

‘허허 투톱’ 시너지… 글로벌 확장·브랜드 혁신 두 토끼 잡다

〈허진수 부회장·허희수 사장〉

SPC, 투트랙 성장 본격화

SPC그룹의 움직임이 눈에 띄게 빨라지고 있다. 글로벌 사업 확장, 계열사 대표 교체, 신사업 가속 등 주요 변화가 잇따르며 허진수 부회장과 허희수 사장이 전면에 선 투톱 체제의 방향성이 실제 사업 현장에 즉각 반영되고 있다.

◆글로벌 확장 주도하는 허진수

허진수 부회장은 그룹의 글로벌 전략 컨트롤타워 역할을 맡으며 해외 사업 확장 드라이브를 강하게 걸고 있다. 파리크라상과 파리바게뜨 글로벌 BU를 이끌며 미국·유럽·중국·동남아 등 핵심 지역을 중심으로 K-베이커리의 현지화를 가속화하고 있다.

특히 북미 시장에서는 질적 성장 단계로 접어들었다는 평가다. 파리바게뜨는 최근 미국 미네소타주 트윈 시티 동부 우드버리 레이크스 쇼핑몰에 신규 매장을 열며 현지 네트워크를 강화하고 있다. 올해만 신규 프랜차이즈 계약 225건, 70여 개의 신규 매장이 문을 열었고, 19분기 연속 매출 성장을 기록하며 미국 내 프랜차이즈 브랜드 순위에서도 상위권을 유지하고 있다.

공급망 역시 대폭 강화하고 있다. SPC는 텍사스 벌슨 지역에 1억6000만달러



허진수 부회장



허희수 사장

‘글로벌 컨트롤타워’ 허진수 美·유럽·中·동남아 등 핵심지역 공급망 강화, K-베이커리 현지화

‘그룹 혁신 축 담당’ 허희수 배스킨라빈스·던킨 리뉴얼 이끌고 美 ‘치폴레’ 韓·싱가포르에 도입

규모의 첨단 제조시설을 짓고 있으며, 완공 시 북미 전역을 아우르는 최대 생산 거점이 될 전망이다. 최근에는 대규모 네트워크 운영 전문가 잭 설마(Zac Sulma)를 북미 COO로 영입해 운영 효율화와 가맹점 지원 체계를 고도화하고 있다.

글로벌 사업의 무게 중심은 동남아로도 확장되고 있다. SPC삼립은 최근 싱가포르에 신규 법인 ‘SAMLIP SEA PTE. LTD.’를 설립했다. 이는 올해 가동을 시작한 말레이시아 조호르바루 공장



파리바게뜨 미국 텍사스 제빵공장 조감도.

/SPC그룹

과 연동해 동남아시아(SEA) 전역의 유통·물류 허브를 구축하려는 전략적 포석이다.

싱가포르의 낮은 법인세율(17%)과 탄탄한 콜드체인·항공·해상 물류 인프라를 활용해 냉동 도우·베이커리 완제품 등 주요 품목의 현지 환적·유통 효율성을 극대화한다는 계획이다. 이 동남아 허브는 향후 중동 지역까지 연결되며, 사우디·UAE·카타르 등 할랄 시장 공략에서도 핵심 거점 역할을 할 것으로 보인다.

◆허희수, 신사업·브랜드 혁신 총괄

허희수 사장은 그룹의 ‘혁신’ 축을 담당하며 신사업 발굴과 디지털 전환을 직접 진두지휘하고 있다. 비알코리아 최고비전책임자(CVO)로서 배스킨라빈스·던킨 브랜드 리뉴얼을 이끌어온

그는 최근에는 미국 대표 멕시칸푸드 브랜드 ‘치폴레(Chipotle)’의 한국 및 싱가포르 도입까지 진전시키며 외식 중심에서 종합 F&B 비즈니스로의 확장을 추진 중이다.

AI 기반 매장 운영 시스템, 고객 데이터 분석, 디지털 트랜스포메이션 등 체질 개선 프로젝트도 속도를 내고 있다. 그룹 내부에서는 “허희수 사장의 역할은 브랜드의 근본을 뜯어고치는 체질 개선”이라는 평가도 나온다.

◆책임경영으로 구조 재정비

투톱 체제 구축과 함께 계열사 대표 교체도 빠르게 이뤄졌다. 파리크라상 대표에는 도세호 사장이 선임됐고, SPC삼립은 기존 김범수 대표에 더해 경제형 대표가 내정되며 각자 대표 체제로 재편된다. 샤니 대표에는 지상호 상무

글로벌 총수 치맥회동 패러디 ‘테라’ 신규광고 공개

하이트진로 ‘테라의 시대 2’ 실제 회동장소 ‘간부치킨삼성점’ 촬영 사회적 이슈 유머러스하게 재해석

하이트진로는 대표 맥주 브랜드 ‘테라(TERRA)’의 신규 디지털 광고 ‘테라의 시대 2’를 공개했다고 18일 밝혔다. 최근 글로벌 기업 수장들의 ‘치맥 회동’을 테라의 시선에서 재치있게 패러디했다.

이번 광고는 3일 만에 콘티 개발을 완료하고, 5일간의 촬영 준비와 후반

작업을 거쳐 단 2주만에 완성한 패스트 버타이징(Fast Advertising) 형식의 프로젝트이다. 사회적 이슈를 유머러스하게 재해석해 브랜드의 생동감과 즐거움을 전달한다는 기획 의도를 담고 있다.

치맥 회동 장면을 오마주한 구성으로 모델들이 국내 대표 맥주 ‘테라’와 치킨을 즐기며 ‘테라쏘맥타워’로 쏘맥을 만들어 마시는 장면이 펼쳐진다. 특히 실제 회동 장소인 ‘간부치킨삼성점’을 배경으로 촬영해 완성도를 높였다.

광고는 가족 재킷을 입은 남자가 치킨집에 들어서며 시작된다. 그가 테이블 위에 ‘테라 쏘맥타워’를 올려놓고 “Dinner is Free tonight!”라고 외치자 손님들이 환호한다. 이때 한 손님이 “그럼 여기 테라3병이요!”라고 요청, 사장으로 분한 박술녀 여사가 등장한다. 이후 냉장과 문이 열리며 내부에 하이트진로의 다양한 제품들이 ‘테라’로 겹쳐지고, 러브샷하는 3명과 함께 “테라의 시대”라는 내레이션이 이어진다. 마지막에 알바생이 “사장님, 저 분

이 그래픽카드로 결제한다는데요?”라는 대사로 유쾌한 반전을 선사하며 마무리된다.

하이트진로 마케팅실 오성택 전무는 “이번 광고는 전 세계적으로 화제가 된 테라의 존재감을 이어가기 위해 빠르게 실행된 패스트버타이징 프로젝트”라며 “화제성과 브랜드의 상상력을 자연스럽게 연결해 다시 한번 ‘테라의 시대’가 소비자에게 각인될 수 있도록 다양한 마케팅 활동을 이어가겠다”고 밝혔다.

/신원선 기자



GS25가 선보이는 가성비 있는 가격대의 미니케이크와 롤케이크.

/GS25

GS25

4000원대·1만원대 미니·롤케이크 선보

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25가 4000원대 미니케이크와 1만원대 크리스마스 롤케이크를 순차적으로 선보인다고 18일 밝혔다.

GS25 측 자료에 따르면 연말(11~12월) 케이크 매출이 평달 대비 195% 급증하는 점을 고려해, 고물가 속에서도 부담 없이 즐길 수 있는 가성비 상품을 기획했다. 특히 버터베어, 감자 등 인기 캐릭터 IP와 협업해 가심비까지 충족시킨다는 계획이다.

미니케이크는 버터베어클스미니케이크와 감자초코미니케이크 2종이다. 크리스마스 분위기를 살린 시트 구성과 1~2인이 즐기기 적합한 120g 용량이 특징이며, 가격은 4900원이다.

롤케이크는 매일우유와 협업한 리얼우유케이크와 버터베어 콜라보 상품인 버터베어슈크림케이크 2종을 한정판으로 선보인다. 리얼우유케이크는 우유생크림으로 설원을 표현했으며, 사전 블라인드 맛 테스트에서 1위를 차지할 만큼 품질을 인정받았다. 가격은 1만8800원으로 시중 베이커리 대비 저렴하다.

/손종욱 기자 handbell@

오뚜기, 스프 브랜드 ‘SOUPER’와 협업

55주년 기념… 총 3개 메뉴 선택

오뚜기는 ‘오뚜기 스프’ 55주년을 기념해 수제 스프 브랜드 ‘SOUPER(수퍼)’와 지난해에 이어 두 번째 협업을 진행한다고 18일 밝혔다.

1970년 탄생한 국내 최초의 분말 스프 ‘산타 포타주 스프’를 시작으로 오뚜기는 55년간 국내 스프 시장을 대표하는 브랜드로 성장해왔다. 이번 협업도 오뚜기의 55년 역사와 기술력에 SOUPER의 실험적 감성을 결합해, 전통과 현대가 공존하는 특별한 스프 경험을 선사한다.

협업은 11월 18일부터 12월 28일까지 진행된다. 메뉴는 총 세 가지로, ▲오뚜기 ‘옥수수스프’를 활용한 ‘구운 옥수수스프’, ▲오뚜기 ‘크림스프’를 사용한



오뚜기는 ‘오뚜기 스프’ 55주년을 기념해 수제 스프 브랜드 ‘SOUPER(수퍼)’와 지난해에 이어 두 번째 협업을 진행한다.

/오뚜기

‘단호박 울무 크림스프’, ▲오뚜기 ‘참치’와 ‘트리플 마요’, 라이트앤조이 ‘청송사과잼’, ‘그린바질드레싱’을 조합한 ‘라이트앤조이 트리플 튜나 샌드위치’로 구성됐다. 각 메뉴는 오뚜기 스프의 익숙한 풍미를 유지하면서도, SOUPER 특유의 신선한 레시피를 통해 색다른 질감과 조화를 구현했다.

/신원선 기자

퀴진케이, 한식 다이닝 팝업 ‘오닐’ 오픈

CJ제일제당, 최인규·진연준 셰프 운영 제철 식재료 활용 디너코스 요리 선택

CJ제일제당이 차세대 한식 셰프 발굴·양성 프로젝트 ‘퀴진케이(Cuisine. K)’의 여덟 번째 팝업 레스토랑 ‘오닐(ONIL)’을 오픈했다고 18일 밝혔다.

‘오닐’은 “오감으로 한식과 노닐다”라는 콘셉트에서 영감을 받은 모던 한식 다이닝이다. 푸드 스타일리스트 출신의 최인규 셰프와 진연준 셰프가 함께 운영하며, 제철 식재료를 활용해 계절의 풍미를 담은 디너 코스 요리를 선보인다.

메뉴는 ▲작은 한입거리들(먹물 바이트·춘권 바이트) ▲광어와 동치미 물회 ▲새우와 호박죽 ▲제철 생선 미역국 ▲향정살과 버섯술밥 ▲순두부 아

이스크림 ▲차와 다과 등 다양한 감각을 자극하는 7가지 요리에 하든 메뉴를 더한 총 8가지 코스로 구성, 미각은 물론 시각, 청각, 후각, 촉각 등 오감을 만족시키는 특별한 미식 경험을 제공한다. 함께 즐길 수 있는 와인 페어링도 마련했다.

이번 팝업은 서울 강남구 소재 퀴진케이 레스토랑에서 내년 4월 중순까지 약 5개월간 진행된다. 매주 수요일부터 일요일까지 운영되며, ‘캐치테이블’ 앱을 통해 사전 예약할 수 있다.

‘퀴진케이’는 한식의 발전과 세계화를 위한 CJ제일제당의 사회공헌 프로젝트로, 대표 프로그램인 ‘한식 팝업 레스토랑’을 통해 유망한 젊은 한식 셰프들이 오너 셰프로서 성장할 수 있도록 다방면으로 지원하고 있다.

/신원선 기자