

활발한 음주문화에 힘입어 고개드는 숙취해소제품

폴란드사무소

알코올 소비량 세계 13위 국가, 폴란드

- 세계보건기구(WHO)가 발표한 2010~2018년 1인당 알코올 소비량 통계에 따르면 1~3위를 차지한 국가는 모두 동유럽 국가인 것으로 나타났다. 그중 폴란드는 13위를 차지했으며, 1인당 평균 10.43ℓ를 기록했다.
- 2017년 「유로모니터」에 따르면 폴란드 사람들이 선호하는 주류는 맥주, 증류주, 와인, 스피릿(spirit), RTD* 순이었다. 맥주 수요는 여전히 가장 높은 것으로 나타났지만, 최근 프리미엄이 트렌드가 되면서 와인과 스피릿의 수요 역시 증가하는 추세다.

* RTD(Ready To Drink) : 보드카나 럼 같은 양주에 탄산음료나 주스 등을 섞어 캔이나 병 등에 담은 것으로 4~7%의 알코올 도수를 보유하고 있어 맥주나 와인처럼 부담 없이 즐길 수 있는 일명, '알코올 음료수'다.

활발한 밤문화로 인한 높은 알코올소비량

- 여타의 유럽국가들과는 달리 폴란드는 밤문화가 활발한 편이며 매년 여름부터 열리는 Night Market에서도 많은 폴란드 젊은이들이 에스닉푸드*와 함께 술을 즐긴다.

* 에스닉푸드(ethnic food) : 이국적인 느낌이 나는 제3세계의 고유한 음식. 대표적으로 베트남 쌀국수, 인도 커리, 태국 톨얌꿍 등 동남아 음식이 있다.

- 그럼에도 불구하고 폴란드에서 판매되는 숙취해소제품은 다양하지 못한 실정이다. 그래서 폴란드 사람들은 음주 다음날 숙취해소제보다는 피클즙을 짜먹는 등의 민간요법을 사용하는 편이다.

도입단계에 불과한 숙취해소 제품시장

- 폴란드에서는 숙취해소제품을 "Tableki na Kaca(숙취를 위한 약)"이라고 부른다. 편의점에서 다양한 종류의 숙취해소제를 쉽게 구매할 수 있는 한국과 달리 폴란드에서는 주로 약국이나 온라인몰에서 구매할 수 있다.
- 가장 유명한 숙취해소제로는 2KC가 있으며, 제형에 따라 알약은 5.99PLN(즈위티)(약 1,810원), 발포제 6.99PLN(즈위티)(약 2,100원), 음료 3.99PLN(즈위티)(약 1,205원)에 판매 중이다.

온·오프라인 마케팅을 통한 시장확대에 주력

- 현재 폴란드에서 숙취해소제품의 인지도와 수요는 낮은 편이며, 시장 역시 도입 단계에 불과하다. 그러나 숙취해소음료를 포함한 기능성음료 판매액이 점차 증가하는 추세이므로 시장확대 가능성은 충분하다고 볼 수 있다.
- 따라서 온·오프라인 마케팅을 통해 제품의 인지도를 상승시키는 한편 숙취해소 효과를 홍보한다면 한국의 숙취해소음료가 주목받을 수 있을 것이다.

출처 : WHO - Recorded alcohol per capita consumption, Euromonitor International - Alcoholic Drinks in Poland
BMI Research - Poland Food & Drink Report, EFSA(European Food Safety Authority) Q3 2018
Euromonitor International - Fortified/Functional Beverages in Poland, www.2kc.pl