 카카오 판매상인 등 관련업자들은 4월경까지 사태가 수습되지 않을 경우 카카오 수확에 크게 차질을 빚게 될 것으로 우려하고 있다.

프랑스 고소득층 중심 유기농 제품 관심 높아

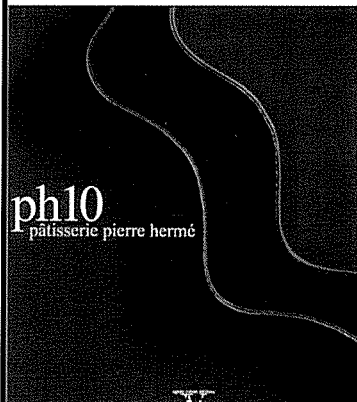
유기농 제품 선호도 증가 추세

프랑스에서 유기농 제품 소비가 지속적인 증가 추세를 보이고 있다. CSA 에이전시에 따르면 지난 2003년에 37%, 2004년에 44%에 이르던 유기농 제품 소비 증가율이 지난 2005년에는 47%로 집계됐다. CSA는 특히 파리와 지중해 연안 지방의 고소득층을 중심으로 유기농 제품 소비가 눈에 띄게 늘었다고 밝히고 있다. 프랑스인들이 유기농 제품을 선호하는 이유는 화학비료나 인공 색소·향 등을 사용하지 않고 보다 천연의 환경에서 재배된 제품이라는 믿음 때문인 것으로 나타났다. 소비자들이 주로 찾는 유기농 제품으로는 과일과 채소가 73%로 가장 많았고 계란이 61%로 지난해와 마찬가지로 높은 순위를 차지했다. 빵이 41%, 가공유가 41%를 차지해 높은 비중을 차지하고 있으며 와인과 커피, 차 등 음료와 설탕, 식용유 등 기초 식품류 전반으로 유기농 제품에 대한 관심이 높아지고 있다.

Prism

〈ph 10 Pâtisserie pierre hermé〉

피에르 에르메 '30년' 책으로 펴내



이 시대 최고의 파티시에로 손꼽히는 피에르 에르메(Pierre Hermé)가 그의 30년 작품 세계를 담은 〈제과기술인 피에르 에르메 ph10(ph 10 Pâtisserie pierre hermé)〉를 출간했다.

올해는 피에르 에르메가 1976년 14세 때 파리 르노뜨르(LENÔTRE) 매장에서 가스통 르노뜨르 씨 밑에서 일을 배우기 시작한 이래로 꼭 30년이 되는 해다. 지난 30년 동안 그만의 독창적이고 예술적인 파티스리 세계를 창조해내면서 '파티스리

의 피카소' 또는 '디저트의 디오르(Dior)' 라는 별명이 그를 따라다닐 정도.

〈제과기술인 피에르 에르메 ph10(ph 10 Pâtisserie pierre hermé)〉는 10여 년 동안 피에르 에르메가 맛과, 식감을 조화시켜 만든 그의 제품을 10가지 주제로 나눠 새롭게 편집한 기술서다. 600페이지 안에 300개의 레시피는 물론이고 제품 못 지않은 예술성을 보여주는 사진이 빼곡하게 들어차 한 권의 아트 북(Art Book)을 방불케 한다.

10개의 주제는 타르트, 앙트르메, 초콜릿, 구움과자, 디저트 접시, 프리 가또, 소형 타르트, 아이스크림과 소르베, 파트 드 프뤼(과일 젤리), 마카롱과 프리 푸르 등으로 나뉘어져 있다. 피에르 에르메는 이번 저서를 통해 플레니튜드(Plénitude)와 카레 블랑(Carée Blanc), 마호가니(Mahogany), 몽트벨로(Montebello) 등 그의 제품 제조 비법과 노하우를 숨김없이 공개했다. 기초 작업부터 마무리까지 상세하게 설명하고 있는 이 책은 그의 경험과 창조적 감성이 충분히 녹아 있다는 평가를 받고 있다. 130유로(약 17만 원)

제과·제빵 직종에 대한 관심유도 전략

예비 기술인 대상 정보 캠페인

프랑스제과제빵협회(La Confédération Nationale de la Boulangerie-Pâtisserie Française)는

'불랑즈리의 미래보기'라는 주제로 젊은 예비 기술인을 위한 대대적인 캠페인을 마련했다. 교육·

직업정보사무소(ONISEP)과 함께 예비 기술인에게 '제빵 기술인(Boulangier)'이라는 직업에 대한

동기를 부여해주기 위해 기획한 이번 캠페인은 13~16세를

대상으로 진행된다. 어린 학생들의 기호를 적극 고려한 인터넷 사이트

(www.devenirboulangier.com)를 통해 제빵사의 직업세계에 대한 동영상과 자

료를 제공하게 된다. 프랑스제과제빵협회는 이번 캠페인에 많은 기술인들과 업계 관

계자들의 참여를 유도해 예비 기술인들이 살아있는 정보를 얻고 직업에 대한 관심을

업그레이드시킬 수 있는 기회로 활용할 계획이다. 프랑스제과제빵협회 장-피에르 크

루제(Jean-Pierre Crouzet) 회장은 "이번 캠페인을 통해 제빵 기술인의 일과 직업에

대해 제대로 알리는 계기를 마련하고 예비 기술인들과 불랑즈리를 연계하는 좋은

기회로 삼겠다"는 포부를 밝혔다.



담당_박소희

안토시아닌 함유로 노화 방지

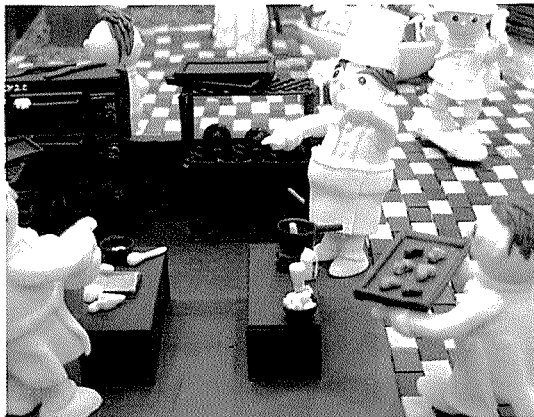
건강 효과로 새롭게 주목받는 '카시스'

카시스는 폴리페놀의 일종인 안토시아닌이 블루베리의 약 2배 이상 함유된 것으로 밝혀지면서 건강효과로 주목받고 있다. 안토시아닌은 눈의 피로회복에 뛰어난 효과를 인정받아 카시스를 넣어 만든 음료, 사탕 등이 속속 등장해 인기를 얻고 있다. 일본의 양과자 전문점 또한 카시스를 이용한 무스 케이크, 잼 등의 신제품 출시에 열을 올리고 있다. 유럽에서 생산되는 카시스는 짙은 적보라색으로 지름이 1cm 정도 되는 열매다. 카시스에는 안토시아닌 이외에도 비타민A·C, 칼슘, 철분 등 미네랄이 풍부하게 함유돼 있어 눈의 피로회복은 물론 혈행을 원활하게 하고 피부미용, 눈밀의 다크서클 해소하는 데 큰 효과가 있는 것으로 알려졌다. 또한 카시스에 함유된 안토시아닌은 몸 속 흡수율이 높아 섭취하자마자 효과가 바로 나타나고 오랫동안 유지된다. 독특한 신맛을 지닌 카시스는 양과자 소재로 사용되고 있을 뿐만 아니라 앞으로 건강효과를 앞세운 다양한 신제품 개발이 활발하게 이뤄질 것으로 보인다.

에스프레소나 양주에 곁들여 먹기도

일본 남성 사로잡은 다크 초콜릿

일본에서는 카카오 함량이 높은 다크 초콜릿의 인기가 높아지고 있다. 초콜릿 전문점뿐만 아니라 편의점 등에서 판매하는 초콜릿 제품에도 카카오 함량이 높은 제품이 눈에 띄게 증가했고 특히 남자 고객들이 다크 초콜릿을 구입하는 사례가 증가하고 있다. 최근 몇 년 동안 초콜릿 시장의 변화를 살펴보면 어린 이용 초콜릿 과자의 판매량은 감소한 반면 다크 초콜릿의 판매량은 크게 증가하고 있다. 특히 다크 초콜릿의 향에는 신경 안정 효과가 있고 초콜릿의 쓴맛은 양주나 에스프레소 등과 잘 어울리기 때문에 다크 초콜릿을 찾는 성인 남성이 부쩍 증가한 것으로 보인다. 제과업계에서는 일반 초콜릿보다 비싼 가격에도 불구하고 진한 맛의 초콜릿을 찾는 남자 고객의 기호에 맞춘 다크 초콜릿을 출시하는데 열을 올리고 있어 그 인기는 한동안 계속될 것으로 보인다.



동경제과학교학생회 주최

제43회 과자페스티벌 개최

동경제과학교(교장 아마모토 게이치) 학생회는 지난 1월 28일부터 29일까지 이틀 동안 '제43회 과자 페스티벌'을 개최했다. '과(菓)·미(味)·세(細)·공(工)과 먹는 행복, 만드는 행복'이라는 주제로 열린 이번 전시는 양과자, 화과자, 빵 등을 전공하는 재학생들이 기획·운영하고 작품 전체를 수작업으로 제작해 전시함으로써 입장객들의 감탄을 불러 모았다. 매년 인근 지역주민들을 포함해 학부모, 제과제빵 관계자 등이 참석하는 행사로 자리 잡은 '과자 페스티벌'은 이틀 동안 6천여 명의 입장객이 참석해 자리를 빛냈다.

'과자 페스티벌'은 학생들의 작품 전시뿐만 아니라 선생님과 졸업생들의 찬조작품 전시, 사진전시 코너, 양·화과자·빵 만들기 체험 행사는 물론 불우이웃돕기 코너와 음악회, 관련 서적 판매 등의 다채로운 부대행사가 열려 입장객들에게 호응을 얻었다.

Prism

전철역 쇼핑몰 공략한 샌드위치 전문점

코베아레스토랑 '코베야 스타쥘' 런칭



최근 지하철역 구내에 위치한 쇼핑몰이 인기를 얻으면서 '에키나카'라고 불리는 신종 상업시설이 주목받고 있다. 승차객이 통과하는 곳으로만 인식돼왔던 지하철역 개찰구는 고급스러운 인테리어를 갖춘 쇼핑몰이 들어서면서 쇼핑은 물론 식사까지 해결할 수 있는 유용한 공간으로 새로 태어났다.

지난해 지하철 오오미야역 남(南)구 개찰구 광장에 위치한 쇼핑몰 '에큐트'가 탄생하면서 오픈한 코베아레스토랑의 '코베야 스타쥘'은 에키나카를 타깃으로 런칭한 새로운 브랜드의 샌드위치 전문 베이커리다. 49평의 매장, 22석의 카페시설 등을 갖춘 대규모 베이커리로 기존 '코베야 키친'과 차별화된 오리지널 레시피를 이용한 빵을 선보이고 있다. 전철 안에서 들고 먹을 수 있을 만큼 작은 크기의 조각 샌드위치와 지하철로 이동하는 고객을 타깃으로 마련한 선물용 빵 선물세트 등이 인기제품이다. 갓 구운 빵에 신선한 재료를 샌드한 즉석 샌드위치는 씹으면서 퍼지는 건강한 맛이 특징. 로스트 비프, 햄, 로스트 치킨 등의 고급 속재료를 채워 샌드한 샌드위치가 인기를 끌고 있으며, 출근 시간에 맞춘 모닝 세트도 마련돼 있다.

전철역 내에 위치한 쇼핑몰은 유동인구가 많은 대규모 전철역을 중심으로 평일에는 회사원, 주말에는 여행을 즐기는 가족 단위 고객이 끊임없이 드나드는 최고의 상권으로 평가되면서 샌드위치 전문점을 비롯해 베이글·양과자 전문점이 속속 출점해 큰 인기를 얻고 있다.

● 홈페이지 : www.kobeyarestaurant.co.jp