Poland

폴란드사무소

2019년 폴란드 패키지 트렌드는 환경, 소포장, 맞춤화

패키지 시장 규모 점차 커질 추세

소비자는 상품을 보고 7초 내에 이미 그 상품에 대한 의사결정을 하는 것으로 알려져 있다. 이 시간 내에 소비자의 이목을 집중시키는 방법은 무엇일까? 정답은 바로 패키지와 라벨에 있다.

폴란드 패키지협회 (Polska Izba Opakowań)의 조사에 따르면, 2018년 패키지 시장은 약 6.5% 정도 성장한 것으로 나타났다. 앞으로도 이 성장세는 유지될 것으로 보이며, 2019년 패키지 시장의 규모는 약 110억 유로(약 14조 4천억 원)에 달할 것으로 관측되고 있다. 이렇게 몸집을 불려 나가는 폴란드 패키지 시장에서 앞으로 눈여겨봐야 할 키워드는 환경, 소포장, 그리고 맞춤화로 집약된다.

환경을 생각하는 착한 패키지가 대세

첫 번째로 주목해야 할 트렌드는 '환경'이다. 지난달 27일, 유럽 의회 (European Parliament)는 본회의를 열고 10가지 품목에 해당하는 일회용 제품의 사용을 전면 금지하는 법안을 가결 처리했다. 이러한 규제 움직임에 발맞춰, 폴란드의 대형 유통회사들도 친환경적인 패키지로의 전환을 준비해 나가고 있다.

Carrefour는 2025년까지 플라스틱 사용을 점진적으로 금지해나가고, PB 브랜드에 한해서 재활용 가능한 친환경 포장지로 모두 바꾸겠다는 계획이다. Lidl 역시 유기농 제품을 필두로 자연에서 분해되고, 퇴비로 사용할 수 있는 패키지를 도입하면서 플라스틱 축소에 동참하고 있다.

폴란드의 전문 리서치 기관인 IMAS International에 따르면, 폴란드의 소비자들은 친환경 패키지에 대해 대부분 긍정적인 반응을 보이고 있는 것으로 나타났다. 특히 식품을 구매할 때 친환경 패키지 사용 여부를 꼼꼼히 검토하는 밀레니얼 세대가 주요 소비층으로 부상한 만큼, 앞으로도 친환경 패키지 트렌드는 더욱 가속화될 전망이다.

1인 가구 증가로 소포장 제품 성장세

두 번째로 살펴볼 트렌드는 '소포장'이다. 유럽연합 통계국(Eurostat)에 따르면, 2017년 폴란드의 1인 가구는 약 25%에 달하는 것으로 나타났다. 1인 가구 증가에 따른 '싱글 슈머'의 등장은 소포장 제품과 간편식의 성장세를 이끌고 있다. 독일의 컨설팅 회사 Roland Berger가 발표한 '폴란드 식품시장 2010-2020(Polski Rynek Handlu Spożywczego w 2010-2020 roku)'에 따르면, 2020년까지 소포장 제품 및 간편식 시장의 성장률은 전체 식품시장의 성장률 대비 3배를 웃도는 12.5%에 달할 것으로 예상된다. 조금 비싸더라도, 한 번에 먹을 만큼만 소비하기를 원하는 현 세대에 초점을 맞춰 패키지 역시 변화한 것이다.

| 소비자가 포장용기를 직접 들고 오도록 안내하고 있는 까르푸 매장 |

나만을 위한 제품으로 다가오는 '맞춤화'

마지막으로 살펴볼 트렌드는 '맞춤화'이다. 자신에게 맞춤화된 패키지와 라벨을 확인한 고객은 이 제품이 나를 위해 특별히 제작되었다고 느끼게 되며, 이는 구매 동기를 촉진시킨다고 한다. 지난 몇 년간 폴란드 시장에서도 맞춤화 전략은 중요한 이슈로 작용하였다. 미국의 음료회사 Coca-Cola는 폴란드 시장을 타깃으로 패키지에 폴란드에서 가장 많이 쓰이는 이름 150개 가량을 표기하는 전략을 사용했다. 생수회사 Żywiec Zdrój는 물을 주로 마시는 시점인 '학교갈 때', '운전할 때', '산책할 때'를 라벨링에 표시하는 맞춤화 전략을 사용하기도 하였다. 앞으로도 폴란드 소비자들을 공략하기 위한 환경, 소포장, 그리고 맞춤화 트렌드는 계속될 것이며, 이에 부합하기 위한 유통 업체, 제조업체의 고민도 이어질 것이다.

Key Point

폴란드 패키지트렌드 변화에 대응하는 창의력 필요

- 폴란드 내 패키지 시장은 앞으로도 점차 발전할 가능성이 크다. EU 내 플라스틱 규제 및 친환경 정책은 한국 수출업체에게 일종의 비관세 장벽으로 작용할 가능성이 높기 때문에, 바이오 플라스틱과 같은 친환경 포장지를 활용한 패키지 제품을 선점할 필요가 있다.
- 또한 1인 가구 급성장 및 싱글 슈머의 등장에 따른 소포장 트렌드에 맞춰 패키지를 다변화할 필요가 있다. 개별 소비자 맞춤형 라벨 트렌드에 맞춰 창의적인 아이디어가 요구되는 때이다.

출처 : www.europarl.europa.eu, ec.europa.eu, www.rolandberger.com, www.esmmagazine.com, www.esmmagazine.com, www.freshplaza.com, www.agropolska.pl, biznes.interia.pl, www.portalspozywczy.pl