

새로운 감각으로 소비자를 유혹하는 식음료들

파리지사

SNS에서 주목받기 위한 감각적 소비

- 현대인들은 감각을 자극하는 새로운 제품을 통해 일상을 풍성하게 하고 스트레스를 해소한다. 특히 식음료는 단순한 섭취 목적 이외에 인스타그램(Instagram), 핀터레스트(Pinterest)와 같은 SNS에서 주목을 끌기 위한 용도로도 사용되기 때문에, 더욱 다양하고 새로운 제품을 찾으려는 현대인들의 욕구가 증대되고 있다.
- 미국시장조사업체 민텔(Mintel)의 조사에 따르면 유럽 소비자들 중에서 스페인 37%, 프랑스 36%, 독일 26%, 이탈리아 22%, 폴란드 22%에 해당하는 소비자들이 새롭고 특별한 질감의 식음료에 도전할 의사가 있는 것으로 조사되었다.

식음료 트렌드의 변화

- 민텔의 글로벌 식음료 동향 'Eat With Your Eyes'에서는 2016년에는 색, 모양, 향료 및 기타 배합 성분이 중요했다면, 2018년에는 질감이 제공하는 소리, 식감 및 만족도가 중요한 것으로 나타났다.
- 식음료가 가지고 있는 색상은 여전히 중요하지만, 새로운 질감은 호기심을 자극하고 재미있다고 느끼도록 해 소비자가 중요하게 여기는 새로운 요소로 주목받고 있다.

- 몬델레즈 인터네셔널(Mondelez International) 사의 리츠 크래커(Ritz Crackers)의 경우, 한국 광고에서 크래커를 열고 먹을 때 발생하는 소리를 부각시켜 제품의 식감과 풍미를 강조하였다.
- 나비스코 오레오(Nabisco Oreo) 사의 불꽃 오레오(Firework Oreo)는 미국 독립기념일 축하 행사에 맞춰 2017년 5월에 한정판으로 출시되었으며, 쿠키의 크림 안에 불꽃처럼 터지는 팝핑 캔디가 들어있어 새로운 식감을 제공한다.



불꽃 오레오
(Firework Oreo)

식품의 건강성을 유지하는 새로운 식음료 개발해야

- 소비자들의 소비패턴과 시장동향은 빠르게 변화하고 있으며, 새로운 식품에 대한 경계심도 점차 허물어지고 있으므로 새로운 아이디어 제품과 마케팅 방식을 통한 접근이 필요하다.
- 하지만 건강식품 열풍은 지속될 것으로 보여, 식품의 건강성을 유지하면서 새로운 식감을 추가하는 제품 개발이 필요할 것으로 보인다.

출처 : Business Insider Italia (it.businessinsider.com)

Mintel GLOBAL FOOD & DRINK TRENDS 2018, www.ritzcrackers.com