



Key Point

이처럼 건강에 좋은 음식의 트렌드는 2021년에도 계속 유지될 것으로 예상되며, 러시아의 건강식품 관련 통관절차 및 요구서류 간소화 등의 문제만 완화된다면 한국의 건강제품류의 수출에 활로가 열릴 것으로 보인다. 이와 함께 2021년 성공적인 프로모션을 위해서는 제품의 소비층, 홍보 시기 등을 명확히 하여 홍보하는 것이 실제 수출로 이어질 수 있는 열쇠가 될 것이다.

출처 :

- 1 <http://www.foodmarket.spb.ru/archive.php?year=2020&number=185&article=2763>
- 2 <https://iz.ru/1098102/evgeniia-priemskaja/tainyi-znak-rossiian-interesiuitsia-chistymi-produktami-no-ne-razbiraiutsia-v-nikh>
- 3 https://new-retail.ru/business/zdorovoe-potreblenie-kakie-zozh-privychki-stanut-normoy_v_2021_godu3847/
- 4 <http://www.foodmarket.spb.ru/archive.php?year=2020&number=185&article=2760>
- 5 <https://www.facebook.com/vkusvill.ru/photos/pcb.3553929968011995/3553929911345334>
- 6 <https://www.retail.ru/interviews/globus-otkryvaet-eko-bio-vegan/>

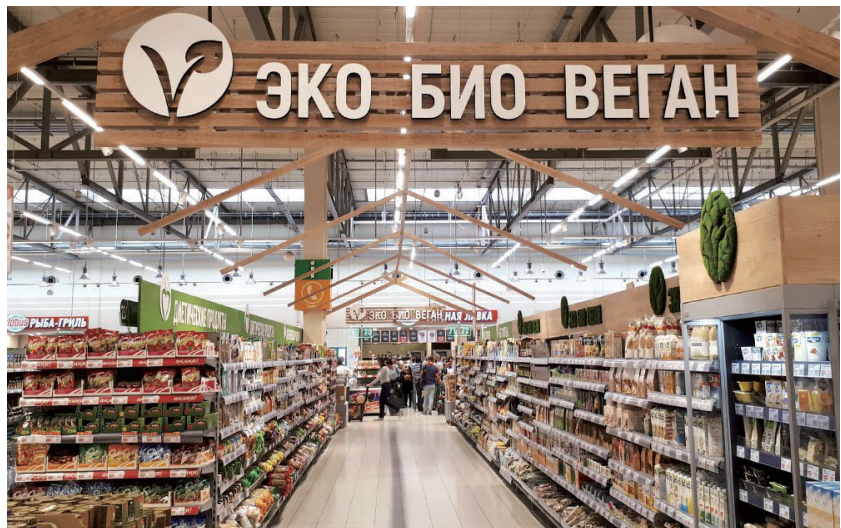
2021 러시아 식품 트렌드

2020년 한 해 동안 세계의 가장 큰 이슈는 코로나19일 것이다. 러시아에서도 코로나19로 인해 경제적으로 큰 피해를 입어 일부 사업의 경우 기업의 경영이 어려워졌다. 이로 인해 일자리를 잃거나 급여가 삭감된 사례도 비밀비재하다. 이런 어려움에도 불구하고 식탁에 올리는 음식에는 기꺼이 투자하려고 한다. 특히 2020년은 러시아인들에게 팬데믹 사태를 통해 건강의 소중함을 일깨워주는 한 해였으며, 이로 인해 모든 연령층에서 건강에 좋은 식품에 아낌없이 투자하는 현상이 일어났다. 2021년에도 이런 트렌드는 유지될 것이며, 식품산업도 이와 발맞춰 변화해 나갈 것으로 예상된다.

금보다도 귀한 건강

소프트웨어개발 회사이자 데이터 분석업체인 'Trendalytics'사가 조사한 결과를 보면, 2020년 면역력과 관련된 제품에 대한 검색이 전년 대비 200% 증가하였다. 이런 상황을 먼저 파악한 눈치 빠른 일부 회사는 변화하는 트렌드에 맞춰 꿀, 강황, 생강을 함유한 제품 생산을 증가시키기도 하였다. 대형유통매장에 새로 만들어진 건강식품 매대, 주요 소매업체(Perekrestok(페레크레스토크, 러시아 슈퍼마켓), Globus(Глобус) 등)의 건강제품 공급 증가, Vkusvill(브쿠스빌, 러시아 웰빙식품 유통체인)과 같은 건강식품 전문 매장의 등장이 2020년 이전에 발생한 것을 본다면 유통업체, 소매업체는 코로나19가 퍼지기 전부터 건강에 대한 트렌드에 관심을 보이고 있었던 것으로 보인다.

이번 코로나19로 인해 면역력이 얼마나 중요한지 몸소 깨달은 러시아인들의 장보기 습관도 변화하고 있다. 이전에 큰 관심을 보이지 않던 제품 포장에 붙어 있는 라벨링에 관심을 보이기 시작한 것이다. 라벨링에 '신선', '천연', '유기농'이라고 적힌 제품을 고수하기도 하고, 예전과 달리 성분표도 세심하게 확인하는 습관이 생겨나고 있다. 이런 소비자들의 심리를 파악한 제조업체와 소매업체는 라벨의 디자인 변경을 시행하고 있다. 유통체인 매장인 Vkusvill(ВкусВилл)에서는 소금, 설탕, 지방의 함유량을 알아보기 쉽게 색상으로 표기하는 작업을 하고 있다.



▲ Globus(Глобус) 체인점, 유기농제품 선반

Perekrestok (페레크레스토크)

기업명	노문	Перекрёсток
로고		
유형	슈퍼마켓	
매장수	852개	
순위(점유율)	3위(5%)	
평균면적	1,038㎡	



Vkusvill (브쿠스빌)

기업명	노문	Вкусвилл
로고		
유형	편의점	순위(점유율) 26위(0.3%)
매장수	1,234개	
순위(점유율)	4위(4%)	매출액(2019년 기준)
평균면적	-	10억 달러(한화 약 1조 1,950억 원)



단백질 함유제품 인기

건강 관리는 운동선수들과 아픈 사람들만을 위한 것이 아니라 는 인식이 러시아인들에게 자리잡고 있다. 러시아의 일반 소비자 들도 단백질이 함유된 다양한 제품에 대해 많은 정보를 가지게 되었고 쿠키, 음료제품도 의식적으로 단백질과 콜라겐이 첨가된 제품을 구매하는 소비자가 증가하고 있다.

채식 위주의 대체식품 소비증가

2015년부터 2019년 사이 일상적으로 먹는 주식을 대체하는 건강 식 위주의 조리법이 20% 가량 증가했다. 대부분의 건강식 레시피

의 주재료는 채소, 요구르트, 식물성 치즈 등 유제품이 함유된 제품 군으로 구성되어 있다. 글로벌통합정보분석기업인 닐슨(Nielsen)의 정보에 따르면, 유제품 시장의 64%를 차지하는 식물성 유제품의 매출은 근 몇 년간 253%의 매출액 증가와 561%의 판매량 증가로 기록적인 성장률을 보였다. 러시아 소비자들은 연평균 1.2천만 리터의 식물성 유제품을 구매하는 것으로 나타났다. 식물성 유제품 시장에서 가장 많이 팔리는 제품은 귀리우유이며, 2019~2020년 사이 매출액은 2,104%, 판매량은 2,531% 증가로 꾸준한 인기몰이 중이다. 과거 식물성 제품의 주 소비층은 채식주의자들이었으나, 2020년의 건강식 소비 트렌드의 붐은 2021년까지 이어질 것으로 보인다.



Vkusvill(ВкусВилл) 판매 제품, 함유량 색상표기