

10. 유럽 대형유통업체 개혁 움직임, 온라인에 초점

파리지사

주요내용

▶ 프랑스 까르푸(Carrefour) 대대적인 경영개혁계획 「Carrefour 2022」 발표

- 지난 1월 23일 프랑스 대형유통업체 까르푸가 인력을 대규모 감원하고 온라인 부분의 사업을 강화하겠다고 발표해 큰 화제가 되었다. 이 계획에 따르면 까르푸는 프랑스 근무인원 10,500명 중 2,400명을 감축하고, 2020년까지 온라인 판매에 28억 유로를 투자한다. 이 계획은 4개의 큰 축으로 요약되는데, 조직의 단순화 및 열린 조직화, 생산성과 경쟁력 강화, 옴니채널(소비자가 온·오프라인 경계없이 상품을 구매할 수 있는 채널) 신설, 식품 품질 강화가 그것이다.
- 2012년부터 2017년까지 하이퍼마켓의 숫자는 계속해서 늘고 있지만, 매출액은 지속적으로 줄고 있다. 이에 온라인 판매, 드라이브 스루(Drive Through, 주문한 품목을 차량으로 픽업), 클릭 앤 콜렉트(Click and Collect, 온라인으로 주문하고 집 근처의 소매점에 물건을 맡기는 서비스)를 확대할 계획이다. 온라인 식품유통분야 매출을 현재 8억 5천 유로에서 2022년까지 6배를 키워 50억 유로를 창출할 계획으로, 이를 위해 2018년부터 2022년까지 28억 유로를 투자한다.
- 유기농 제품의 시장도 강화한다. 2017년 현재 유기농 부분 매출 130만 유로를 2022년까지 4배 수준인 500만 유로까지 확대할 계획이다.

▶ 유럽 온라인 식품시장규모 지속성장

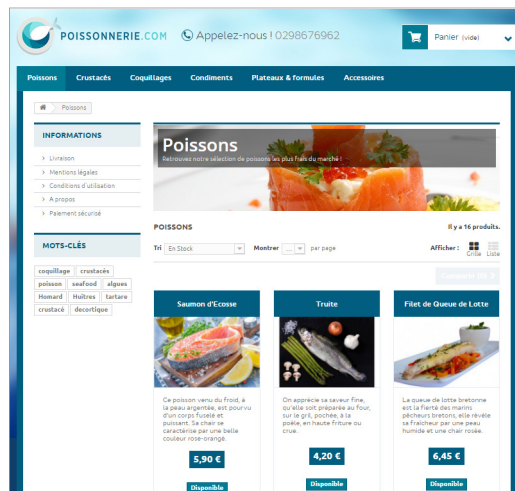
- 유로모니터에 따르면 서유럽은 아시아에 이어 두 번째로 온라인 식품 유통이 강세를 보이고 있으며, 2016년 대비 2017년에 시장규모가 31% 성장했고 앞으로도 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.
- 유럽에서 가장 온라인 식품유통이 발달한 곳은 영국으로 아마존 프레시와 오카도(Ocado)가 선두 기업으로 자리를 잡았다. 온라인 중에서도 모바일을 통한 구매가 활발하여 오카도의 경우 50% 정도가 모바일을 통해 주문된다.
- 규모는 비교적 크지 않더라도 온라인 식품 소비의 성장세가 가장 가파른 곳은 북유럽으로 스웨덴의 ICA의 온라인 판매가 2015년에 35% 성장, 핀란드는 45% 성장했다.

▶ 배달경제 확산, 온라인 식품소비에도 변화

- 음식 배달앱 딜리버루(Deliveroo)나 푸도라(Foodora) 등의 배달전문 서비스들이 외식산업의 지도를 바꾼데 이어 온라인 식품소비의 형태에도 상당한 변화를 가져오고 있다.
- 덴마크 코펜하겐에 있는 Irma슈퍼마켓은 온라인 판매 식품을 구입하면, 스타트업 모바일 어플리케이션인 Fetch를 통해 개인들의 자전거로 몇 분 안에 가정으로 배달되는 새로운 서비스가 등장했다. 대형유통업체 Coop은 올해 1분기 내로 온라인 식품점을 새롭게 선보일 계획이다.
- 파리와 런던에는 술을 배달해주는 서비스 ‘콜(KOL)(kol-app.com)’이 등장했다. 프랑스 와인부터 일본 사케, 보드카, 데킬라, 럼 등의 독주, 칵테일 키트까지 주문하면 30분 안에 배달하는 것을 원칙으로 한다.

- 파리에서는 딜리버루와 비슷한 형식으로 식당이 아닌 식료품점이나 베이커리, 정육점, 와인 판매점, 케이크가게 등 중소형 고급 식품점의 제품을 구입하면 가정으로 배달해주는 서비스 ‘에피세리(Epicery) (www.epicery.com)’가 운영되고 있다.
- 기존에 수산물은 밤새 산지에서 도심 인근의 도매시장으로 운반되어 분배되는 형태이지만, 최근에는 ‘Poissonnerie’ 등 온라인 거래를 통해 산지에서 곧바로 소비자에게 배달되는 서비스가 인기를 얻고 있다.

| 수산물 온라인 판매점 ‘Poissonnerie’ 홈페이지 |



* 참고자료 :

- Carrefour, 「Presentation du Plan de Transformation」
- Euromonitor International 「The Global State of Online Grocery in 2017」
- European Supermarket Magazine, 「Supermarkets' Strong Online Performance Increases Pressure On Suppliers To Up Their eCommerce Game」
- European Supermarket Magazine, 「Danish Shoppers To Buy More Groceries Online In 2018」

시사점

- 유럽에서도 식품의 온라인 유통은 전통적인 유통지도를 바꾸는 필수불가결한 변화이므로, 프랑스 및 유럽 진출을 희망하는 식품기업에서도 온라인 시장에 주목할 필요가 있다.
- 온라인 식품 유통의 강자인 아마존을 통해 직접 판매를 하거나, 유력한 온라인 전문 식품점에 입점할 경우 상당한 광고효과로 이어질 수도 있고, 유럽 전역으로 배송이 가능하여 시장의 확대에도 용이하다.