



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202202-18
품목		곡물 스낵(Grain Snack)
HS CODE		1905.90-1040
국가		브라질(Brazil)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 브라질 짹짹한 스낵 시장규모	06
2. 브라질 짹 맛이 나는 과자 시장규모	07
3. 브라질 짹짹한 스낵 시장점유율	08
4. 브라질 곡물 스낵 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 곡물 스낵 경쟁제품 1위, '츄잉 껌'	12
2. 곡물 스낵 경쟁브랜드, '피니' 최다 진출	13
3. 곡물 스낵 경쟁제품 주요 패키징, '박스'와 '대용량'	14
4. 곡물 스낵 경쟁제품 인기 맛, '딸기' 1위	15
5. 브라질 곡물 스낵 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 브라질 곡물 스낵 유통채널 비교	18
2. 브라질 곡물 스낵 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 브라질 곡물 스낵 주요 온라인 유통채널	24
2. 브라질 곡물 스낵 주요 오프라인 유통채널	30

VI. 진입장벽

1. 브라질 곡물 스낵 통관 및 검역 절차	36
2. 브라질 곡물 스낵 품질 인증	37
3. 브라질 곡물 스낵 라벨링	38
4. 브라질 곡물 스낵 성분 및 유해물질	41

VII. 수입·유통업체 인터뷰

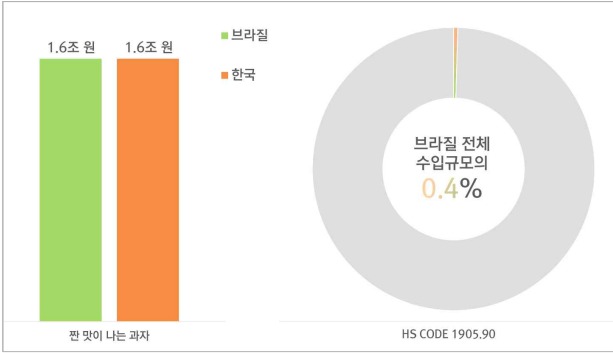
Interview ① 오지컴퍼니(OG Company)	45
-------------------------------	----

VIII. 시사점

※ 참고문헌	50
--------	----

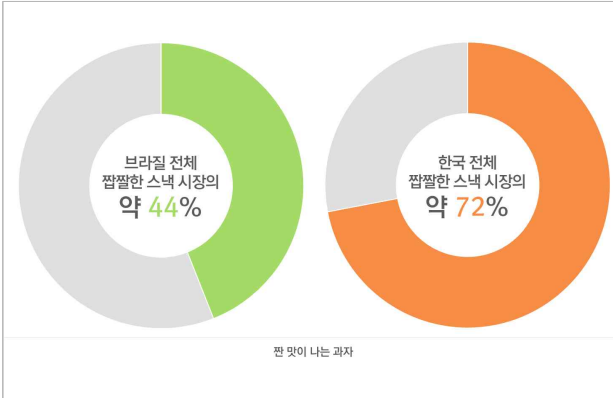
Summary

■ 주요 분석



	브라질	한국
짭짤한 스낵 시장규모	3.6조 원	2.2조 원
짭 짤이 나는 과자 시장규모	1.6조 원	1.6조 원
수입(출)액		점유율
브라질 對한국 곡물 스낵 수입 현황	1억 원	0.4%

■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널

개인 및 기타 식료품점	54.6%	22.2%
하이퍼마켓/슈퍼마켓	28.9%	50.6%
혼합 소매업체	5.9%	3.0%
편의점	3.2%	18.2%
비(非) 식료품점	2.6%	0.0%

아시안마트/한인마트	- 주요 유통채널 수페르메르카도히로타 - 대다수 유통채널이 상파울루를 거점으로 형성되어 있으며, 한국 식품은 막 인지도를 높이기 시작함
하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 주요 유통채널 까르푸코메르씨오이인두스트리아 - 코로나19 이후 지속되는 경기불황으로 인해 가격이 저렴한 제품을 구매하러 슈퍼마켓을 찾는 소비자가 증가하고 있음
편의점	- 주요 유통채널 씨아브라질레이라지스트리부이소 - 코로나19 이후 사재기로 인한 매출액 상승을 보인 온라인과 달리 해당 기간 필수 유통채널로 선정되어 꾸준히 영업을 지속해 매출이 상승함

■ 진입장벽

검역 및 인증	새로운 식품의 경우 브라질 국가보건감시국(Anvisa)에 위생등록 필수 제품 제조일 및 수입 개시일 통보의무 有
라벨링	브라질 국가보건감시국(Anvisa) 기준에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

고객사 제품 피드백	- 현지 시리얼 제품과 비교하면 제품 가격 비쌈 - HACCP 인증은 브라질 진출 시 원활함 - 고객사 제품 이름이 너무 아시아스럽게 느껴짐 - 현지 소비자들은 달콤한 간식에 익숙하지 않음 - 칩, 팝콘, 시리얼, 나초 순으로 인기가 있음 - 현지 소비자들은 칩 제품을 간식 및 점심으로 소비하는 데 익숙함 - 코로나19가 곡물 과자 판매에 악영향을 미침
현지 시장 동향 및 타깃 소비자층	- 시식을 통한 홍보 방법을 추천하나 코로나19로 인해 당분간은 어려움 - 넷플릭스, 유튜브 등 플랫폼 통해 제품 노출 추천
추천 홍보 방법	

■ 요약

Point 01.	- 브라질 짭 짤이 나는 과자 시장규모는 한국과 유사하며, 곡물 스낵이 포함된 HS CODE 1905.90 기준 브라질 수입액 중 對한국 수입 비중은 0.4%인 것으로 나타남 - 곡물 스낵 제품의 주요 유통채널로 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 도출됨
Point 02.	- 브라질 곡물 스낵 진출을 위해 국가보건감시국 위생등록이 필수인 것으로 나타남 - 현지에서 달콤한 곡물 스낵은 익숙하지 않으며, 고객사 제품은 시리얼 제품과 비교했을 때 비싼 편임 - 시식을 통한 홍보 방법 및 넷플릭스, 유튜브 등 플랫폼에 제품을 노출시키는 홍보 방법을 추천함

II. 시장규모

1. 브라질 짹짹한 스낵 시장규모
2. 브라질 짹 맛이 나는 과자 시장규모
3. 브라질 짹짹한 스낵 시장점유율
4. 브라질 곡물 스낵 수입규모

1. 브라질 짹짹한 스낵 시장규모

브라질 국가 일반 정보¹⁾

면적	851만 km ²
인구	2억 1,000만 명
GDP	3,466억 달러
1인당 GDP	46,324달러

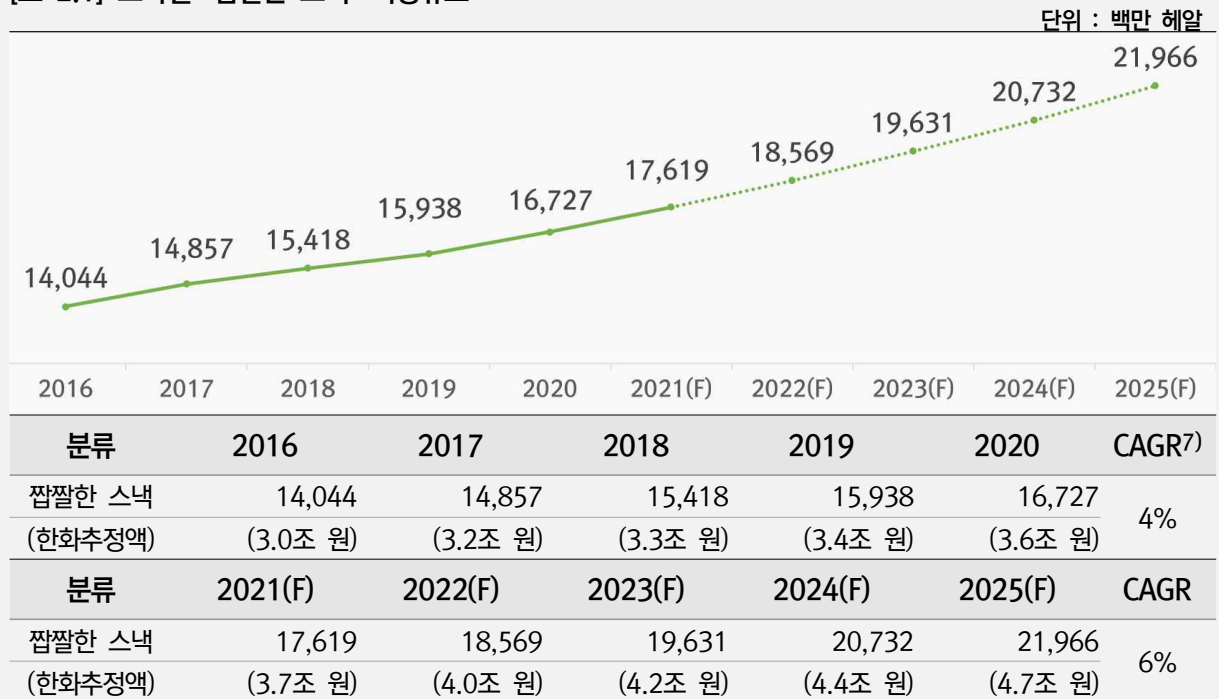
▶ 브라질 짹짹한 스낵 시장규모 약 3.6조 원, 한국의 1.6배 수준

2020년 기준 브라질 짹짹한 스낵 시장규모는 전년 대비 5% 상승한 약 3.6조 원으로, 약 2.2조 원을 기록한 한국 시장의 1.6배 수준으로 집계됨. 특히 전국적인 코로나19 봉쇄조치에 따라 집에서 지내는 시간이 증가하며 팬데믹이 짹짹한 스낵의 판매에 긍정적인 영향을 미친 것으로 확인됨. 브라질 짹짹한 스낵 시장은 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 4%를 기록함²⁾

▶ 브라질 짹짹한 스낵 시장, 향후 5년간 연평균성장률 6% 전망

2021년 기준 홍콩 차 시장은 전년 대비 5% 상승할 것으로 전망됨. 또한, 이후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 6%를 기록하며 장기적인 측면에서 지속적인 성장세를 유지할 것으로 예상되며, 2025년 기준 약 4.7조 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨³⁾⁴⁾

[표 2.1] 브라질 '짹짹한 스낵' 시장규모⁵⁾⁶⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Brazil」, 2021.07

3) 조사제품 '곡물 스낵'은 밀을 불에 달군 밀떡한 틀에 넣어 튀긴 후 캐러멜을 입혀 고소하고 단 맛을 즐길 수 있는 제품으로 파우치 포장되어 간식으로 섭취하는 제품임. 이에 제품의 종류와 맛을 기준으로 '짹짹한 스낵' 시장과 상위품목인 '짹짹한 스낵'의 시장규모를 조사함

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Brazil」, 2021.07

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1헤알=212.78원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 브라질 짠 맛이 나는 과자 시장규모

▶ 브라질 짠 맛이 나는 과자 시장규모 약 1.6조 원

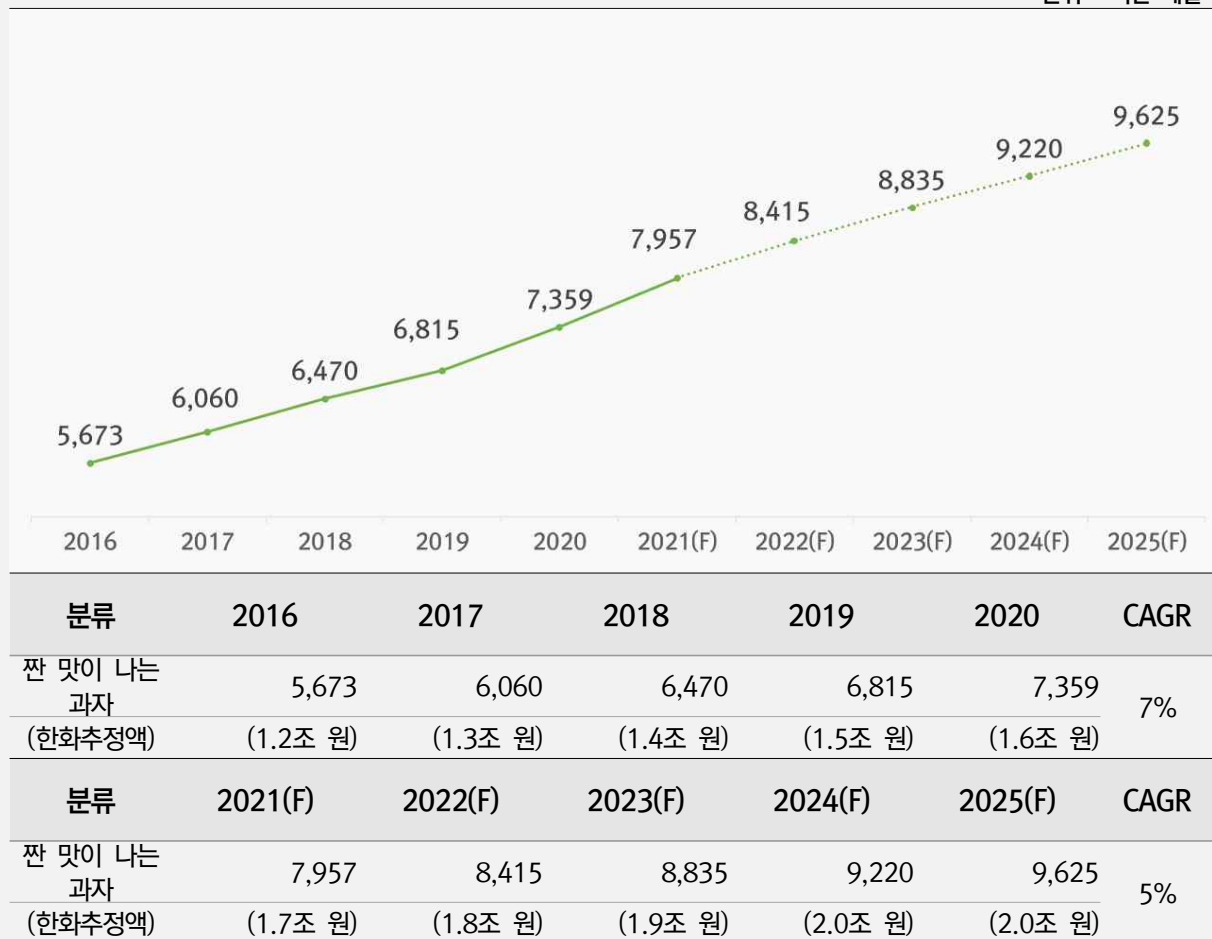
2020년 기준 브라질 짠 맛이 나는 과자 시장규모는 약 1.6조 원을 기록하며, 동년 1.6조 원을 기록한 한국 시장과 유사한 수준의 규모에 해당하는 것으로 나타남. 특히 2020년에는 전년 대비 8% 상승하며 짠 맛이 나는 과자 시장이 지속해서 성장하고 있는 것으로 나타남

▶ 브라질 짠 맛이 나는 과자 시장, 향후 5년간 연평균성장률 5% 관측

브라질 짠 맛이 나는 과자 시장규모는 2021년에 접어들며 전년 대비 8% 성장할 것으로 전망됨. 또한, 이후 5년(2021-25년)간 연평균 5%의 성장률을 달성하여, 2025년 기준 약 2.0조 원의 시장규모를 기록할 것으로 전망됨⁸⁾

[표 2.2] 브라질 ‘짠 맛이 나는 과자’ 시장규모⁹⁾

단위 : 백만 헤알



자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Brazil」, 2021.07

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 브라질 짹짹한 스낵 시장점유율

▶ 브라질, ‘짹 맛이 나는 과자’ 시장점유율 44.0%로 1위

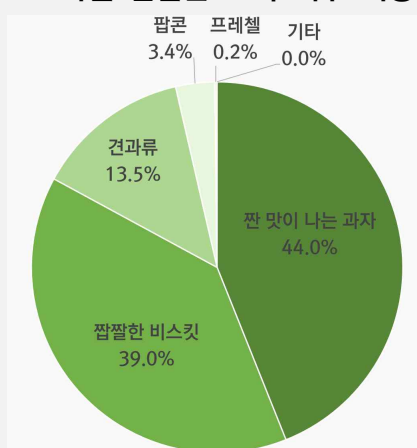
브라질 짹짹한 시장(약 3.6조 원) 세부 시장과 한국 짹짹한 스낵 시장(약 2.2조 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘짹 맛이 나는 과자’의 점유율은 한국(71.6%)과 브라질(44.0%)에서 모두 1위를 차지하고 있는 것으로 확인됨. ‘짹짹한 비스킷(39.0%)’, ‘견과류(13.5%)’, ‘팝콘(3.4%)’이 뒤를 잇고 있는 것으로 나타남¹⁰⁾

소비자들이 집에서 보내는 시간이 증가하며 짹짹한 스낵 시장이 코로나19에 수혜를 받는 시장인 것으로 확인됨. 이 중 가장 수혜를 받은 세부시장으로는 ‘팝콘’이 있는 것으로 나타남. 코로나19 이전에는 그다지 큰 인기를 얻지 못했던 팝콘이 재택근무 및 화상 수업이 잦아짐으로 근무 중, 혹은 수업 중 간편하게 섭취할 수 있는 인기 스낵으로 떠오르고 있음. 코로나19 이전에는 전자레인지 활용해야 한다는 측면이 외부에서의 팝콘 섭취를 가로막는 장애물로 작용했지만, 내부에서의 활동이 증가한 만큼 전자레인지 사용이 용이하여 다양한 맛의 팝콘들이 인기를 얻고 있는 것으로 나타남¹¹⁾

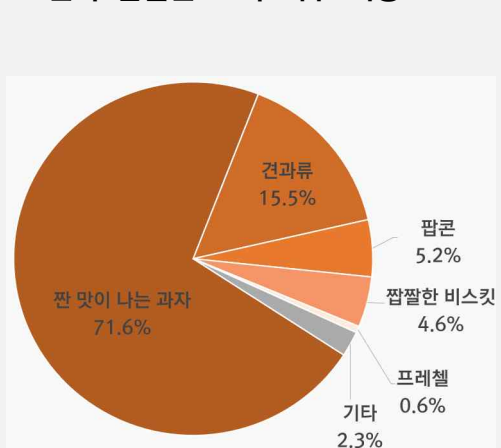
[표 2.3] 2020년 브라질, 한국 ‘짹짹한 스낵’ 시장점유율¹²⁾

단위 : 백분율(%)

브라질 짹짹한 스낵 세부 시장



한국 짹짹한 스낵 세부 시장



짹짹한 스낵

분류	짹 맛이 나는 과자	짹짹한 비스킷	견과류	팝콘	프레첼	기타
브라질	44.0	39.0	13.5	3.4	0.2	0.0
한국	71.6	15.5	5.2	4.6	0.6	2.3

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 유로모니터상 브라질 짹짹한 스낵 시장(약 3.6조 원)과 한국 짹짹한 스낵 시장(약 2.2조 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Brazil」, 2021.07

12) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 브라질 곡물 스낵 수입규모

HS CODE 1905.90

조사대상 '곡물 스낵'은 '빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품'으로 규정된 제 1905호에 속하며, 이에 '기타'에 해당하는 HS CODE 1905.90을 지표로 선정함

▶ 브라질 HS CODE 1905.90 對글로벌 수입액, 약 277억 원

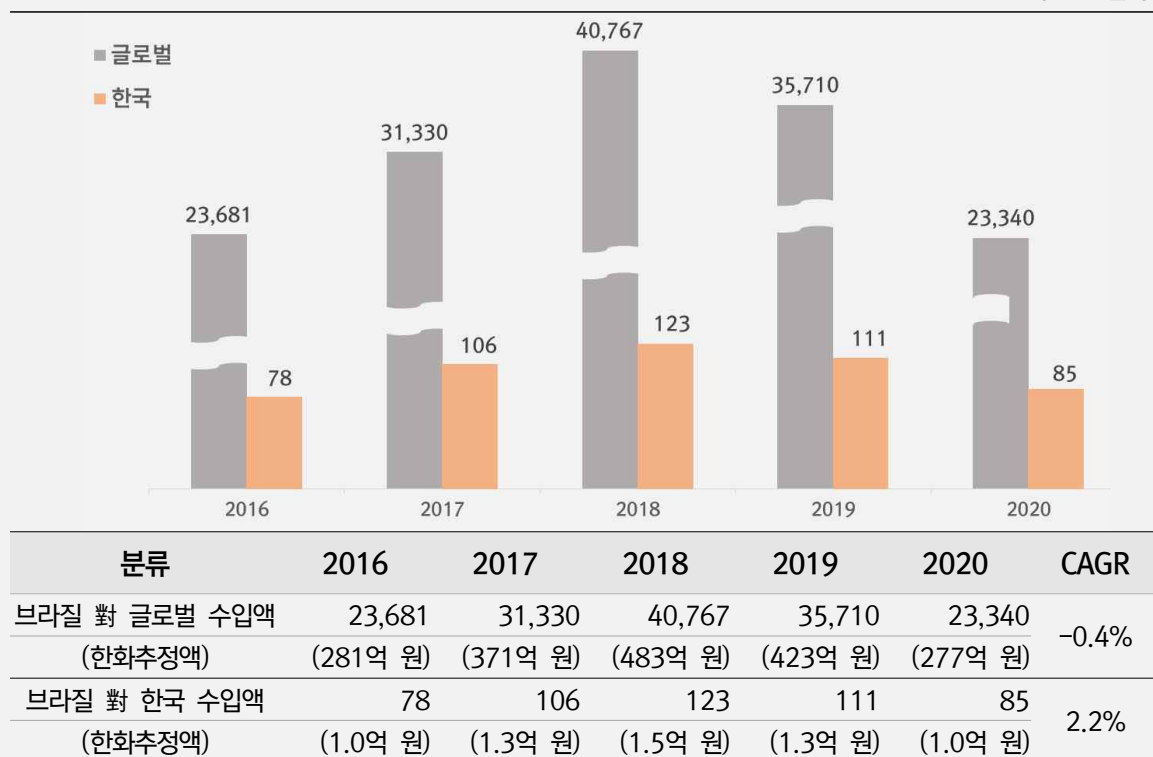
2020년 기준 브라질 HS CODE 1905.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 35.0% 감소한 277억 원을 기록함. 지난 5년(2016-20년)간 對글로벌 수입액 또한 2018년을 기점으로 하락하는 추세를 보였으며 연평균성장률은 마이너스 0.4%로 집계됨

▶ 브라질 HS CODE 1905.90 수입액 중 한국산 점유율 21위

2020년 기준 브라질 HS CODE 1905.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 23.0% 감소한 약 1억 원으로, 점유율 0.4%를 기록해 21위로 집계됨. 지난 5년(2016-20년)간 對한국 수입액은 2018년을 기점으로 하락세로 돌아섰으며, 연평균성장률은 2.2%로 집계됨. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 말레이시아(약 41.3억 원, 14.9%), 2위 프랑스(약 32.4억 원, 11.7%), 3위 포르투갈(약 25.1억 원, 9.1%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 브라질 HS CODE 1905.90 수입규모¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1905.90 기준

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 곡물 스낵 경쟁제품 1위, '츄잉 껌'
2. 곡물 스낵 경쟁브랜드, '피니' 최다 진출
3. 곡물 스낵 경쟁제품 주요 패키징, '박스'와 '대용량'
4. 곡물 스낵 경쟁제품 인기 맛, '딸기' 1위
5. 브라질 곡물 스낵 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 브라질 온라인매장 입점 곡물 스낵 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 스낵(Doces)
- 데이터 수집량 : 858건
- 데이터 수집원 : 메르까도리브레(Mercadolivre)

▶ 브라질 온라인매장 입점 곡물 스낵 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 맛

항목	키워드 (국문/현지어)		빈도	키워드 (국문/현지어)		빈도
경쟁제품	츄잉 껌	Bala	381	막대 사탕	Pirulito	82
	칩	Salgadinhos	134	쿠키	Biscoitos	31
	초콜릿	Chocolate	129	피넛 캔디	Paçoca	24
	버블 껌	Chiclete	115	크런치	Crocante	18
경쟁브랜드	피니	Marca Fini	104	고맷	Gomets	23
	아코르	Arcor	56	호올스	Marca Halls	20
	하리보	Haribo	38	틱택	Tic Tac	13
	락타	Lacta	28	요거트 100	Yogurte 100	11
패키징	박스	Caixa	117	500g	500g	35
	600g	600g	70	200g	200g	26
	20g	20g	40	80g	80g	26
맛	딸기	Sabor Morango	96	바닐라	Sabor de Baunilha	30
	민트	Sabor Menta	36	초콜릿	Sabor Chocolate	29
	땅콩	Sabor Amendoim	30	바나나	Sabor de Banana	24

1. 곡물 스낵 경쟁제품 1위, '츄잉 껌'

▶ 곡물 스낵 경쟁제품 1위, '츄잉 껌'

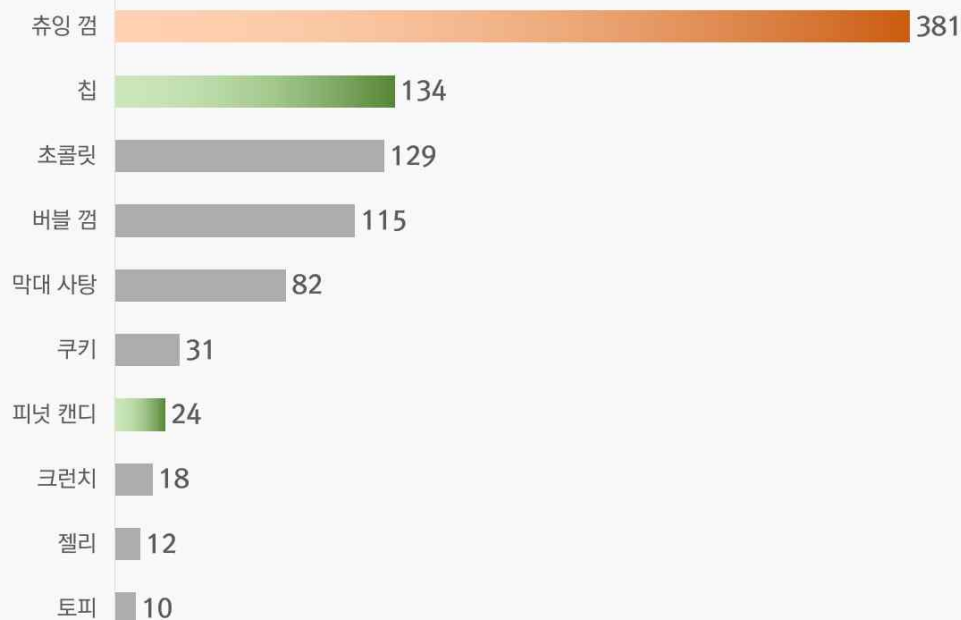
- '츄잉 껌' 경쟁제품 키워드 빈출 수 381건으로 압도적 1위
- 원문 검색 결과, 현지 소비자 다양한 과일이 함유된 츄잉 껌 소비

▶ 짭짤한 스낵, '칩'과 '피넛 캔디' 인기

- '칩' 키워드 빈출 134건, '피넛 캔디' 24건으로 각각 1·7위
- 원문 검색 결과, '칩'은 짭짤한 제품이 주로 검색되었으며, '피넛 캔디'는 브라질 고유의 간식으로 달고 짭 맛이 어우러진 것이 특징인 간식임

1위 츄잉 껌		2위 칩		7위 피넛 캔디	
					
제품명	오리지널 스키티즈	제품명	프링글스 오리지널	제품명	파코키타
브랜드	스키티즈(Skittles)	브랜드	프링글스(Pringles)	브랜드	산타 헬레나(Santa Helena)
용량	95g	용량	114g	용량	18g*24개입
가격	5.93헤알(약 1,262원 ¹⁶⁾)	가격	9.49헤알(약 2,019원)	가격	33.74헤알(약 7,179원)

[표 3.1] 브라질 곡물 스낵 경쟁제품 관련 키워드



자료: 브라질 온라인매장 판매 제품 내 '스낵' 관련 게시물 858건 분석

16) 1헤알=212.78원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 곡물 스낵 경쟁브랜드, ‘피니’ 최다 빈출

▶ 곡물 스낵 경쟁브랜드 ‘피니’ 최다 빈출

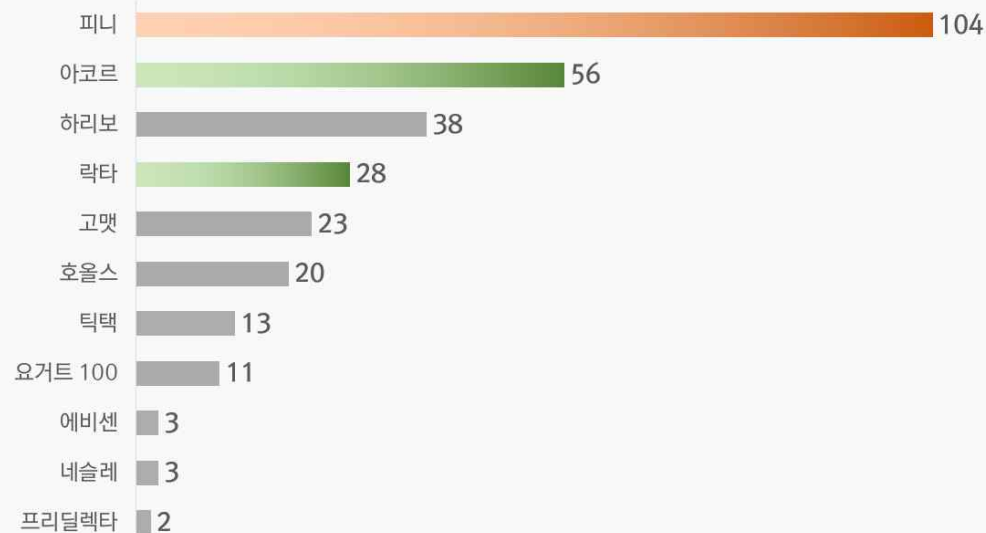
- ‘피니’ 경쟁브랜드 관련 키워드 빈출 수 104건으로 1위
- 원문 추적 결과, 스페인 브랜드 ‘피니(Fini)’는 과일 맛 젤리·츄잉 껌·버블 껌 등을 주력 제품으로 판매함

▶ 다양한 형태의 ‘파우치’와 ‘스틱’ 패키징

- 아르헨티나 브랜드 ‘아코르’ 56건, 브라질 브랜드 ‘락타’ 28건 빈출
- 원문 추적 결과, 브라질 스낵 시장 내 인기 제품인 토피 사탕, 초콜릿 제품 등을 판매하는 인접 및 자국 브랜드임

1위 피니		2위 아코르		4위 락타	
					
제품명	튜브 딸기 맛	제품명	버터 토피 캔디	제품명	비스 오레오
브랜드	피니(Fini)	브랜드	아코르(Arcor)	브랜드	락타(Lacta)
용량	17g*12개입	용량	500g	용량	101g
가격	10.99헤알(약 2,338원)	가격	15.90헤알(약 3,383원)	가격	5.39헤알(약 1,147원)

[표 3.2] 브라질 곡물 스낵 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 브라질 온라인매장 판매 제품 내 ‘스낵’ 관련 게시물 858건 분석

3. 곡물 스낵 경쟁제품 주요 패키징, ‘박스’와 ‘대용량’

▶ 곡물 스낵 패키징 키워드 1위 ‘박스’

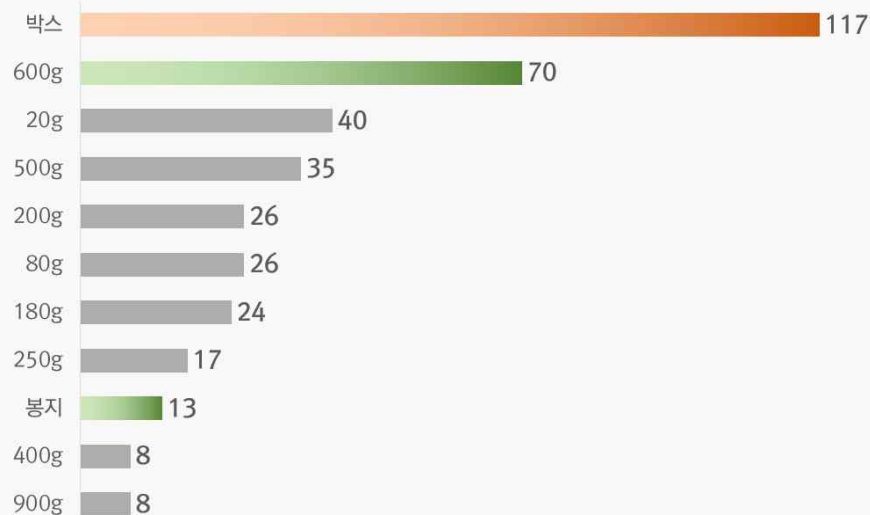
- ‘박스’ 패키징 키워드 빈출 수 117건으로 1위
- 원문 추적 결과, 1회분씩 비닐 소포장 되어 외포장을 박스로 패키징한 제품이 다수 검색되었음

▶ 패키징 중량 키워드 2위 ‘600g’

- ‘600g’ 패키징 키워드 빈출 수 70건으로 2위
- 원문 추적 결과, 예시 제품으로 기재된 대용량 캔디류 제품 ‘치타(Chita)’는 고객사 제품 중 마이쥬와 비슷한 제품으로 확인됨

1위 박스		2위 600g		9위 봉지	
					
제품명	참잉 치즈크림	제품명	모듬 치타 캔디	제품명	에비센 새우
브랜드	고객사	브랜드	치타(Chita)	브랜드	에비센(Ebicen)
용량	135g	용량	600g	용량	40g
가격	22.18헤알(약 4,719원)	가격	9.71헤알(약 2,066원)	가격	2.55헤알(약 543원)

[표 3.3] 브라질 곡물 스낵 경쟁제품 패키징 관련 키워드



자료: 브라질 온라인매장 판매 제품 내 ‘스낵’ 관련 게시물 858건 분석

4. 곡물 스낵 경쟁제품 인기 맛, ‘딸기’ 1위

▶ 맛 관련 키워드 빈출 수 1위, ‘딸기’

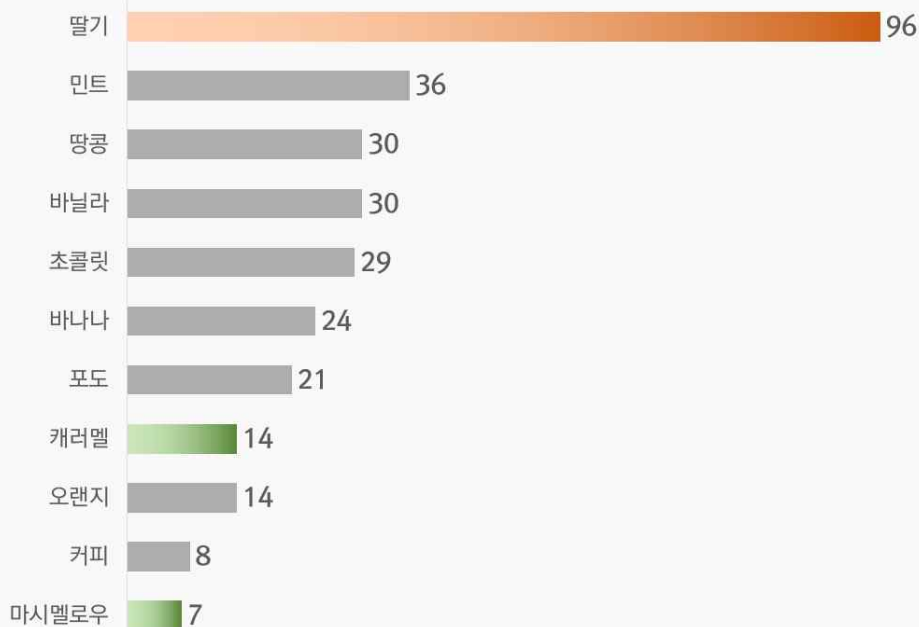
- ‘딸기’ 맛 키워드 96건 빈출로 압도적 1위
- 원문 추적 결과, 딸기 맛 제품이 최다 빈출된 제품은 캔디류임

▶ 고객사 곡물 스낵 맛 ‘캐러멜’, ‘마시멜로우’ 빈출

- ‘캐러멜’ 맛 키워드 14건, ‘마시멜로우’ 키워드 7건 빈출
- 원문 추적 결과 캐러멜 맛은 땅콩 등 짭짤한 스낵과 함께 검색되었으며, 마시멜로우 맛은 달콤한 스낵 또는 젤리와 함께 검색되었음

1위 딸기		8위 캐러멜		11위 마시멜로우	
					
제품명	사워 츠어블 캔디	제품명	수제 스위트 캐슈넛	제품명	초코파이
브랜드	코리(Cory)	브랜드	다비노 그라오(Divino Grão)	브랜드	오리온(Orion)
용량	12g*120개입	용량	1kg	용량	180g
가격	10.99헤알(약 2,338원)	가격	55.90헤알(약 11,894원)	가격	20.00헤알(약 4,256원)

[표 3.4] 브라질 곡물 스낵 경쟁제품 맛 관련 키워드



자료: 브라질 온라인매장 판매 제품 내 ‘스낵’ 관련 게시글 858건 분석

5. 브라질 곡물 스낵 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 다양한 맛으로 즐기는 츄어블 캔디 마이쥬

- 제품 키워드 '사탕류', 맛 키워드 '딸기' 활용
- 스낵 제품으로 딸기 맛을 선호하는 다수의 현지 소비자 공략

▶ 컨셉 ② _ 피넛 캔디 만큼 부드럽고 달콤한 꿀땅콩 캐러멜콘

- 제품 키워드 '피넛 캔디', 맛 키워드 '땅콩' 활용
- 달콤한 브라질 전통 스낵 피넛 캔디를 즐겨 먹는 소비자 맞춤 어필

▶ 컨셉 ③ _ 튀긴 곡물 칩에 캐러멜을 입혀 더욱 달콤한 조리품

- 제품 키워드 '칩', 맛 키워드 '캐러멜' 활용
- 작은 곡물 칩에 캐러멜을 입혀 맛을 더한 고객사 제품 특징 어필

제품	맛	패키징	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
스낵	딸기	박스	9건	→ 비스킷 사이에 [딸기] 크림이 샌드된 한국 인기 [스낵] 크라운 산도 [박스]
사탕류	딸기	봉지	6건	→ 개별 [봉지]로 하나씩 간편하게! 말랑하고 쫄쫄한 [딸기] 맛 [캔디] 마이쥬
사탕류	포도	봉지	6건	→ [봉지] 가득 다양한 맛으로 즐기는 한국 인기 츄어블 [캔디] 마이쥬 [포도 맛]
피넛 캔디	땅콩	박스	5건	→ [피넛 캔디] 만큼 부드럽고 맛있는 꿀[땅콩]캐러멜콘 [박스]
칩	캐러멜	(-)	5건	→ 튀긴 곡물 [칩]에 [캐러멜]을 입혀 더욱 달콤한 조리품

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 브라질 곡물 스낵 유통채널 비교
2. 브라질 곡물 스낵 유통채널 특징

1. 브라질 곡물 스낵 유통채널 비교

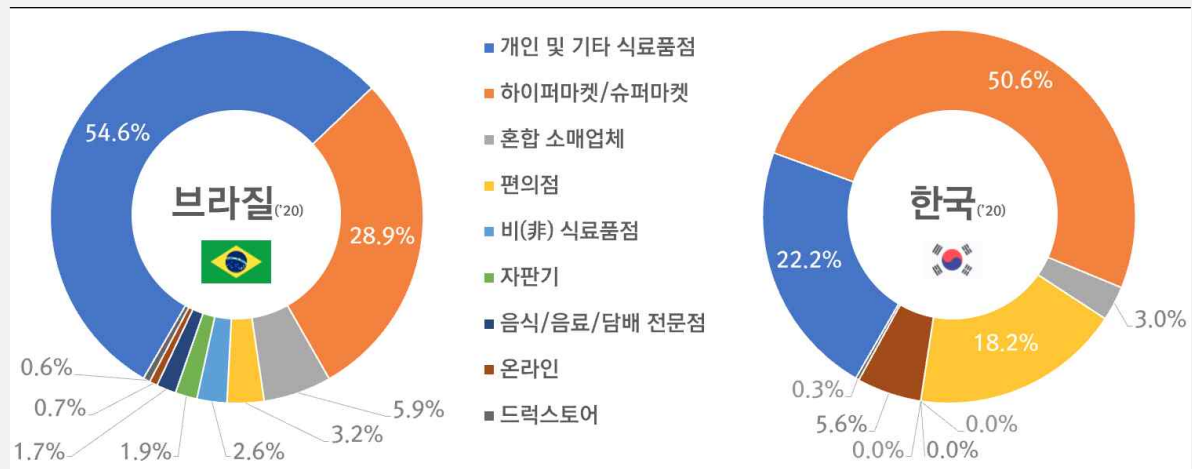
▶ 브라질 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 및 ‘개인 및 기타 식료품점’ 점유율, 총합 약 80%

2020년 브라질 ‘짭짤한 스낵’ 유통채널 중 가장 높은 점유율을 차지한 ‘개인 및 기타 식료품점’(54.6%)은 한국 ‘개인 및 기타 식료품점’(22.2%)과 약 30%p 차이를 보임. 그다음으로 높은 점유율을 차지한 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 경우 브라질이 28.9%, 한국이 50.6%로 한국이 약 20%p 더 높았음. ‘혼합 소매업체’를 통한 유통은 브라질과 한국 모두에서 10% 미만(각각 5.9%, 3.0%)의 점유율을 차지함. 다만 ‘편의점’을 통한 유통은 브라질(3.2%)에 비해 한국(18.2%)에서 약 5~6배 높은 수준의 점유율을 차지한 것으로 나타남

▶ 브라질 곡물 스낵 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 브라질 ‘짭짤한 스낵’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 0.7%로 한국의 5.6% 대비 낮아 아직 곡물 스낵의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 브라질 곡물 스낵 소매유통채널 점유율



브라질 및 한국 소매유통채널 점유율(17)(18) 비교(19)

브라질	유형	한국
54.6%	개인 및 기타 식료품점	22.2%
28.9%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	50.6%
5.9%	혼합 소매업체 ²⁰⁾	3.0%
3.2%	편의점	18.2%
2.6%	비(非) 식료품점	0.0%
1.9%	자판기	0.0%
1.7%	음식/음료/담배 전문점	0.0%
0.7%	온라인	5.6%
0.6%	드럭스토어	0.3%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 2020년 기준, 브라질 및 한국 ‘짭짤한 스낵(Savoury Snacks)’의 소매유통채널 점유율임

18) ‘곡물 스낵’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘짭짤한 스낵(Savoury Snacks)’의 정보를 확인함

19) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

20) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 브라질 곡물 스낵 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ **브라질 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 까르푸코메르씨오이인두스트리아**
브라질 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 까르푸코메르씨오이인두스트리아(Carrefour Comércio e Indústria)는 2020년 브라질 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 1,374억 7,100만 헤알(약 29조 2,511억 원²¹⁾)의 14.3%를 점유했으며, 씨아브라질레이라지스트리부이쑈(Cia Brasileira de Distribuição)는 전체 매출액의 11.2%를 점유함

▶ **브라질 대형 슈퍼마켓 진출 시 상품의 가격 경쟁력이 가장 중요²²⁾²³⁾²⁴⁾**
브라질은 코로나19 이후 지속되는 경기불황에 따른 구매력 감소로 가격이 저렴한 제품을 구매하기 위해 슈퍼마켓 또는 소규모 상점을 찾는 소비자가 늘고 있으며, 저렴한 값에 대량의 상품을 구매하기 위해 도매시장 이용이 급격히 증가하기도 했음. 이처럼 소비자들에게 상품의 가격 경쟁력이 중요해지고 있는 한편, 소득 격차의 심화로 상류층 소비자를 위한 고급식품 상점도 증가하고 있는 것으로 전해짐

[표 4.2] 브라질 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁵⁾	산하 주요 브랜드
1	까르푸코메르씨오이인두스트리아 (Carrefour Comércio e Indústria)	14.3%	까르푸(Carrefour), 빅봄프레쑈 (Big Bompreço), 빅(Big), 봄프레쑈(Bompreço)
2	씨아브라질레이라지스트리부이쑈 (Cia Brasileira de Distribuição)	11.2%	팡지아수카르(Pão de Açúcar), 엑스트라(Extra), 메르까도엑스트라(Mercado Extra)
3	수페르메르카도베아가코메르씨오지알리멘토스 (Supermercados BH Comércio de Alimentos)	5.5%	수페르메르카도스베아가 (Supermercados BH)
4	데에미아디스트리부이도라 (DMA Distribuidora)	3.6%	에파 (EPA)
5	수페르메르카도스콘도르 (Supermercados Condor)	2.9%	이페르콘도르(Hiper Condor), 콘도르(Condor)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 1헤알=212.78원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 미농무성(USDA), 「Retail Foods Brazil」, 2021.07

23) 농수산식품유통공사(aT), 「2020 농식품 수출국가정보」, 2020.11

24) 농수산식품유통공사(aT), 「2017 신흥시장 클로즈업 : 브라질」, 2017.06

25) 브라질 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

▶ 브라질 주요 편의점 업체, 씨아브라질레이라지지스트리부이소

브라질 주요 편의점 씨아브라질레이라지지스트리부이소(Cia Brasileira de Distribuição)는 2020년 브라질 편의점 전체 매출액 28억 8,900만 헤알(약 6,147억 원)의 57.2%를 점유했으며, 까르푸코메르씨오이인두스트리아(Carrefour Comércio e Indústria)는 전체 매출액의 20.5%를 점유함

▶ 브라질 편의점 업체, 2020년 매출액 전년 대비 17.3% 증가²⁶⁾

브라질 유통채널 중 편의점은 온라인을 제외하고서는 지금까지 가장 지속적이고 가파른 성장세를 유지하였으며, 2020년에는 브라질의 심각한 코로나19 상황에도 불구하고 총 매출액이 전년 대비 17.3%나 증가함. 하이퍼마켓/슈퍼마켓이나 온라인과는 달리 소비자들의 '사재기'로 인한 매출 증가는 아니었고, 코로나19 기간 동안 필수 채널로 선정되며 꾸준히 영업을 지속할 수 있었던 점과 이커머스, 특히 모바일 이커머스로의 적극적인 확장세로 가능했던 것으로 보임

[표 4.3] 브라질 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁷⁾	산하 주요 브랜드
1	씨아브라질레이라지지스트리부이소 (Cia Brasileira de Distribuição)	57.2%	미누토팡지아수카르 (Minuto Pão de Açúcar), 미니메르카도엑스트라 (Mini Mercado Extra)
2	까르푸코메르씨오이인두스트리아 (Carrefour Comércio e Indústria)	20.5%	까르푸익스프레스 (Carrefour Express)
3	지아브라질쏘시에다지 (Dia Brasil Sociedade)	15.5%	지아마켓 (Dia Market)
4	코메르씨알다하나 (Comercial Dahana)	6.5%	모멘토수페르노소 (Momento Super Nosso)
5	수페르메르카도히로타 (Supermercado Hirota)	0.4%	히로타푸드익스프레스 (Hirota Food Express)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Brazil Country Report」, 2021.02

27) 브라질 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

▶ 브라질 주요 아시안마트/한인마트,

수페르메르카도히로타 및 수페르메르카도오투기

브라질 주요 아시안마트/한인마트에는 수페르메르카도히로타(Supermercado Hirota)와 수페르메르카도오투기(Supermercado Otugui), 코리아마트(Korea Mart) 등이 있음. 수페르메르카도히로타는 일본 식품을 주로 판매하는 아시안마트로, 히로타푸드(Hirota Food) 및 히로타푸드익스프레스(Hirota Food Express)라는 명칭의 브랜드를 보유하고 있으며, 위의 두 브랜드는 각각 슈퍼마켓과 편의점 브랜드임

▶ 브라질 내 수입식품 주로 상파울루 통해 유통²⁸⁾²⁹⁾

미농무성(USDA)에서 2021년 발간된 브라질 식품 소매유통 관련 보고서에 따르면 대다수의 수입식품 유통물류는 상파울루(São Paulo)를 거점으로 진행되며, 수입식품 매출액의 약 74% 또한 상파울루가 속한 남동부 지역에서 발생함. 수입식품 중에서도 한국식품은 주로 한인마트나 한인 도매유통업체를 통해 유통되고 있으며, 일부는 일본계 소매점에서도 취급되고 있음. 브라질 내 일본 커뮤니티가 확고히 자리잡고 있어 일본 식품 또한 많이 대중화되어 있으나, 한국 식품은 이제 막 인지도를 높이기 시작한 상황인 것으로 알려짐

[표 4.4] 브라질 주요 아시안마트/한인마트

순번	구분	기업명	주요 거점	매장 수('20)
1	아시안마트 (일본)	수페르메르카도히로타 (Supermercado Hirota)	상파울루 (São Paulo)	112개
2	한인마트	수페르메르카도오투기 (Supermercado Otugui)	상파울루 (São Paulo)	1개
3	한인마트	코리아마트 (Korea Mart)	상파울루 (São Paulo)	1개

자료: 기업 홈페이지

28) 미농무성(USDA), 「Retail Foods Brazil」, 2021.07

29) 농수산물유통공사(aT), 「2017 신흥시장 클로즈업 : 브라질」, 2017.06

4) 온라인

▶ **브라질 주요 온라인 유통채널, 메르까도리브레 및 아메리카나스**
 브라질 주요 온라인 유통채널인 메르까도리브레(MercadoLibre)³⁰⁾는 2020년 브라질 온라인 전체 매출액 1,346억 9,200만 헤알(약 28조 6,598억 원)의 26.2%를 점유했으며, 아메리카나스(Americanas)는 2020년 전체 매출액의 17.8%를 점유함

▶ **브라질 식음료 온라인 소비시장의 가파른 성장세³¹⁾³²⁾**
 2020년 코로나19로 브라질 식음료 온라인 소비시장은 전년 대비 약 110.0% 성장함. 코로나19 이전에는 열악한 물류 인프라 및 대륙 크기의 국토 면적으로 인한 배송의 어려움 등 다양한 식음료 온라인 소비시장의 성장 저해 요인으로 성장세가 더뎠으나, 2020년을 기점으로 폭발적으로 성장함. 특히 이러한 수치는 기존의 오프라인 식료품 유통 기업들이 이커머스 관련 인프라, 예를 들어 온라인 채널 개설이나 물류 및 배송 관련 사항 등을 제대로 정비하지 못해 소비자에게 상당한 불편을 초래했음에도 불구하고 달성된 것으로, 식음료 온라인 소비시장에 대한 소비자들의 뜨거운 관심을 짐작할 수 있음. 이에 브라질의 식음료 온라인 소비시장은 이러한 성장세를 거듭하여 2025년 9,941억 헤알(약 211조 5,246억 원) 규모를 달성할 것으로 전망됨

[표 4.5] 브라질 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³³⁾	산하 주요 브랜드
1	메르까도리브레 (MercadoLibre)	26.2%	메르까도리브레 (MercadoLibre)
2	아메리카나스 (Americanas)	17.8%	아메리카나스(Americanas), 수브마리노(Submarino)
3	마가지네루이자 (Magazine Luiza)	14.3%	마가지네루이자 (Magazine Luiza)
4	씨 (Sea)	8.2%	쇼피 (Shopee)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 유로모니터(Euromonitor) 상에서는 기업 및 브랜드명이 기타 남미 국가에서 운영되는 메르까도리브레(MercadoLibre)와 동일하게 'b'가 사용되었으나, 실제로 브라질 메르까도리브레는 'MercadoLivre'로 표기됨

31) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Brazil Country Report」, 2021.02

32) 미농무성(USDA), 「Retail Foods Brazil」, 2021.07

33) 브라질 온라인 점유율 부문 상위 4개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 브라질 곡물 스낵 주요 온라인 유통채널
2. 브라질 곡물 스낵 주요 오프라인 유통채널

1. 브라질 곡물 스낵 주요 온라인 유통채널 ① 아메리카나스

기업 기본 정보	기업명	아메리카나스(Americanas)	
	홈페이지	www.americanas.com.br	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	8,300만 회
		앱다운로드수('20)	500만 회
		운영방식	온라인마켓

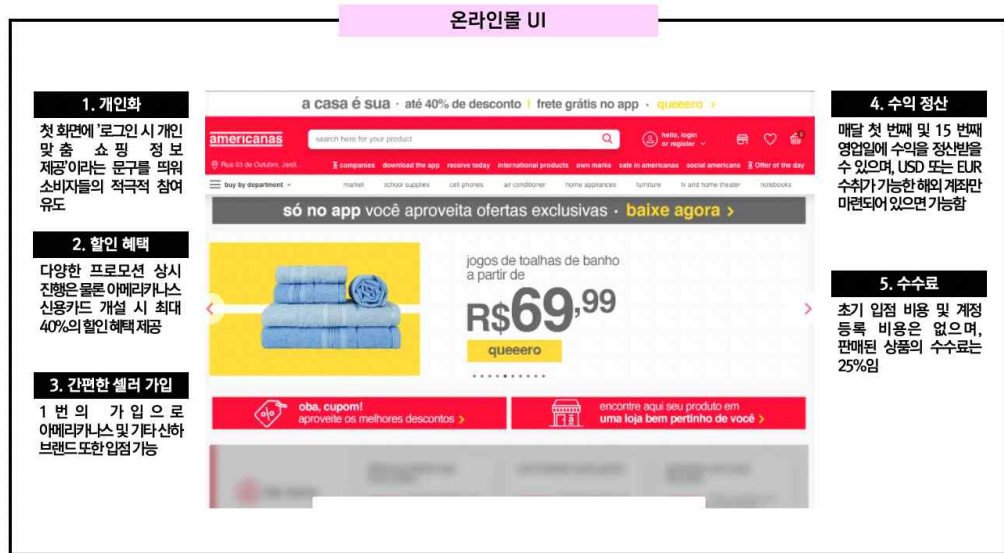
매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시즌별 할인 행사, 당일 특가, 카테고리별 및 구매 횟수별 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행 중		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 상단 'venda na americanas' 클릭하여 셀러 전용 페이지 접속 - 홈페이지 상단 우측에서 페이지 언어 영어로 변경 'start now' 클릭 - 이메일 입력 후 인증 진행 - 필요 정보 기입하여 마켓플레이스 스토어 생성 - 스토어 정보 (담당자명, 스토어명, 회사명, 주요 판매 제품 카테고리) - 공급자 정보 (법적으로 유효한 주소 정보 제공) - 위 정보를 모두 기입하면 아메리카나스에서 공급자 관리 시스템 플랫폼으로 사용 중인 Sky Hub로부터 이메일 수취하게 되며, 아메리카나스로부터 비밀번호 등록 이메일 또한 수취하게 됨 - 아메리카나스와 연결된 은행으로부터 허가 받은 후 상품 정보 업로드 가능 ① 가격은 모두 USD 기준으로 작성되어야 함 ② 상품 제목 및 상세 정보는 포르투갈어로 작성되어야 함 ③ 상품 배경은 흰색이어야 함

자료: 아메리카나스(Americanas), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

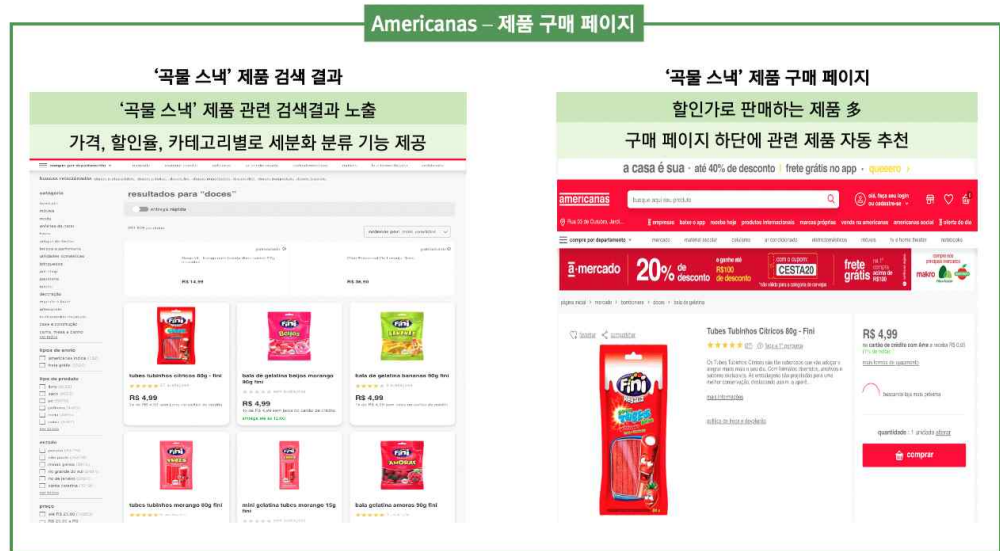
사진 자료: 아메리카나스(Americanas)

온라인몰 UI ①



페이지 내 정보가 이미지 파일로 작성된 경우가 많아
구글 자동 번역이 제대로 적용되지 않음

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송 종류, 평점별로 검색 가능

자료: 아메리카나스(Americanas)

사진 자료: 아메리카나스(Americanas)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁵⁾	용량	이미지
1	곡물 스낵	망이테하 (Mãe Terra)	인테그랄이오르가니쿠 오리지널트리부스 (Integral e Orgânico Original Tribos) *홀그레인 *유기농	브라질	4.99헤알 (약 1,361원)	130g	
2	곡물 스낵	발센 (Bahlsen)	비스코이투알레망 피르스트클라스 (Biscoito Alemão First Class) *밀, 헤이즐넛, 초콜릿	독일	27.39헤알 (약 7,471원)	125g	
3	곡물 스낵	샤르 (Schär)	비스코이투마리아 (Biscoito Maria) *옥수수, 마가린 *글루텐프리	미국	15.90헤알 (약 4,337원)	125g	
4	곡물 스낵	바우두오쿠 (Bauduocco)	헤세아디뉴쇼콜라트 (Recheadinho Chocolate) *초콜릿, 밀	브라질	6.55헤알 (약 1,787원)	104g	
5	곡물 스낵	토디 (Toddy)	비스코이투와페르 쇼콜라트 (Biscoito Wafer Chocolate) *옥수수녹말, 코코아	미국	1.56헤알 (약 426원)	94g	
6	곡물 스낵	바우두오쿠 (Bauduocco)	와페르사보르쇼콜라트 (Wafer Sabor Chocolate) *코코아, 옥수수녹말	브라질	6.49헤알 (약 1,770원)	140g	
7	스낵	나투라타 (Naturatta)	비스코이투드아호스 인테그랄 (Biscoito de Arroz Integral) *글루텐프리 *쌀, 베리	브라질	9.98헤알 (약 2,722원)	60g	

자료: 아메리카나스(Americanas)

사진 자료: 아메리카나스(Americanas)

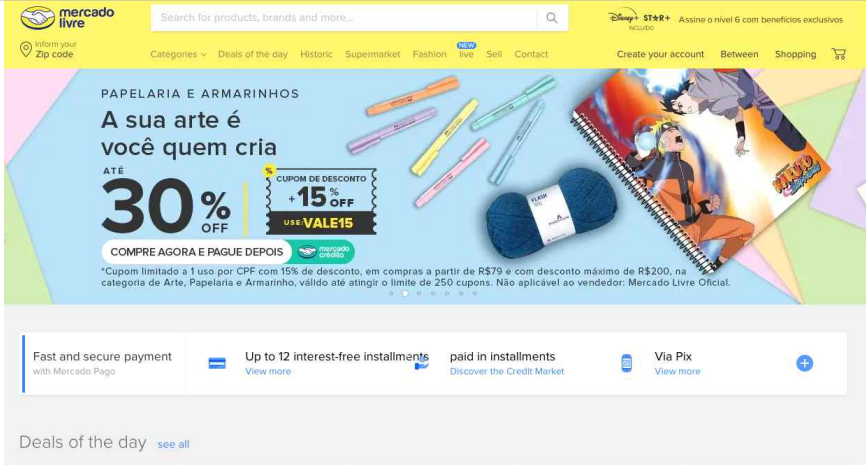
34) 조사일(2022.01.28) 기준 아메리카나스(Americanas) 곡물 스낵 카테고리 입점 상위 7개 제품 리스트

35) 1헤알=212.78원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 메르까도리브레

기업 기본 정보	기업명	메르까도리브레(MercadoLivre)	
	홈페이지	www.mercadolivre.com.br	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	2억 5,600만 회
		앱다운로드수('20)	60만 회
		매출('20)	39억 7,000만 달러(약 4조 7,064억 원 ³⁶⁾)
		운영방식	온라인마켓



매장 운영정보	홈페이지 정보	해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시즌별 할인 행사, 무이자 할부 혜택, 기프트 카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 등록 - 홈페이지 상단 'Vender' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (이름, 이메일 주소, 비밀번호, CPF 번호³⁷⁾) - 기타 참고사항 'Contato' - 'Vendas' 항목에서 품목별 수수료 등 판매 관련 정보를 열람할 수 있음 (www.mercadolivre.com.br/ajuda)
-------------	---------------------	---

자료: 메르까도리브레(MercadoLivre) 브라질, 시밀라웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 메르까도리브레(MercadoLivre) 브라질

36) 1달러=1,185.50원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

37) CPF는 'Cadastro de Pessoa Física'의 준말로, 브라질의 개인 납세자 식별 번호를 뜻함

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 간편한 셀러가입

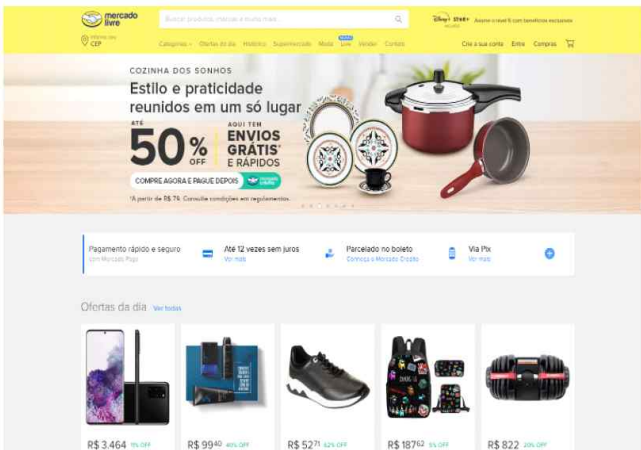
계정 별도 유지 비용이 없으며, 개인 판매자로도 등록 가능함

2. 메르카도파코

자체 개발한 디지털 결제 시스템 메르카도파코를 통해 편리하고 안전한 결제 옵션 제공

3. 물류시스템운영

메르카도리브레의 셀러는 메르카도리브레에서 제공하는 물류시스템 또는 자체적으로 상품을 배송할 수 있으며, 메르카도리브레의 자체 물류시스템은 메르카도엔비오스와 메르카도엔비오스플이 있음



4. 구매자 우선

구매자가 판매자에게 구매를 문의한 때를 기준으로 결제 가격을 결정하여 높은 선호도와 재구매율을 보임

5. 페이지안의 페이지

판매자와 구매자를 중립하는 역할로 표시되는 내부에 공식 물품 요충지는 형태로 입점을 진행함

카테고리별 세분된 검색 가능
배송 옵션 및 할인을별 검색 가능

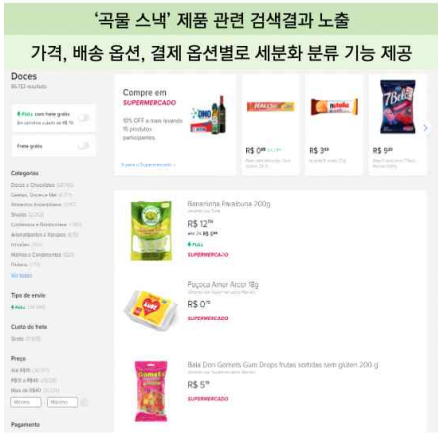
온라인몰 UI ②

MercadoLivre - 제품 구매 페이지

‘곡물 스낵’ 제품 검색 결과

‘곡물 스낵’ 제품 관련 검색결과와 노출

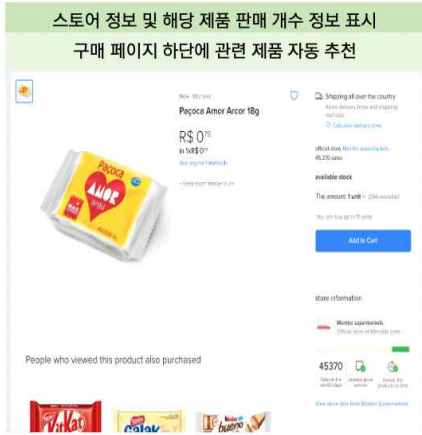
가격, 배송 옵션, 결제 옵션별로 세분화 분류 기능 제공



‘곡물 스낵’ 제품 구매 페이지

스토어 정보 및 해당 제품 판매 개수 정보 표시

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 메르카도리브레(MercadoLivre) 브라질

사진 자료: 메르카도리브레(MercadoLivre) 브라질

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	곡물 스낵	네슬레 (Nestle)	쇼콜라트보노 (Chocolate Bono) *밀, 초콜릿	스위스	1.89헤알 (약 516원)	126g	
2	곡물 스낵	도리토스 (Doritos)	콘스낵도리토스나초치즈 (Corn Snack Doritos Nacho Cheese) *옥수수	미국	5.49헤알 (약 1,948원)	84g	
3	곡물 스낵	네슬레 (Nestle)	바통파사템푸 (Baton Passatempo) *밀, 초콜릿	스위스	1.79헤알 (약 488원)	96g	
4	곡물 스낵	피라케 (Piraquê)	레이트말타두리그트 (Leite Maltado Light) *밀	브라질	3.79헤알 (약 1,034원)	160g	
5	곡물 스낵	피라케 (Piraquê)	비스코이투살가디뉴콩 제르젤링 (Biscoito Salgadinho com Gergelim) *참깨, 밀	브라질	3.39헤알 (약 925원)	100g	
6	곡물 스낵	바우두오쿠 (Bauduocco)	쇼쿠비스쿠이트콩쇼콜라트 아우레이트 (Choco Biscuit com Chocolate ao Leite) *초콜릿, 밀	브라질	5.80헤알 (약 1,582원)	80g	
7	곡물 스낵	바우두오쿠 (Bauduocco)	바우닐라 헤세이우 쇼콜라트 (Baunilha Recheio Chocolate) *초콜릿, 밀	브라질	1.89헤알 (약 516원)	140g	

자료: 메르카도리브레(MercadoLivre)

사진 자료: 메르카도리브레(MercadoLivre)

38) 조사일(2022.01.28) 기준 메르카도리브레(MercadoLivre) 곡물 스낵 카테고리 입점 상위 7개 제품 리스트

2. 브라질 곡물 스낵 주요 오프라인 유통채널 ① 팡지아수카르

기업 기본 정보	기업명	팡지아수카르(Pão de Açúcar)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.paodeacucar.com
	위치	상파울루(São Paulo)
	규모	매출액('20) 60억 1,996만 달러(약 7조 1,367억 원) 기타 규모 • 매장 수('20): 873개
기업 요약		1948년 설립됨 - 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 도매마켓 등의 다양한 매장 운영 형태를 지니고 있으며, 팡지아수카르는 상류층을 겨냥한 하이퍼마켓/슈퍼마켓이며 엑스트라는 중산층, 도매마켓 아사이(Assai)는 저소득층을 겨냥함 - 기존의 기업 간 거래를 통한 온오프라인 매장 입점 외에도 마켓플레이스 형식으로도 팡지아수카르 온라인몰을 통한 판매 가능



매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류, 생활용품, 가구, 애완용품 등
	선호제품	• 수입 제품, 브랜드 인지도가 높은 제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - GPA社 포털(www.gpabr.com) 접속 - 하단 'Fornecedores(공급자)' 클릭 - 하단 'Acesse o Meu Desconto' 링크 클릭 - 로그인 및 제품 등록 진행 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: ouvidoria@gpabr.com - 전화번호: +55-11-3886-0940 / 3693-9781
-------------	---------------------	---

자료: 팡지아수카르(Pão de Açúcar), 미농무성(USDA)

사진 자료: 팡지아수카르(Pão de Açúcar), 퓨처브랜드(FutureBrand)

② 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.carrefour.com.br	
	위치	상파울루(São Paulo)	
	규모	매출액('20)	144억 8,663만 달러(약 17조 1,739억 원)
		기타 규모	• 매장 수('20): 721개
	기업 요약	1975년 설립됨 - 까르푸 브라질은 홍콩에 있는 자사 사무실을 통해 구매함 - 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 약국, 편의점, 캐쉬앤캐리(도매) 등을 운영하며 저렴한 가격을 강점으로 내세우는 것이 특징임 2020년 11월 까르푸 매장 내 경비원의 흑인 남성 총살 사건으로 매장 내 방화 등 과격한 시위가 잇따라 발생함 - 기존의 기업 간 거래를 통한 온오프라인 매장 입점 외에도 마켓플레이스 형식으로도 까르푸 온라인몰을 통한 판매 가능	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 베이커리류, 생활용품, 애완용품 등	
	선호제품	• 가격 경쟁력을 갖춘 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 등록 (마켓 플레이스) (www.carrefour.com.br/marketplace) - 하단의 'Quero começar a vender' 클릭 - 필수항목 기재하여 사전등록 신청서 제출 (담당자명, 기업명, 기업 홈페이지, 연락처, 이메일, 제품종류, 연 매출액 및 연간 판매수량, 플랫폼 입점 경험 등) - 문의사항 연락처 (까르푸 공급자 포털) (fornecedor.carrefour.com.br) - 이메일: central_de_atendimento@carrefour.com - 전화번호: +55-11-3755-2600	

자료: 까르푸(Carrefour) 브라질, 미농무성(USDA)

사진 자료: 까르푸(Carrefour) 브라질, 로이터스(Reuters)

③ 비알마니아

기업 기본 정보	기업명	비알마니아(BR Mania)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.postospetrobras.com.br/aproveite-a-parada/br-mania	
	위치	상파울루(São Paulo)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 약 1,280개	
	기업 요약	• 1971년 설립됨 • 페트로브라스(Petrobras) 주유소와 함께 운영되는 편의점 체인임 • 페트로브라스(Petrobras) 계열사의 포인트 시스템인 프레미아(Premmia) 적립 가능함 • 홈페이지를 통해 각종 할인 정보 제공 중	

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석 식품, 간편식품, 음료류, 주류, 스낵류, 베이커리류, 위생용품 등	
	선호 제품	• 조리가 완료된 제품, 간편 식품 등	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 등록 (www.vibraenergia.com.br) - 홈페이지 상단의 'Negócios com a Vibra(Business with Vibra' 메뉴의 'Quero ser um fornecedor(I want to be a Supplier' 클릭 - 해당 페이지에서 공급자 관련 정보 (서류 목록, 지원 가능 카테고리 등) 확인 가능함 - 홈페이지 가입 정보 ① 개인 혹은 법인 선택 ② 개인 납세자 식별 번호(CPF) ③ 이름 ④ 이메일 주소 및 전화번호 ⑤ 기타 메시지 및 첨부파일 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +55-800-770-1337
-------------	---------------------	---

자료: 비알마니아(BR Mania)

사진 자료: 비알마니아(BR Mania)

④ 히로타푸드

기업 기본 정보	기업명	히로타푸드(Hirota Food)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.hirota.com.br
	위치	상파울루(São Paulo)
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 112개 ³⁹⁾
	기업 요약	- 다이소가 입점되어 있으며 인터넷 몰로도 동일하게 쇼핑 가능함 - 슈퍼마켓인 히로타푸드 외에도 히로타푸드익스프레스, 히로타엔카사 등 다양한 브랜드 운영 중 - 그랩앤고(Grab&Go) 컨셉의 즉석식품 푸드코트가 마련되어 있으며 히로타푸드익스프레스(편의점) 매출액의 약 40%가 도시락류 제품에서 발생함
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 간편식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 와인류, 생활용품, 가정용품 등
	선호제품	• 도시락과 같은 조리가 완료된 제품(그랩앤고(Grab&Go) 제품)
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일을 통한 등록 - 홈페이지 상단의 'Seja Um Fornecedor(Become A Supplier)' 클릭 시 컨택 포인트 정보가 적혀있음. 아래의 정보를 포함하여 이메일 발신 - 등록 시 필요한 정보 ① 제품 카탈로그 ② 제품 가격 리스트 (판매 가격, 할인 가격 등) ③ 회사 소개 자료 - 히로타푸드 내부 검토 후 추후 논의 진행 여부를 이메일로 회신해줌 - 문의사항 연락처 - 이메일: recepcao@hirota.com.br / sac@hirota.com.br - 전화번호: +55-11-2066-5300

자료: 히로타푸드(Hirota Food)

사진 자료: 히로타푸드(Hirota Food), 히로타푸드(Hirota Food) 페이스북 페이지

39) 수페르메르카도히로타(Supermercado Hirota)에서 운영 중인 다양한 형태의 브랜드(편의점 포함) 매장의 총 개수임

⑤ 수페르메르카도오투기

기업 기본 정보	기업명	수페르메르카도오투기 (Supermercado Otugui)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.otuguism.com.br		
	위치	상파울루(São Paulo)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('20): 1개	
	기업 요약	• 1989년 설립됨 • 식료품부터 생활용품까지 한국 마트에서 볼 수 있는 다양한 상품을 판매함 • 현재 브라질에서 가장 큰 한국 식료품 전문 수입유통업체이며, 온라인 쇼핑몰 또한 운영하고 있음 • 브라질 상파울루 내 한인 밀집 지역에 위치하고 있으며, 매장 근처에 한국 전자제품 브랜드 매장이 있음		
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 간편식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 주류, 생활용품, 가정용품 등		
	선호제품	• 한국의 유명 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호(왓츠앱): 11-9-5781-9700 - 이메일: contato@okf.com.br / og.otogui@gmail.com		

자료: 수페르메르카도오투기(Supermercado Otugui)

사진 자료: 수페르메르카도오투기(Supermercado Otugui), 구글맵(Google Maps)

VI. 진입장벽

1. 브라질 곡물 스낵 통관 및 검역 절차
2. 브라질 곡물 스낵 품질 인증
3. 브라질 곡물 스낵 라벨링
4. 브라질 곡물 스낵 성분 및 유해물질

1. 브라질 곡물 스낵 통관 및 검역 절차⁴⁰⁾

▶ 브라질 곡물 스낵 수출 시, 제조일 또는 수입 개시일 통보 의무

브라질은 국세청(Receita Federal)에서 무역 전반에 대한 관리가 이루어지며, 국가보건감사국(Anvisa, Agência Nacional de Vigilância Sanitária)이 수입 식품 규제를 담당하고 있음. 현재 ①기능성 또는 건강에 영향이 있다고 주장하는 식품 ②유아식 ③장내 영양처리 과정을 위한 레시피가 포함된 제품 ④새로운 포장기술로 포장된 제품 ⑤새로운 식품과 새로운 식재료 ⑥효소 또는 생균제를 함유한 식품보조제의 경우 위생등록을 해야만 브라질 수출이 가능한. 고객사의 곡물 스낵은 위생등록 의무는 없지만 제조일 또는 수입 개시일 통보의무가 있음

[표 6.1] 브라질 곡물 스낵 통관 검역 절차



자료: 관세청, 브라질 국세청(Receita Federal), KATI농식품수출정보 홈페이지

40) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 브라질 곡물 스낵 품질 인증

▶ 브라질 곡물 스낵, 필수 취득 인증 無

브라질로 곡물 스낵 수출 시 반드시 취득해야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 6.2] 브라질 곡물 스낵 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

3. 브라질 곡물 스낵 라벨링

[표 6.3] 브라질 곡물 스낵 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	식품의 실체와 특성을 나타내는 구체적인 명칭을 뜻함
	2. 성분 목록	- 식품첨가물의 역할 또는 필수 기능 - 식품첨가물의 명칭 전체 또는 INS 번호 - 식품첨가물은 원재료명 목록 끝에 이어서 표시할 것 - 식품첨가물은 함량 비율의 하향순서로 기재할 것
	3. 원산지	식품이 생산된 국가 또는 여러 나라에서 가공되었지만 중요한 변형이 이루어진 최종 국가
	4. 순중량	내용물의 순중량, 순부피 표시
	5. 수입 및 제조사 정보	수입업체 또는 제조업체의 명칭 및 주소
	6. 배치 번호	동일한 조건 아래, 일정 시간 내, 동일한 제조사 또는 배분업체가 가공한 유형의 집합물별로 부여한 번호
	7. 보관방법	제품의 보관방법 안내
	8. 유통기한	3개월 이하의 유통기한은 최소한 일월을 표시할 것 3개월 이상의 유통기한은 최소한 월년을 표시할 것
	9. 필요 시, 식품 조리 및 사용 방법	필요할 경우, 제품의 조리 방법 및 사용 방법 안내
	10. 영양성분	열량, 탄수화물, 단백질, 총 지방, 포화지방, 트랜스지방, 식이섬유, 나트륨
	11. 기타 표시 기준	- 언어는 포르투갈어로 기재되어야 함 - 포르투갈어 외 언어로 표기된 경우 포르투갈어 기재 스티커를 부착해야 함 - 필수 표시 사항 크기는 최소한 1mm 이상이어야 함 (순중량 표시 제외)

출처: 브라질 국가보건감시국(Anvisa), KATI농식품수출정보

▶ 브라질 곡물 스낵 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 포르투갈어 및 영어]

- ① FRONTERA
TEXMEX
- ② SALTED TORTILLA CHIPS
- ③ PESO LIQ. : 125g
- ④ Tortilhas de milho com sal
- ⑤ não contém glúten

[앞면 - 국문]

- ① 프론테라
텍스맥스
- ② 소금맛 토띠아 칩
- ③ 순중량 : 125g
- ④ 소금을 곁들인 옥수수 토띠아
- ⑤ 글루텐 프리

[뒷면 - 포르투갈어]

- ① INFORMAÇÃO NUTRICIONAL
- Porção 25g (1/2 xícara)

Quantidade por porção		%VD(*)
Valor Energético	118kcal = 496kJ	6%
Carboidratos	16g, dos quais:	5%
- açúcares	0,2g	**
Proteínas	1,7g	2%
Gorduras totais	5,0g	9%
Gorduras saturadas	2,3g	10%
Gorduras trans	0,0g	**
Fibra alimentar	1,0g	4%
Sódio	90mg	4%

[뒷면 - 국문]

- ① 영양정보
- 제공량 25g (1/2컵)

1회 제공량		%VD(*)
열량	118kcal = 496kJ	6%
탄수화물	16g, 그 중:	5%
- 당	0,2g	**
단백질	1,7g	2%
총 지방	5,0g	9%
포화지방	2,3g	10%
트랜스지방	0,0g	**
식이섬유	1,0g	4%
나트륨	90mg	4%

- % Valores diários com base em uma dieta de 2000kcal ou 8400kJ.
- Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas.
- ** VD não estabelecido

② Peso líquido : 125g

③ Nao contem Gluten

④ Ingredients :
milho moido, óleo de palma e sal. NAO CONTEM GLUTEN.

⑤ Conservar em local seco, fresco e livre da ação de agentes externos.

⑥ Após aberta a embalagem, manter a embalagem fechada e consumir em até 3 dias.

⑦ Produzido por :
NV Snack Food Poco Loco
Rumbeeksegravier 157 B 8800
Roeselare-Belgium.
PRODUTO DA BELGICA

⑧ Importado e distribuido por :
- Latinex Imp. Exp. de Alimentos Ltda
- CNPJ : 05.540.409/0001-14
- Av. JK, 4661, CIC, Curitiba / PR, Brasil.
- SAC: 0800-3022727
*sac@fronterabrasil.com.br
- www.fronterabrasil.com.br
- /FronteraBrasil/
@FRONTERA.BRASIL

- % 일일 기준치는 2000kcal 또는 8400kJ를 기반으로 함
- 귀하의 일일 가치는 에너지 요구 사항에 따라 더 높거나 낮을 수 있습니다.
- ** VD(일일 기준치)가 설정되지 않음

② 순중량 : 125g

③ 글루텐 프리

④ 재료 :
옥수수 가루, 야자유, 소금.
글루텐 프리

⑤ 건조하고 서늘한 곳, 외부 요인에서 자유로운 곳에 보관하십시오.

⑥ 포장을 개봉한 후 최대 3일 이내에 섭취하십시오.

⑦ 생산자 :
NV 스낵푸드 포코로코
Rumbeeksegravier 157 B 8800
Roeselare-Belgium.
벨기에 제품

⑧ 수입 및 유통업체 :
- 라티넥스 Imp. 식품 Exp. 주식회사
- 사업자등록번호 :
05.540.409/0001-14
- Av. JK, 4661, CIC, Curitiba / PR, Brasil.
- 고객센터 : 0800-3022727
*sac@fronterabrasil.com.br
- www.fronterabrasil.com.br
- /FronteraBrasil/
@FRONTERA.BRASIL

4. 브라질 곡물 스낵 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물⁴¹⁾

브라질의 식품첨가물은 국가보건감시국(Anvisa, Agência Nacional de Vigilância Sanitária)에서 규정 및 관리하고 있음. 국가보건감시국은 식품첨가물을 모든 단계(예: 가공, 저장, 취급, 운송 등)에서 물리적, 화학적, 생물학적 또는 감각적 특성을 변경하기 위해 의도적으로 식품에 첨가한 영양학적 이점이 없는 성분으로 정의함. 모든 식품첨가물은 필요성과 안전성을 평가하기 위해 별도로 분석되며, 첨가물이 함유될 식품에 대해 최대 한도가 설정될 수 있음. 다만, 설정되지 않은 경우에는 적당한 수준(GMP)으로 사용할 수 있음

▶ 유해물질⁴²⁾

브라질의 유해물질 역시 국가보건감시국(Anvisa)에서 규정 및 관리하고 있음. 하기 표는 곡물 스낵에 적용될 수 있는 유해물질 기준 일부이며, 자세한 규정은 국가보건감시국 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.4] 곡물 기반 제품에 적용되는 브라질 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(포르투갈어)	최대허용수치	식품 유형
1	총 비소	Arsênio total	0.3mg/kg	곡물 기반 제품
2	카드뮴	Cádmio	0.1mg/kg	
3	납	Chumbo	0.2mg/kg	
4	아플라톡신 B1, B2, G1, G2	Aflatoxina B1, B2, G1, G2	5mcg/kg	
5	보미톡신	Desoxinivalenol	1,000mcg/kg	
6	제랄레논	Zearalenona	100mcg/kg	

출처: 브라질 국가보건감시국(Anvisa)

41) USDA, FAIRS Annual Country Report Annual (Brazil), 2021.02.03

42) 브라질 국가보건감시국(Anvisa), Instrução Normativa - IN nº 88 de 26/03/2021

▶ 알레르겐

브라질 국가보건감시국(Anvisa, Agência Nacional de Vigilância Sanitária)은 모든 식품 및 음료 제품에 알레르기 유발성분 표시할 것을 권장함. 브라질 알레르겐 물질과 고객사 곡물 스낵의 성분을 분석한 바 권장 대상 알레르겐 성분은 밀류, 땅콩 및 대두, 우유가 있는 것으로 확인됨

[표 6.5] 브라질 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	곡물 스낵 해당 여부
1	권장	밀류 (호밀·보리·귀리 및 관련 제품)	v
2	권장	갑각류	-
3	권장	계란	-
4	권장	어류	-
5	권장	땅콩 및 대두	v
6	권장	우유	v
7	권장	아몬드	-
8	권장	도토리	-
9	권장	캐슈넛	-
10	권장	마카다미아	-
11	권장	브라질너트	-
12	권장	피스타치오	-
13	권장	잣	-
14	권장	밤	-

출처: 브라질 국가보건감시국(Anvisa)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 오지컴퍼니(OG Company)

브라질(Brazil)

인터뷰 대상 선정

오지컴퍼니
(OG Company)

인터뷰 대상 기업체 선정

- 유통업체(B2C) ○
- 고객사 제품 취급 경험 ○

업체 ▶

유통업체(B2C)

취급 ▶



곡물스낵

사진 자료: 제품 판매 페이지

브라질(Brazil)

유통업체(B2C) 인터뷰 요약

고객사	제품 피드백	현지 시장 동향 및 타겟 소비자층	추천 홍보 방법
오지컴퍼니 (OG Company) -----	• 고객사 제품이 시리얼처럼 먹을 수 있다는 것을 감안했을 때., 현지 시리얼 제품과 비교하면 제품 가격은 비쌌 • 고객사 제품이 가지고 있는 HACCP 등의 인증은 브라질 진출 시 원활하겠지만, 브라질에서는 인증에 대해 크게 신경쓰지 않음 • 고객사 제품 이름이 현지 소비자들에게 너무 아시아스럽게 느껴져 거부감이 들게 할 수 있음 • 현지 소비자들은 고객사 제품과 같은 달콤한 간식을 먹는 데 익숙하지 않음	• 현지 시장에서는 칩, 팝콘, 시리얼, 나초 순으로 인기가 있는 편임 • 브라질 현지 소비자들은 어릴 때부터 칩 제품을 간식 및 점심으로 소비함 • 코로나19가 곡물 과자 판매에 악영향을 끼침 • 수입 곡물 과자는 소득 수준이 높고 외국 문화를 아는 소비자들 주로 구매하는 편임 • 고객사 제품 주요 타겟 소비자층으로 아시아인 및 중상류 소비자층 공략 추천	• 시식을 통한 홍보 방법을 추천하나, 코로나19로 인해 당분간은 어려움 • K-POP, K-드라마가 현지에서 인지도를 보이고 있기 때문에, 넷플릭스, 유튜브 등의 플랫폼 통해 제품을 노출시켜 홍보하는 것이 효과적인 것으로 보임 • 보리 성분은 현지에서 맥주를 연상시키기 때문에, 고객사 제품 홍보 포인트로 사용하는 것은 적절하지 않을 것으로 보임

(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체(B2C) 인터뷰 1개사

Interview ① OG컴퍼니(OG Company)

43)

OG컴퍼니
(OG Company)

- 유형: 유통업체(B2C)
- 업체 특징:
 - 면류, 음료 등 한국산 식품 취급업체
 - 다양한 한국산 과자 판매
 - 자체 오프라인 매장 '오투기슈퍼' 운영 중이며 자체 온라인 쇼핑몰 '오투기즘'을 병행 운영 중

담당자 정보

Owner

OG COMPANY

OG컴퍼니(OG Company)
Owner

Q. 수입 곡물 과자의 주요 소비자층과 고객사 제품이 공략하면 좋을 소비자층은 어디인가요?

주요 소비자층은 중산층부터 고소득층까지 다양합니다. 소비자 연령층 또한, 간식 종류에 따라 다양합니다. 주로 부유한 집안, 소득 수준이 어느 정도 높고, 여행을 다니며 외국의 문화와 외국 브랜드를 아는 사람들에게 의해 수입 곡물 과자가 소비됩니다. 고객사 제품은 아시아인 소비자층과 중상류 소비자층을 공략하면 좋을 것 같습니다.

Q. 나초, 칩, 팝콘, 시리얼과 같은 다양한 종류의 곡물 스낵 중에서 브라질 소비자층이 선호하는 종류는 무엇일까요?

칩, 팝콘, 시리얼, 나초 순서대로 인기가 있습니다. 브라질에서는 소비자층이 어릴 때부터 칩을 간식과 점심으로 소비해 왔습니다. 자사는 여러 종류의 저렴한 팝콘을 판매하고 있습니다.

Q. 코로나19가 브라질에서 곡물 과자 판매에 영향을 끼쳤나요?

코로나19는 곡물 과자 판매에 악영향을 끼쳤습니다. 하지만, 모든 것들이 제자리로 돌아가면서 곡물 과자 판매도 정상화되고 있습니다.

Q. 브라질에서 고객사 제품의 가격과 용량은 적당한가요?

고객사 제품은 세금과 수입비용을 포함해 브라질 헤알로 환산하면 비싼 가격입니다. 용량은 브라질 소비자들에게 적당한 용량입니다.

Q. 브라질 내 경쟁제품은 무엇이 있고, 고객사 제품의 셀링포인트는 무엇이 될 수 있을까요?

브라질에서도 고객사 제품과 비슷한 제품이 있는데, 가장 큰 차이점은 고객사 제품은 시리얼처럼 먹을 수 있다는 것입니다. 하지만 고객사 제품의 비싼 가격 때문에, 시리얼처럼 먹을 수 있는 특징으로 브라질 경쟁제품에 우위를 갖기는 어렵습니다.

Q. 브라질에서 과자 제품 관련 인증은 어떤 게 있나요?

HACCP, FSSC 22000, ISO 9001과 같은 인증을 보유하고 있다면 브라질에서 큰 문제는 없을 것입니다. 그렇지만, 브라질에서는 인증에 대해 크게 신경 쓰지 않습니다.

Q. 고객사 제품을 효과적으로 홍보할 방법은 무엇이라고 생각하나요?

홍보 방법은 제품을 시식하는 방법이 효과적이라고 생각합니다. 하지만, 코로나19 때문에 당분간 시식을 통한 홍보는 어려울 것 같습니다. 최근 K-pop과 K-드라마, 넷플릭스, 유튜브 등을 통해 한국에 대한 인지도가 높아지고 있습니다. 위 플랫폼에 노출된 제품들은 높은 인기와 수요를 보입니다. 위와 같은 플랫폼을 통해 홍보하는 것도 효과적일 것입니다.

Q. 한국 제품의 브라질 진출에 대해 어떻게 생각하나요?

브라질은 소득과 교육의 격차가 매우 큰 나라이며 브라질에 거주하는 아시아인들은 매우 소수입니다. 따라서 한국 제품에 대한 인지도가 많이 떨어지는 편이라고 볼 수 있습니다. 일례로 일본인들이 약 100년 전에 브라질 이민을 왔지만, 일본 음식인 초밥이 리우데자네이루에서 약 10년 전에 처음 소개되었을 만큼 여전히 일본인과 일본 문화는 ‘새로운’ 것으로 여겨집니다. 일본인들은 100년 이상 브라질에 거주하면서 여전히 어려움을 겪고 있습니다. 하물며 일본인들보다 브라질 현지에 진출이 늦은 한국인들과 중국인들이 브라질에서 자국 제품을 진출시키는 데에는 더 큰 어려움을 겪을 것입니다.

Q. 고객사 제품의 이름에 대해서 어떻게 생각하시나요?

고객사 제품의 이름은 브라질 현지 소비자들에게 너무나 어렵고 생소한 이름입니다. 너무 이국적으로 들리기도 하고 너무 ‘아시아’스럽게 느껴지기도 하여 현지 소비자들로부터 거부감을 들게 할 수 있습니다. 브라질 현지 주민들은 대부분 유럽의 후손들입니다. 때문에, 중상류층은 유럽의 문화나 음식에 익숙하지만 아시아의 문화나 음식은 생소합니다.

Q. 고객사 제품은 브라질 내에서 어떤 형태로 소비될까요?

고객사 제품은 간식보다는 아침에 먹는 시리얼에 가깝습니다. 브라질 소비자들은 달콤한 간식을 먹는 것에 익숙하지 않습니다. 브라질의 간식은 대부분 짜고 고소하며 달콤한 제품은 비스킷으로 분류됩니다. 하지만 고객사 제품은 과자 알맹이가 작아 시리얼에 가깝습니다. 포장도 종이 박스로 되어있지 않기 때문에 과자처럼 보일 수 있지만, 제품 자체는 브라질의 다른 제품들과 비교했을 때, 시리얼에 가깝습니다. 따라서 현지 소비자들로 하여금 고객사 제품이 정확하게 어떤 제품인지 혼동하게 만들 우려가 있습니다.

Q. 브라질에서 고객사 제품과 유사한 제품은 무엇인가요?

“pipoca de canjica”와 “pipoca de milho”를 검색하면 고객사 제품과 유사한 제품을 찾을 수 있습니다. 이 중 하나는 강냉이와 비슷한 제품입니다. 브라질에서는 나초와 옥수수로 만든 과자를 많이 소비합니다. 또한, 브라질에서는 보리와 맥주가 깊은 연관이 있어 보리를 보면 맥주를 연상합니다. 때문에, 고객사 제품을 홍보할 때, 보리를 셀링포인트로 잡는 것을 추천하지 않습니다.

VIII. 시사점



브라질 온라인매장 곡물 스낵 경쟁브랜드 시장점유율

소비 특징 ① 곡물 스낵 경쟁브랜드 주요 키워드, 피니 및 아코르



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 스낵의 경쟁제품 주요 키워드로 추잉 껌(381건), 버블 껌(115건) 등 껌 관련 키워드가 빈출되는 것으로 나타남. 뒤이어 칩(134건) 관련 키워드가 많이 도출되었음. 한편, 온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 스낵의 경쟁브랜드 주요 키워드로 스페인의 피니 브랜드 관련 키워드가 가장 빈출했으며, 주력 제품으로 껌 제품을 판매하고 있는 것으로 나타남. 피니에 이어 아르헨티나의 아코르, 독일의 하리보, 브라질의 락타 브랜드 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 곡물 스낵을 주력으로 판매하는 브랜드는 키워드량 상위에 도출되지 않았음

한편 브라질 현지 곡물 스낵 수입 · 유통업체를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지에서는 칩, 팝콘, 시리얼, 나초 제품 순으로 인기가 있는 것으로 나타남. 또한 고객사 제품의 경우 스낵보다는 시리얼에 가깝다는 담당자의 의견이 있었음



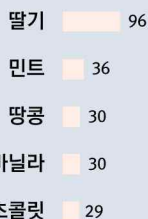
브라질 온라인매장 곡물 스낵 경쟁제품 패키징 관련 키워드

소비 특징 ② 곡물 스낵 경쟁제품 패키징 주요 키워드, 박스



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 패키징 주요 키워드로 박스 패키징 관련 키워드가 압도적으로 빈출한 것으로 나타남. 이 외 패키징 형태 관련 키워드는 봉지 키워드가 소수 도출되었음. 용량 관련 키워드로는 600g, 500g 등 대용량 키워드가 20g, 80g 등 소용량 키워드보다 많이 도출되는 것이 확인되었음

한편 브라질 현지 곡물 스낵 수입 · 유통업체를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 고객사 곡물 스낵 제품 용량은 현지에서 판매하기 적절한 용량이나, 시리얼임을 감안하더라도 현지 판매 경쟁제품 대비 가격이 비싼 편인 것으로 나타남. 또한 현지인들 입장에서 시리얼 제품의 패키징은 주로 종이 박스로 되어있는데, 고객사 제품은 그렇지 않다는 점에서 현지 소비자들로서 하여금 정확히 어떤 제품인지 혼동하게 만들 수 있다는 담당자의 의견이 있었음



브라질 온라인매장 곡물 스낵 경쟁제품 맛 관련 키워드

소비 특징 ③ 곡물 스낵 경쟁제품 맛 주요 키워드, 딸기



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 곡물 스낵 경쟁제품의 맛 주요 키워드로 딸기 키워드가 빈출되는 것이 확인됨. 원문 추적 결과, 딸기 맛 제품이 최대 빈출된 경쟁제품군은 캔디류인 것으로 나타남. 뒤이어 민트, 땅콩, 바닐라, 초콜릿 맛 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 고객사 곡물 스낵에 사용된 캐러멜 맛 관련 키워드는 전체 맛 키워드 11개 중 도출량 8위를 기록하였음

한편, 브라질 현지 곡물 스낵 수입 · 유통업체를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 소비자들은 고객사 곡물 스낵과 같이 달콤한 간식을 먹는 것에 익숙하지 않은 것으로 나타남. 현지 소비자들은 대부분 짜고 고소한 간식을 먹는다는 담당자의 의견이 있었음. 또한 고객사 곡물 스낵 제품 주요 원료인 보리가 현지에서는 맥주를 연상시키기 때문에 보리 성분 자체를 셀링포인트로 잡는 것을 추천하지 않는다는 의견도 있었음



브라질 '짹짹한 스낵' 유통채널 점유율

주요 유통채널 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점



곡물 스낵을 포함하는 '짹짹한 스낵' 카테고리의 브라질 현지 유통채널 점유율을 조사한 결과, 개인 및 기타 식료품점이 54.6%로 가장 많은 점유율을 차지했으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 28.9%, 혼합 소매업체가 5.9%, 편의점이 3.2%의 점유율로 뒤를 이었음. 온라인은 0.7%의 낮은 점유율을 보였음

한편 브라질 현지 곡물 스낵 수입 · 유통업체를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 진출 타깃 소비층으로 아시아인 소비자층 및 중산층 소비자층이 꼽혔음. 이와 관련해 담당자는 현지에서 수입 곡물 과자를 접할 수 있는 소비층이 여행을 다니면서 외국의 문화와 브랜드를 아는 중산층 이상의 소비층이기 때문이라고 설명함. 따라서 현지 서민층보다는 중산층 소비자층을 타깃으로 하는 유통채널로의 진출이 적합할 것으로 판단됨

▶ Point 01. 브라질 수출 위해 제조일 또는
수입 개시일 통보 필수

▶ Point 02. 브라질 수출 제품 라벨링,
브라질 국가보건감시국 기준 준수

진입장벽



곡물 스낵 제품을 브라질에 수출 시, 새로운 식품과 새로운 식재료의 경우 브라질 국가보건감시국(Anvisa)에 위생등록을 해야 수출이 가능한 것으로 나타남. 고객사 곡물 스낵의 경우, 기진출한 바가 있어 위생등록 의무는 없으나, 제조일 또는 수입 개시일 통보의무가 있는 것으로 확인되었음. 인증의 경우, 브라질 수출을 위해 필수로 취득해야 하는 인증은 없으며, HACCP, FSSC 22000 등 글로벌 공통 인증을 선택적으로 취득해 활용할 수 있음. 또한, 수출 제품의 라벨링은 브라질 국가보건감시국 기준에 따른 라벨링 기준을 준수해야 하는 것으로 조사되었음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Savoury Snacks in Brazil」, 2021.07
2. 미농무성(USDA), 「Retail Foods Brazil」, 2021.07
3. 농수산식품유통공사(aT), 「2020 농식품 수출국가정보」, 2020.11
4. 농수산식품유통공사(aT), 「2017 신흥시장 클로즈업 : 브라질」, 2017.06
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Brazil Country Report」, 2021.02
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in Brazil Country Report」, 2021.02
7. 브라질 국가보건감시국(Anvisa), Instrução Normativa - IN nº 88 de 26/03/2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 메르카도리브레(Mercadolivre) (mercadolivre.com.br)
5. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 아메리카나스(Americanas) (www.americanas.com.br)
8. 팡지아수카르(Pão de Açúcar) (www.paodeacucar.com)
9. 미농무성(USDA) (fas.usda.gov)
10. 퓨처브랜드(FutureBrand) (www.futurebrand.com)
11. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.com.br)
12. 로이터스(Reuters) (reuters.com)
13. 비알마니아(BR Mania) (www.postospetrobras.com.br/aproveite-a-parada/br-mania)
14. 히로타푸드(Hirota Food) (www.hirota.com.br)
15. 히로타푸드(Hirota Food) 페이스북 (www.facebook.com/HirotaFoodSupermercados)
16. 수페르메르카도오투기(Supermercado Otugui) (www.otuguism.com.br)
17. 구글맵(Google Maps) (maps.google.com)
18. 관세청 (www.customs.go.kr)
19. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
20. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
21. 브라질 국세청(Receita Federal) (www.gov.br/receitafederal/pt-br)
22. 브라질 국가보건감시국(Agência Nacional de Vigilância Sanitária) (www.gov.br/anvisa/pt-br)
23. 오지컴퍼니(OG Company)
(mmm.page/ogcompany.main?fbclid=IwAR3_JWfL_gOPipLOBHZHI9IL6cDMm8dRe-NcZBcwNlTla3iCEwV0GCT2xss)
24. 오투기즘(www.otuguism.com.br/)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.02.04

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea