

## 8. 유럽 음료시장. 설탕은 낮추고 선택은 다양하게

파리지사

## 주요내용

## ▶ 건강의 적, 설탕을 잡아라! 음료에 부과되는 설탕세

- 2016년 영국 정부는 음료에 포함되는 설탕에 대한 세금을 부과하는 법안을 발의하여 지난 4월 영국 의회를 통과하였으며, 내년 4월부터 시행될 예정이다.
- 음료류에만 적용되는 이 설탕세는 100ml 당 5g 이상의 설탕에 대해서는 1리터 당 18페니, 8g 이상의 설탕에 대해서는 24페니의 가중세를 적용한다.
- EU 내 설탕세 도입을 검토하고 있는 국가는 영국, 아일랜드, 포르투갈, 스페인, 에스토니아 등이 있으며, 프랑스는 2012년부터 설탕이 포함된 음료에 1리터 당 3-6센트의 설탕세를 부과하고 있다.

## ▶ 설탕을 줄인 저칼로리 음료 전성시대

- 음료업계, 특히 탄산음료업계에서는 기존에 첨가되는 설탕 대신 아스파탐, 스테비아처럼 단맛을 내지만 칼로리가 낮은 합성감미료를 사용하여 설탕세로 인한 위기를 타개하고자 하고 있다.
- 설탕세로 직접적인 타격을 받은 탄산음료의 영국 매출변동을 살펴보면 판매 상위품목 대부분이(코카콜라, 펩시콜라, PB상품, 닥터피퍼 등) 하락세를 보였지만 저칼로리 콜라인 펩시맥스는 13.5%와 코카콜라제로는 25.6%로 두 자리의 상승률을 보였다.
- 코카콜라의 CEO James Quincey는 Businessweek과의 인터뷰에서 유럽시장에서 판매되는 탄산음료의 설탕량을 30% 줄였고 그에 대한 결과를 지켜보고 있다고 말했다.
- 영국 음료회사인 Tribal Worldwide는 Berry Nice Soda라는 당단백질을 이용해 단맛을 가미한 음료를 개발하였다. 이 저칼로리 음료는 세렌디피티 베리에서 포함된 타우마틴 단백질을 함유하는데 이 물질은 동일량의 설탕보다 2,000배 높은 단맛을 낸다. 타우마틴 단백질을 활용한 음료는 아스파탐, 아세설팜 K와 같은 합성감미료에 대해 거부감을 가지는 소비자들을 공략한 상품이라고 볼 수 있다.

## ▶ 향이 첨가된 물, 탄산음료를 대체할 수 있을 것인가

- 탄산음료의 침체기를 기회로 삼아 유럽의 생수업체는 과일, 허브 등의 향이 첨가된 물을 시장에 선보이기 시작하였으며, 이는 일반생수로 일일 수분 필수섭취량을 채우지 못하는 소비자들에게 매력적으로 다가올 수밖에 없다.
- 프랑스 생수브랜드 에비앙은 지난 해 'Evian fruits et de plantes'라는 향이 가미된 생수의 판매를 시작했다. 장미와 포도, 산딸기와 포도, 레몬과 넓은잎떡충나무 꽃이 든 세가지 종류의 상품을 패키징을 고급화 하여 2.5유로에 판매하고 있다.
- 지금까지 아무것도 첨가되지 않은 순수한 물로 이미지 마케팅을 해왔던 에비앙의 행보는 자회사 타브랜드인 볼빅(Volvic)과 바두아(Badoit)의 향이 첨가된 생수의 성공에서 영향을 받은 것으로 분석된다. Volvic은 베리류부터 시작해 사과, 파인애플 등 다양한 종류의 과일농축액과 천연향이 들어간 Volvic Juicy와 시트론 계열의 제스트가 함유된 Volvic zest로 좋은 성과를 냈다.

- 하지만 이러한 생수회사의 새로운 판매전략에 비판의 목소리도 가해진다. 프랑스의 소비단체 Que choisir는 지난 5월 13일 Evian fruits et de plantes이 18g의 설탕을 함유하고 있으며, 에비앙 측이 광고하는 것처럼 천연성분, 몸에 좋은 물이 아니라고 비판했다.

| Evian fruits et de plantes |



\* 사진출처 : evian Chez Vous

| Press London Activated Charcoal Drink |



\* 사진출처: The Picky Glutton

### ▶ 기능성음료(Nutraceutical Drinks) 시장의 아이디어 전쟁

- 기능성음료는 EU시장에 약 5년 전 등장하여, 단백질 강화음료를 중심으로 시작해 최근에는 채식주의자 혹은 비건과 더불어 글루텐프리 단백질 강화음료가 출시되는 등 건강기능성 식품의 트렌드와 함께 제품군도 다양화되고 있다.
- 영국 신선주스 생산·배달업체 Press London은 술 성분이 함유된 레모네이드를 판매한다. 이 음료는 함유된 활성탄 성분으로 해독작용을 도우며, 에너지 강화 등에 도움을 준다고 알려져 있다.
- Arla Food Ingredients는 단백질 음료의 판매규모가 전년대비 35%의 성장률을 보였다고 밝혔다. 이는 이전에 단백질 성분이 함유된 음료가 운동하는 사람들을 위한 음료였다면 이제는 신체노화 방지차원으로 일반소비자의 소비도 증가하고 있기 때문으로 분석된다.
- 특히나 단백질 성분이 강화된 유제품이 강세를 보이는데 이중 케피르(Kefir)가 대표적이다. 프로바이오틱 음료인 케피르는 소화에도 도움이 되는 박테리아 성분, 미네랄 및 비타민을 포함할 뿐만 아니라 저당, 고단백질로 각광을 받고 있다.
- 또한 유럽에서는 콤부차(kombucha, 홍차버섯 발효음료)에 대한 관심도 증가되고 있다. 콤부차가 중국과 몽골, 러시아에서 음용되면서 장수(長壽), 장(臟) 건강, 해독기능이 있다고 알려졌고, 음료업계는 앞 다투어 이를 제품화 하고 있다.

- \* 출처 : The Sun, 「Sugar tax will be introduced next April after Parliament approves controversial price hike」
- The Grocer, 「Au naturel : our pick of the top natural soft drinks」
- RTL, 「Tous les sodas vendus en Belgique seront différents d'ici 3 ans」
- LCI, 「FONTAINES À SODAS」
- The Beverage Daily, 「Plant based water sales predicted to double by 2020」, 「2016 : The year of the sugar tax」
- FoodBev, 「Nutraceutical drinks」(2017.2)
- QUE CHOISIR, 「Evian Fruits & Plantes et Innocent Bubbles· Des eaux pas si innocentes」
- Le monde Economie, 「Une touche de fruit dans Evian un symbole pour Danone」
- Femme actuelle, 「Le kombucha, une boisson santé qui nous veut du bien?」

## 시사점

- 현재 유럽에는 알로에음료를 중심으로 한국산 음료의 수출도 활발하게 이루어지고 있다. 하지만 설탕에 대한 논의가 유럽시장에서 끊이지 않고 있으므로 설탕 함량이 상대적으로 높은 알로에 음료를 저당 또는 무설탕화 하는 등의 상품개발이 필요하다.
- 기능성음료의 경우 우리나라에서도 활발히 개발 및 유통되고 있는 만큼, 유럽시장을 겨냥한 수출용 기능성음료를 선정하여 집중적으로 마케팅할 필요가 있다. 이 경우 설탕세 도입, 건강기능성 음료 광고문구 규제 등에 대한 철저한 사전조사가 바탕이 되어야 할 것이다.