



윤동한 콜마회장
콜마홀딩스
이사회 복귀 불발
L1



“스마트 소비자 잡아야”
유통업계, 신메뉴
프리미엄 전략 강화
L2



‘도넛’ 대중화 주도… ‘프리미엄·트렌드’ 새 도약

메가히트 브랜드 탄생스토리

던킨

1994년 서울 이태원에 첫 매장을 연 던킨은 ‘도넛’하면 자연스럽게 생각나는 대표적인 도넛 브랜드다. SPC 계열사 비알코리아가 국내에 처음 들여온 이후 지난 31년동안 독자적인 제품 개발과 마케팅을 선보이며 국내 최대 도넛 브랜드로 성장했다.

지난해에는 프리미엄 콘셉트의 원더스를 론칭해 재도약 발판을 마련했다. 원더스는 던킨만의 수제 도넛을 맛볼 수 있는 특화 매장으로, 세련된 인테리어와 차별화된 메뉴로 특색 있는 브랜드 경험을 선사하고 있다.

한국인 입맛에 맞는 다양한 제품 개발
당일 판매·폐기… 소비자 신뢰 확보
국내 최대 도넛 브랜드 자리매김

◆ ‘두바이 초콜릿’ 던킨만의 도넛으로 재탄생

젊은 세대를 열광하게 만든 주인공은 바로 지난해 10월 출시한 ‘두바이 스타일 초콜릿 도넛’이다. ‘두바이 초콜릿’은 지난 2023년 말 해외 SNS를 통해 처음 소개되면서 전 세계 MZ세대 소비자들의 주목을 받았다.

던킨의 ‘두바이 스타일 초콜릿 도넛’은 구운 카다이프를 섞은 피스타치오 페이스트와 크림을 가득 채운 필드 도넛으로 초콜릿 코팅과 피스타치오 토핑으로 마무리했다. 지난해 10월 수도권 6개 직영점에서 한정적으로 출시한 이 도넛은 젊은 소비자층의 높은 관심을 받았다.

연일 오픈런 행렬이 이어진 ‘던킨 원더스 강남점’에서는 일 판매량이 600여 개를 돌파하는 기록을 세웠으며, 온라인 커뮤니티에서는 판매 매장 정보를 실시간으로 공유했다. 이후 출시 4주 만인 지난해 10월 말에는 직영점뿐만 아니라 가맹 점포를 포함한 가맹 점포를 포함한 전국 매장으로 판



두바이 스타일 초콜릿 도넛.

매처를 빠르게 확대하며 폭발적인 인기를 끌었다.

올해 론칭 1주년을 맞은 ‘두바이 스타일 초콜릿 도넛’은 이달 19일 기준으로 누적 판매량 126만 개 기록을 갈아치우며 자체 기록을 지속 경신 중이다.

던킨은 한국인의 입맛에 맞게 변형한 K 두바이st(스타일) 흑임자 도넛을 신규 출시해 인기를 이어간다는 계획이다. K두바이st 흑임자 도넛은 고소한 피스타치오 크림과 바삭한 카다이프의 식감을 그대로 살리고, 도넛 위에 흑임자 페이스트 코팅을 더해 더욱 고소하고 달콤한 풍미가 특징이다.

던킨은 11월 3일까지 ‘두바이 생일파티!’ 프로모션을 진행한다. 해피액 물렛 이벤트를 통해 최대 50%의 ‘두바이 스타일 초콜릿 도넛’ 할인쿠폰을 증정한다. 내달 7일까지 던킨 인스타그램 계정을 팔로우하고 ‘두바이 스타일 초콜릿 도넛’과 ‘K두바이st 흑임자 도넛’을 구매한 인증사진을 피드 또는 스

토리에 업로드하면 추첨을 통해 1등(1명)에게 150만원 금액 상당의 항공권 기프트카드를 선물한다.

◆던킨 원더스 “놀라운 맛을 보여주겠다”

던킨의 ‘두바이 스타일 초콜릿 도넛’의 성공 배경에는 지난해 론칭한 던킨의 ‘원더스(Wonders)’가 주효했다. 던킨은 지난해 9월 국내 출범 30주년을 맞아 신규 프리미엄 콘셉트 ‘원더스’를 공개하며 기존 던킨에서 시도해 보지 않았던 새롭고 차별화된 제품 중심으로 한 단계 더 도약하는 발판을 마련했다.

던킨은 원더스 콘셉트를 적용한 ▲원더넛 ▲32레이어즈 ▲퍼프 등 ‘원더스 도넛’을 선보였다. ‘원더넛’은 묵직하고 볼드한 비주얼의 아메리칸 스타일 콘셉트의 도넛으로, 파운드케이크처럼 부드럽고 머핀처럼 촉촉한 식감의 케이크 도넛이다. ‘32레이어즈’는 32겹의 파이 생지를 튀겨 켜켜이 층을 이룬 파이 도넛으로 바삭한 식감을 즐

길 수 있다. SPC만의 발효과학 기술력을 사용해 담백하고 쫄깃하면서도 부드러운 도넛에 필링을 가득 채운 생도넛 스타일의 ‘퍼프’도 던킨 원더스 매장에서 맛볼 수 있는 제품이다.

던킨은 ‘원더스’ 출범과 함께 ‘원더스’ 콘셉트를 적용한 플래그십 스토어 ‘던킨 원더스 청담’을 지난해 9월 오픈했다. 12월에는 ‘던킨 라이브 강남’ 매장을 ‘던킨 원더스 강남’으로 리뉴얼 오픈해 더 많은 소비자가 ‘원더스’만의 차별화된 매장 경험과 시그니처 메뉴를 더욱 특별하게 즐길 수 있도록 했다.

◆맛에 대한 연구와 공급망 관리

국내 던킨은 미국 본사와 다르게 도넛 진열대를 계산대 밖으로 내놔 고객들이 직접 제품을 고르도록 해, 고객들이 신제품을 친숙하게 느낄 수 있도록 했다. 이러한 판매 전략은 국내 고객에게 호응을 얻으며 국내 던킨만의 판매 전략으로 자리 잡았다. 여기에 당일 판매, 당일 폐기 원칙으로 갓 만든 도넛을 선보이는 등 맛에 대한 신뢰를 쌓았다.

프리미엄 콘셉트 ‘원더스’ 론칭 두바이 초콜릿 등 새로운 맛 연구 전국 ‘허브 앤 스포크’ 시스템 구축

도넛이 낯설던 90년대부터 도넛의 대중화를 이끈 던킨은 지금도 제2의 ‘두바이 스타일 초콜릿 도넛’을 만들기 위해서 트렌드와 새로운 맛을 연구하고 있다.

또한 던킨의 공급망 관리도 강점이다. ‘원더스’에서 시작된 수제 스타일 도넛을 부산, 수도권, 대전, 충청 지역 일부 가맹점까지 확산 가능했던 이유가 바로 여기에 있다. 던킨이 구축한 ‘허브 앤 스포크’ 시스템은 전국 각지로 수제 스타일 도넛을 배송할 수 있는 배송 시스템으로, 안정적인 공급 관리를 통해 이제는 두바이 스타일 초콜릿 도넛처럼 점포에서 제조하는 도넛 제품군 또한 확대되고 있다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



던킨 원더스 청담 매장 전경.



던킨 원더스 강남 매장 내부.

/던킨

▲ 대한핸드볼협회, 내달 1일 제4회 ‘핸볼 페스티벌’ 개최
▲ 한국 수영, 아시아청소년경기대회 은 1개·동 2개 추가 획득



▲ 배우연맹, 유니폼 착용 위반한 대한항공 러셀·김관우에 제재금
▲ “LG-한화 한국시리즈 입장권 최고 999만원에 거래 확인”
(사진 뉴시스)

▲ 상무 전역 후 울산 합류한 이동경 “K리그1 잔류가 우선 목표”
▲ MLB ‘쿠바 특급’ 채프먼 “양키스에 돌아가는 니 은퇴하겠다”