

세계커피의 날, 커피브랜드들 다채로운 행사 진행

두바이지사

공짜와 덤으로 즐거웠던 커피소비자들

- 지난 10월 1일은 국제커피기구(ICO:International Coffee Organization)가 지정한 세계커피의 날(International Coffee Day)이었다. 이 날을 기념해 아랍에미리트 내의 로컬 커피전문점들과 글로벌 커피브랜드들은 각종 행사를 진행했다.
- 로컬브랜드 Urban RetrEAT는 야스몰의 Roots Bistro 매장에서 아침식사 메뉴중 한 가지를 구입하면 아메리카노 한 잔을 공짜로 제공하는 행사를 진행했으며, The Dubai Mall에 있는 세 곳의 로컬브랜드는 오전 8시부터 오후 1시까지 무료커피를 제공했다.
- 글로벌식품기업 네슬레(Nestlé)의 커피브랜드인 네스프레소(Nespresso)는 10월 3일 ‘더 원 앤 온리 미러지 호텔(The One & Only Royal Mirage Hotel)’에서 다양한 종류의 커피 시음행사 및 워크숍을 진행했다. 또 다른 유명 글로벌 커피기업 일리(illy)는 커피생산과정에 기여하는 여성들의 노고에 감사를 전하며 소셜미디어를 통해 ‘#Thanks4thecoffee’ 해시태그 마케팅을 펼치기도 했다.

급성장하고 있는 UAE 커피시장

- 아랍에미리트는 GCC(Gulf Cooperation Council) 국가(사우디아라비아, 아랍에미리트, 쿠웨이트, 카타르, 오만, 바레인) 가운데 가장 급속도로 커피소비율이 증가하는 나라다. 시장조사기관 ‘유로모니터’에 따르면, 2016년



일리커피의 #THANKS4THECOFFEE 마케팅

커피판매액은 22억 4,900만 디르함(약 6,964억 원)이었으며, 2011년부터 2016년까지 8.4%의 연평균성장률을 나타냈다. 아랍에미리트의 전반적인 경제성장지수와 커피문화의 왕성한 확산으로 비추어볼 때 증가세는 가속화될 것으로 전망된다.

세계커피의 날 통해 브랜드 인지도 확보해야

- 성장을 거듭하고 있는 아랍에미리트 커피시장은 점차 굳직한 글로벌 브랜드 및 개성 강한 로컬브랜드들의 각축장이 되어가고 있다. 국내 커피브랜드들이 쟁쟁한 경쟁자들 사이에서 두각을 나타내기 위해서는 세계커피의 날과 같은 특별한 이슈를 발판으로 삼아, 브랜드를 알리는 마케팅전략을 구상해볼 수 있을 것이다.