

젊은 러시아인들을 사로잡는 에너지 음료



작성자_ 김유정



러시아 에너지 음료 시장 현황 및 특징

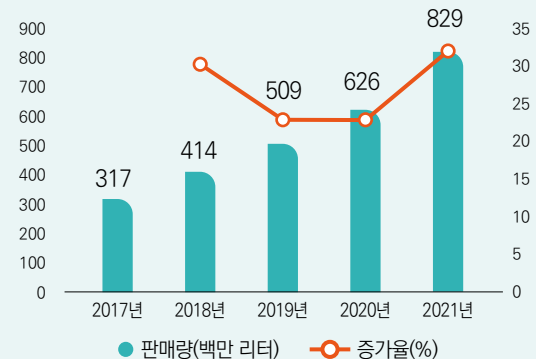
러시아에서 에너지 음료 시장은 2019년 기준 전체 음료 시장의 12.4%를 차지했으며, 현재 러시아 무알코올 음료 시장에서 가장 빠르게 성장하고 있다.

특히 코로나 팬데믹 기간에 에너지 음료 수요가 급등했는데, Roskontrol 자료에 따르면, 2021년 상반기 6개월 동안 에너지 음료 수요가 40% 상승한 바 있다. 이는 재택근무 등 집에 머무르는 시간이 늘어나면서 집중력을 높이거나 스트레스 해소를 위해 소비한 것으로 여겨진다. 이처럼 에너지 음료 시장이 꾸준히 상승세를 보임에 따라 러시아 제조업체들은 에너지 음료 제품의 라인업을 강화했으며, 일례로 최대 유통업체인 X5 그룹은 동기간 에너지 음료 카테고리를 전년 대비 19% 확장하기도 했다.

2021년 에너지 음료 판매량은 8억 2,900만 리터로 전년 대비 32.4% 증가했다. 2019년에는 전년 대비 증가율이 감소하기는 했으나 여전히 높은 증가세를 보이고 있

다. NielsenIQ 자료에 따르면, 2022년 러시아 에너지 음료 시장 규모는 1,050억 루블로 음료 부문에서 판매량 및 판매액이 가장 빠르게 성장하는 부문 중 하나로 15% 성장했다. 2021년 판매액 및 판매량 증가율이 모두 30% 이상이었던 것과 비교해 감소하기는 했으나 여전히 두 자릿수의 성장세를 보인다.

러시아 에너지 음료 판매 현황



출처: BusinesStat 자료를 바탕으로 작성

특히, 2022년 우크라이나 사태가 러시아 경제에 미치는 영향에도 불구하고 에너지 음료 판매는 증가했는데, 3분기 기준 에너지 음료 판매가 38% 증가한 것은 주스 및 마시는 요거트가 25% 내외로 감소한 것과 대비된다. 이는 평균적으로 에너지 음료의 가격 상승 폭이 다른 탄산음료 및 주스보다 적기 때문에 수요가 증가한 것으로도 볼 수 있다.

BusinesStat 연구에 따르면, 2016~2020년 러시아의 에너지 음료 수입은 4,450만에서 6,390만 리터로 43.5% 증가했다. 러시아는 주로 서유럽 국가들로부터 에너지 음료를 수입했는데, 2020년 기준 오스트리아(30.9%), 스위스(27.6%), 네덜란드(18.7%)에서 가장 많이 수입했다. 러시아 제재로 인한 수입이 어려워지고 아직 에너지 음료의 병행수입이 레모네이드 및 물보다 덜 활발하게 이루어짐에 따라 2022년 1~10월 에너지 음료 수입은 전년 동기 대비 20.6% 감소한 5,250만 리터였다. 러시아에서 수입 에너지 음료 중 인기 있는 제품으로는 Red Bull(Red Bull), Burn(Coca-Cola), Adrenalin Rush(PepsiCo) 등이 있다. 현재 한국 에너지 음료 중 롯데칠성음료의 핫식스가 유일하게 러시아 시장에 진출해 있다.



RED BULL



BURN



Adrenaline Rush



Hot6(롯데칠성)



Ozverin



Tornado Energy Ice



Power Torr Black



Flash up ultra energy

한편, 대형 생산 업체의 에너지 음료 생산 확대, 새로운 맛 출시, 브랜드 인지도 향상 등으로 인해 러시아 에너지 음료 생산 역시 증가했다. 2022년 이후 서방 기업들의 철수 및 판매 중지 등으로 향후 러시아산 음료 비중이 커질 것으로 예상된다.

러시아는 주변 국가들을 중심으로 에너지 음료를 수출하고 있는데, 2021년 수출량은 4,840만 리터로 절반 이상(51%)이 우즈베키스탄으로 수출되었으며, 타지키스탄이 18.8%로 2위였다. 2022년 1~10월 에너지 음료 수출은 4,380만 리터로 전년 대비 10.5% 증가했다.

러시아산 에너지 드링크 종류는 Ozverin, Tornado Energy, Flash up, TURBO energy, Power Torr, Powercell 등이 있으며, 제품마다 다양한 맛과 종류가 있다.

에너지 음료에 대한 의무 라벨링 제도

2023년 6월 1일부터 8월 31일까지 에너지 음료를 포함하여 무알코올 음료에 '체스니 즈낙*' 라벨링이 시범 적용되며, 9월부터 바로 적용된다. 이에 9월 1일부터 해당 제조업체들은 라벨링 시스템을 등록해야 한다.

포장 용기에 따라 의무 라벨링 표기는 단계적으로 이루어지는데, 2023년 12월 1일부터는 유리 및 폴리머 포장의 무알코올 음료에, 2024년 3월 1일부터는 알루미늄을 포함한 캔 음료에, 2024년 6월 1일부터는 모든 무알코올 음료에 적용된다.

* 러시아어로 '정직한 표시'를 의미하며, 2019년 불법 상품 거래를 방지하고 상품에 대한 정보를 소비자가 알 수 있도록 시행되는 의무 라벨링 제도이다. 현재 맥주, 유제품, 생수, 약품, 담배, 경공업 제품, 신발, 모피코트, 향수, 타이어, 카메라에 적용되며, 시범 운영을 거쳐 제품군을 확대해나가고 있다.



Insight

에너지 음료 시장은 러시아에서 빠르게 성장하고 있는 부문으로 한국 기업들도 몇 년 전부터 에너지 음료 제품의 시장 진출을 시도하고 있다. 특히 서방 기업의 철수와 설탕세 도입으로 인한 러시아 기업들의 성장 속도 둔화 등은 해당 시장으로 진출할 기회가 될 수 있다. 진출 시 학생을 포함하는 젊은 층과 직장인이 주 고객층이므로 이들을 타겟으로 하는 마케팅이 효과적일 수 있다. 한편, 현재 적용되는 의무 라벨링 '체스니 즈낙' 등 인증제도와 설탕세 등을 고려하여 사전에 철저한 준비가 필요하다.

'체스니 즈낙'
라벨링 의무화



설탕세 도입

러시아에서는 7월부터 설탕 및 감미료가 함유된 음료에 물품세(일명 설탕세)를 부과한다. 설탕세에 따르면, 설탕, 설탕 시럽 또는 꿀이 함유된 음료가 탄수화물 부피율이 음료 100ml 당 5g을 초과하고 에틸알코올 함량이 1.2%를 초과하지 않는 경우 0 당 7루블의 물품세가 적용된다. 사실상 거의 모든 에너지 음료에는 설탕 혹은 기타 감미료가 포함되기 때문에 이에 영향을 받을 것으로 예상된다. 이미 많은 제조업체들이 설탕세 도입으로 인해 2023년부터 산업에 대한 투자 중지를 발표했으며, 이는 에너지 음료 판매 성장 속도를 둔화시킬 것으로 보인다.

