클린라벨과 친환경용기로 대변되는 청량음료시장 트렌드

파리지사

유럽 청량음료시장의 규모

- 세계에서 청량음료를 가장 많이 소비하는 국가는 미국으로 연간 154L를 소비하고 있다. 유럽국가 중에서는 벨기에가 연간 109L로 6위, 독일과 노르웨이가 98L로 7위를 차지했다.
- 국가별로는 미국이 가장 많은 소비량을 나타내고 있지만, 유럽 상위 3개국 소비량 합계에 비하면 절반 수준에 불과하다. 더구나 유럽의 청량음료시장은 지속적인 성장세를 보이고 있어 시장의 규모가 결코 작다고 할 수 없다.

플라스틱 용기에 대한 인식 변화

- 현재 유럽의 음료시장 트렌드는 친환경 포장을 손꼽을 수 있다. 이는 청량음료시장 역시 마찬가지다. 유럽연합에서는 2018년부터 플라스틱 사용량 절감을 위한 정책계획 Circular economy을 발표하기도 했다.
- 포장용기나 플라스틱 소비에 대한 소비자들의 의식 역시 함께 높아진 상태다. 이에 유럽음료시장의 대표주자인 Nestlé와 Danone은 전제품의 포장 및 용기를 재활용할 수 있는 소재로 교체하겠다고 선언했다.

소비자들의 반향을 일으킨 클린라벨

- 이러한 환경 속에서 등장한 클린라벨(Clean Label)은 소비자들에게 큰 반향을 일으키고 있다. 클린라벨이란 식품첨가물 첨가여부, 천연원료 사용, 글루텐 프리 등을 소비자가 쉽고 명확하게 이해할 수 있도록 식품에 부착하는 라벨을 말한다. 현재 유럽에서 유통되는 식품 중 약 36%가 클린라벨을 부착하고 있다.
- 「Kerry Group」의 조사에 따르면 소비자들은 클린라벨이 부착된 제품을 선호하고 있으며, 70% 이상의 소비자들이 클린라벨제품이 일반제품보다 비싸더라도 구매할 의향이 있다고 밝혔다.

대표적인 클린라벨 사례

- 클린라벨의 대표적인 사례는 영국의 음료 스타트업 Ugly Drinks를 통해 살펴볼 수 있다. Ugly Drinks의 제품은 프로필렌글리콜을 첨가하지 않고 오직 탄산수, 과일즙, 정유만으로 제조되었으며 재활용이 가능한 캔에 담겨 판매되고 있다.
- Ugly Drinks는 이러한 내용들을 클린라벨 형식에 맞추어 기입해 소비자들에게 건강하고 믿을 수 있는 탄산음료라는 이미지를 성공적으로 각인시켰다.

재활용 가능한 캔에 담긴 영국의 Ugly Drinks 음료

클린라벨에 영양성분을 명시한 Skinny POP

- 또한, 기존에 사용하던 Nutrition Label을 클린라벨로 교체하거나, Nutrition Label과 함께 클린라벨을 혼용하는 경우도 많다. Skinny Pop의 경우 Nutrition Label(영양성분표)에 표기했던 기존의 내용들을 클린라벨에 표기하여 소비자들이 쉽고 명확하게 이해할 수 있도록 했다.

클린라벨의 제작과 활용방안

- Kerry Group이 제시한 5R(Replace, Retain, Reduce, Re-positioning, Reinvent)방식을 살펴보면 효율적인 클린라벨 제작방법을 파악할 수 있다.
- 5R방식은 기존 제품의 맛과 품질을 유지하면서 클린라벨에 기입할 수 있는 대체재를 찾고(Replace and Retain), 특정한 재료를 클린라벨기술을 통해 줄이고(Reduce), 창의적인 방법으로 제품의 인식과 이미지를 리포지셔닝(Re-positioning)하며, 환경적인 브랜드 가치를 만들어내는(Reinvent) 방법이다.

유럽 환경정책에 촉각 곤두세워야

- 현재 유럽의 음료시장에서는 클린라벨의 사용유무와 용기의 재활용 가능 여부가 중요한 요소로 꼽히고 있다. 따라서 유럽시장에 진출할 때에는 이러한 트렌드를 파악하고 클린라벨에 맞춘 제품으로 개선하여 진출하는 것이 좋다.
- 한편, 유럽연합에서 발표한 Circular Economy 정책에 따라 재활용 용기에 대한 지속적인 관심을 기울이는 한편 재활용이 가능한 용기 개발에 노력을 기울여야 할 것이다.

출처 : www.facebook.com/uglydrinks, www.target.com, www.krones.com