

유럽 커피 문화와 커피 시장



파리지사

작성자_ 하유라



유럽의 커피 문화

커피가 유럽에 전래된 것은 14세기 말로, 중동에서 볶음 기술이 개발된 이후다. 그 후 커피가 유럽인의 생활 속으로 자리잡은 시기는 17세기 말로, 커피의 역할과 기능은 비즈니스, 사교, 휴식, 창작 등 사회 문화의 전반적인 영역으로 서서히 확대되었다.

18세기, 19세기 유럽의 예술가들에게 있어서, 카페란 단순히 커피나 차를 마시는 공간이 아닌 예술과 철학, 사회 전반에 걸친 열띤 토론을 나눌 수 있는 문화적인 공간, 즉 '살롱(salon)'으로 인식되었으며, 커피는 카페에서 사회적 교류의 매개체 역할을 하는 것으로 생각하는 경향이 있다. 그렇기 때문에 현재도 유럽인들에게 테이크아웃 커피는 크게 관심을 끌지 못하는 경우가 많다.



프랑스와 유럽의 커피 문화

대부분의 프랑스 카페에서는 음식을 제공하며, 프랑스 현지인들은 보통 테라스 좌석에 삼삼오오 모여 앉아 커피를 마시거나 식사를 즐긴다. 또한, 테라스는 흡연 구역으로 인식되기 때문에 흡연을 하는 사람들도 많다.

또한, 유럽에서는 남쪽으로 갈수록 진한 커피를 선호하는 정도가 강해지는데, 남유럽에 위치한 이탈리아에서는 뜨거운 에스프레소를 즐겨 마신다. 이탈리아인들은 보통 에스프레소를 마시지만, 프랑스인들은 보통 아침 식사로 집에서나 카페에서 우유가 들어간 커피와 패스트리 종류의 빵을 함께 먹고, 오후에는 카페에서 에스프레소를 마신다. 또한, 이탈리아에서는 카페에서 에스프레소 커피를 선 채로 빠르게 마시지만 프랑스에서는 서두르지 않는 것이 일반적이다.

한국에서는 여름은 물론이고 겨울에도 '아이스 아메리카노'가 대중적으로 소비되는 반면에, 유럽에서는 '아이스 커피'가 없다. 유럽에서는 커피는 보통 뜨겁게 마시는 것이라 생각하기 때문에, 통상 스타벅스 등의 다국적기업의 프렌차이즈 카페에 가야 얼음을 넣은 커피를 맛볼 수 있다.

최근에는 관광객들이 많은 곳에서는 아이스 커피를 메뉴에 추가하여 판매하는 곳이 조금씩 늘어나고 있다. 또한, 프랑스에서는 커피 음료들의 명칭이 우리나라에 비해 비교적 단순하다. 보통 일반 커피(카페, Café)와 카페 누



프랑스 파리의 카페 '레 두 마고(Les deux Margots)'

* 출처: <https://www.clewell.com/>

아르(Café noir)는 에스프레소를 의미하며, 카페 알롱제(Café allongé)는 에스프레소보다 물을 좀 더 첨가한 것으로 아메리카노와 비슷하다.

카페 오 레(Café au lait)는 우유나 크림이 들어간 커피이고, 에스프레소에 뜨거운 우유 거품이 올려진 카페 누아제트(Café noisette)나 카페 크림(Café crème)은 카푸치노에 가깝다. 그렇다면, 유럽 소비자들은 어떤 커피를 어디서 구매하며, 커피맛 식품으로는 어떤 품목들이 판매되는지 알아보자.





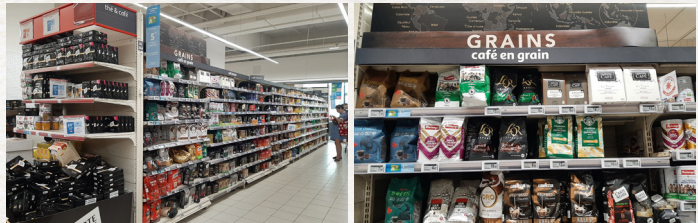
프랑스 현지 유통매장에서의 커피 제품 탐방

현지 프랑스 매장에서 유통되는 커피를 보기 위해, 직접 파리 수도권에 위치한 하이퍼마켓(Hypermarket, 대형 유통매장)에 가보았다. 커피 코너에서는 Cafe en grain(원두커피)과 café moulu(그라운드 커피)를 비롯하여, café en dosettes(파드 커피), café capsules(캡슐 커피), café soluble(인스턴트 커피) 등으로 나누어 판매되고 있었다.

01

프랑스 유통매장 내 커피매대

여러 브랜드의 커피들이 다양한 형태로 유통되고 있었는데, 원두커피, 믹스커피, 분말커피, 캡슐커피 등이 판매되고 있었다. PB제품 또한 많은 형태로 유통되고 있어, 맛도 중요하지만 가성비도 중요한 프랑스 소비자들의 소비 선호도를 엿볼 수 있는 부분이었다.



* 출처: 직접 촬영

02

캡슐커피와 파드 커피

인스턴트 커피의 경우, 매대는 café en dosettes(파드커피), café capsules (캡슐커피)로 나누어져 있었는데, café capsules의 경우에는 단독 알루미늄 혹은 알루미늄과 플라스틱 등으로 만들어진 경우가 대부분이었다. L'OR 캡슐커피의 경우 알루미늄 캡슐 제품인데, Splendente(Splendid)는 빨강에 커피 강도 7, Forza(Strong)는 고동색에 커피 강도 9, Delizioso (Delicious)는 커피강도 5, Supremo(Supreme)는 보라색에 커피 강도 10 등 맛을 구분하고 커피를 강도를 숫자로 표시하는 것이 눈에 띄었다. 맛과 특징을 이탈리아어로 표기하고 있는 것도 특징이었으며, 바닐라, 카라멜, 초콜릿 같은 경우에는 따로 커피 강도 숫자가 적혀있지 않았다.



* 출처: <https://ko.haymancoffee.com/>



* 출처: <https://www.homegrounds.co>



캡슐 커피 매대



Nescafe의
DolceGusto Lungo
캡슐 16개,
4.84유로



L'OR의 Forza,
Splendente
캡슐 10개, 3.50유로
맛과 커피향이 다른
16가지의 종류가
유통되고 있다



모노프리 PB브랜드
캡슐커피
캡슐 10개,
3.15유로

* 출처: 직접 촬영

03

유통매장 내 판매 중인 파드커피

패드 커피(Pad Coffee)의 경우 한국에서는 거의 유통되고 있지 않으나, 유럽에서는 친환경적이고 캡슐 커피에 비해 가격이 좋은 이유로 시장에서 널리 유통되고 있다. 패드 커피는 거름종이 혹은 거름종이와 플라스틱으로 만들어진다. 단가가 높은 캡슐커피에 비해 패드커피는 단가가 비교적 낮아서 그런지, 패드커피는 32~36개가 들은 제품이 대부분이며, 54개나 60개가 들은 대용량 제품도 판매되고 있었다.



패드 커피 매대



Senseo의 Brazil
패드 36개, 5.34유로



Auchan PB브랜드 Corsé
250g, 패드 36개, 3.56유로



GRAND'MERE Classique
365g, 패드 54개, 6.35유로



Carte Noire Classique
420g, 패드 60개, 6.39유로

* 출처: 직접 촬영

04

냉장보관 커피음료

다만, 유통매장 방문 시 한국의 커피 제품과 몇 가지 차이점을 발견할 수 있었는데, 첫 번째로 프리마는 찾을 수 없었다. 이는 우유와 설탕을 직접 타 먹는 유럽인들의 커피 소비 습관에 기인한 것으로 유추할 수 있었다.

두 번째로, 액상형 병입 커피(RTD)가 거의 없다. 냉장 커피음료 또한 네슬레와 스타벅스, 브랜드 두 곳에서만 유통되고 있었다. 네슬레의 커피 음료는 NESCAFE(네스카페)의 브랜드 제품으로, 에스프레소, 카푸치노, 마키아또, 쿠키의 4가지 맛으로 유통되고 있었다. 스타벅스 브랜드의 커피음료의 경우에도 카페라떼, 카푸치노, 카라멜 마끼아또 3가지 제품으로 판매되는 것을 볼 수 있었다.

아이스 커피가 대중화되어 있고, 차가운 커피음료 제품이 굉장히 다양한 한국 시장에 비해, 프랑스는 유통되는 브랜드도 2개밖에 없었으며, 심지어 PB제품 또한 부재했다. 이는 보통 카페에서 뜨겁게 마시는 유럽인들의 습관이 반영된 것으로 추측된다.



유통매장에서 판매되고 있는 냉장커피



네스카페의 커피 음료,
용량 200ml, 1.15유로



스타벅스의 커피 음료,
용량 220ml, 2.40유로

05

유통매장 내 판매 중인 치커리 커피

또한, 우리나라에서는 다소 생소한 커피 제품도 찾아볼 수 있었다. 네슬레사의 Ricore(리코레) 브랜드의 '치커리 커피' 제품이다. 치커리 커피는 인스턴트 커피 33.2%, 치커리 63%, 황산마그네슘으로 구성되어 있는데, 치커리 뿌리를 구워 그대로 혹은 분말로 갈아서 뜨거운 우유나 물로 우려내어 마시는 제품이다.

서양에서는 역사적으로 전쟁이나 기근 시 커피에 대한 갈증을 해결하기 위해 제조되었으며, 200년 가까이 커피의 대용품으로 사랑받고 있다. 현재 유럽에서는 주로 프랑스에서 소비되며, 벨기에, 스페인, 포르투갈, 폴란드 등에서도 소비된다. 프랑스에서는 치커리 이외에도 도토리, 병아리콩, 호밀, 민들레 뿌리, 무화과 씨앗 등을 로스팅하여 커피 대용품을 만들고 있다.



* 출처: 직접 촬영



프랑스 현지 유통매장에서의 커피맛 제품 탐방



유통매장 내의 커피맛 디저트 매대

현지 프랑스 매장에서 유통되는 커피를 보기 위해, 직접 파리 수도권에 위치한 하이퍼마켓(Hypermarket, 대형 유통매장)에 가보았다. 디저트와 아이스크림, 초콜릿 등 다양한 품목에서 커피맛이 들어간 제품을 많이 발견할 수 있었다. 특히, 식감이 부드러운 크림 형태의 디저트류를 선호하는 프랑스 소비자들의 선호도를 반영한 제품들이 많았다.



Coffee



* 출처: 직접 촬영

커피맛 디저트류



Mamie Nova Crème
essert au café
2x150g / 1.79유로



Danette Crème
Dessert Café Espresso,
4x125g / 1.25유로



Mousse liégeoise café
VIENNOIS
90gx4 / 2.13유로

* 출처: <https://www.mamienova.com>

check

커피맛 아이스크림



Glaces café liégeois 402g / 2.59유로
(Carrefour의 PB제품)

* 출처: <https://www.carrefour.fr/>



Dessert glacé façon Cappuccino
VIENNETTA, 325g / 3.33유로

* 출처: <https://tienda.lahuerta.com>

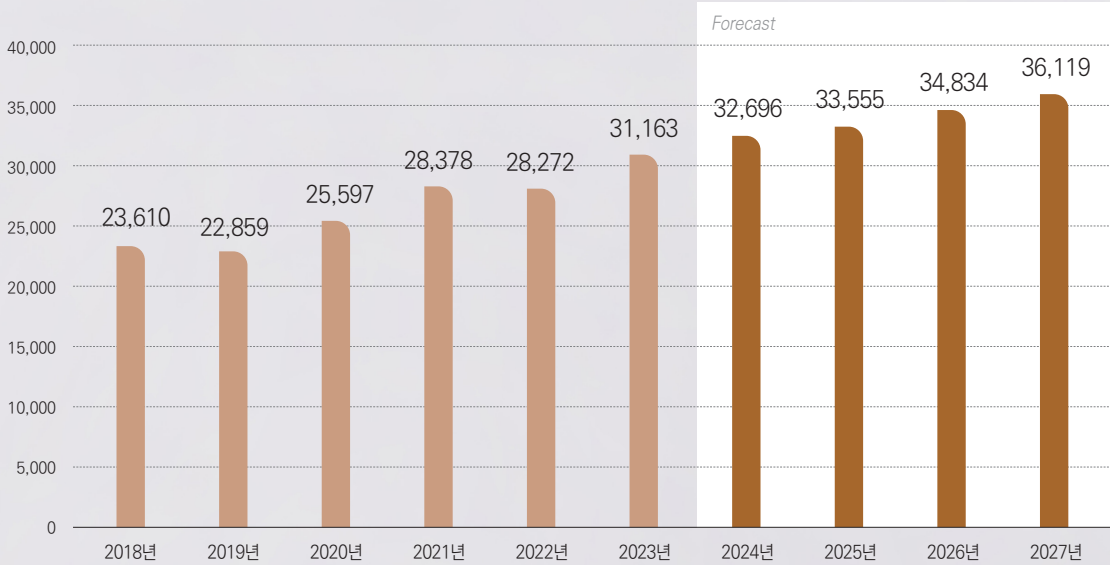
유럽*의 커피시장

2022년, 유럽의 커피**시장은 282억 불의 규모에 달하는 거대시장이다. 2022년까지 200억대를 유지하며, 올해부터는 300억대에 진입할 것이라 예상된다. 유로모니터에 따르면, 지금으로부터 5년 후인 2027년의 커피 시장 매출액은 361억 불에 이르는 등 시장 규모는 계속해서 성장할 것으로 예측된다.



유럽 커피 시장 규모 (2023년부터는 예상치)

(단위: 백만 불)



년도	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
매출액	23,610	22,859	25,597	28,378	28,272	31,163	32,696	33,555	34,834	36,119

* 출처: 유로모니터

* 통계 자료상 유럽 25개국으로 지역 한정 : 안도라, 오스트리아, 벨기에, 시플러스, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 지브롤터, 그리스, 아이슬란드, 아일랜드, 이탈리아, 리히텐슈타인, 룩셈부르크, 몰타, 모나코, 네덜란드, 노르웨이, 포르투갈, 스페인, 스웨덴, 스위스, 터키, 영국

** Fresh coffee와 Instant coffee 포함, 식당, 카페 등의 on-trade 판매는 제외



유럽* 의

커피 상위 10위 기업 및 전체 점유율

2022년 기준, 유럽의 커피 시장은 스위스 기업 Nestlé가 만든 브랜드 Nescafé의 시장점유율이 27.9%로, 약 시장의 1/4을 차지하고 있다. Nescafé에 이은 2위 브랜드는 미국-네덜란드 다국적 커피 회사인 JDE Peet's가 차지하고 있는데, 상위 10개 브랜드 중 4개 (Jacobs, L'Or Espresso, Senseo, Tassimo)를 소유하고 있으며, 이 외에도 상위 10위에는 들지 않는 브랜드 15개를 소유하고 있다. JDE Peet's가 가진 10개 브랜드들의 점유율을 모두 합하면 19.1%나 된다.

두 제조사의 제품들은 특히나 유통매장 유통 비중이 높을 뿐만 아니라, 업소 및 가정용 커피머신 기계와 밀접하게 연계가 된 경우가 많아, 커피 제조 시장의 진입장벽이 높다고 볼 수 있다.

한편 커피 PB제품의 시장점유율도 15% 이상을 유지하고 있다. 다만, PB제품의 점유율은 계속해서 낮아지는 추세인데, 다양한 소비 형태에 맞춘 제품 다양화, 커피 제품의 프리미엄화, 진화하는 소비자의 선호도 등 여러 가지 복합적 요인이 적용한 것으로 유추된다.

* 통계 자료상 유럽 25개국으로 지역 한정 : 안도라, 오스트리아, 벨기에, 시플러스, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 지브롤터, 그리스, 아이슬란드, 아일랜드, 이탈리아, 리히텐슈타인, 룩셈부르크, 몰타, 모나코, 네덜란드, 노르웨이, 포르투갈, 스페인, 스웨덴, 스위스, 터키, 영국



프랑스 유통매장의 PB브랜드 커피제품
Auchan



프랑스 유통매장의 PB브랜드 커피제품
Monoprix

* 출처: 직접 촬영

유럽 커피 상위 10위 기업 및 전체 점유율 (2022년)

순위	브랜드명 (기업명)	비중(%)
1	Nespresso (Nestlé)	12.8
2	Nescafé (Nestlé)	7.6
3	Nescafé Dolce Gusto (Nestlé)	5.0
4	Lavazza (Lavazza SpA, Luigi)	4.7
5	Jacobs (JDE Peet's)	4.3
6	L'Or Espresso (JDE Peet's)	2.9
7	Senseo (JDE Peet's)	2.5
8	Tassimo (JDE Peet's)	2.4
9	Carte Noire (Lavazza SpA, Luigi)	2.1
10	Melitta (Melitta Unternehmensgruppe Bentz)	1.8
-	기타기업 (비중이 1.7% 이하인 110개 기업)	23.5
-	PB제품	15.5
-	기타 (Others)	15.3
	합계	100

* 출처: 유로모니터

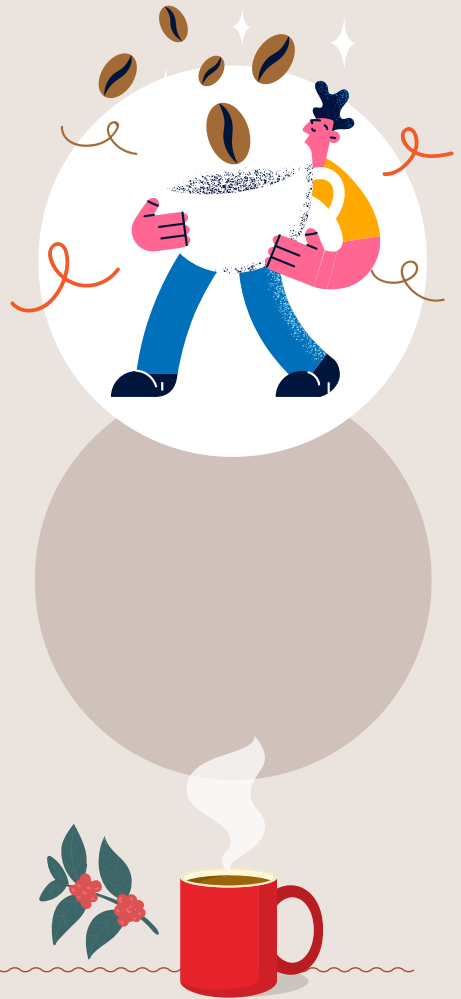
유럽 커피 구입 경로 및 유통채널 비중

유럽 내 커피 제품의 유통은 94.6%는 현대식 오프라인 유통채널에서 이루어지고 있다. 그중 92.1%는 식료품 유통채널에서, 1.7%는 비식료품 유통채널에서 이루어진다. 오프라인 식료품 유통채널 중에서는 슈퍼마켓 38.2%, 할인점 23.1%, 하이퍼마켓 20.1%, 식품/음료/담배 판매 전문점 4.0%, 편의점 3.4%, 소규모 지역 식료품점 3.3% 순으로 유통이 활발히 이루어지고 있다.

유럽 커피 판매 유통채널

구분	비중(%)
1. 오프라인 유통채널 (A+B+C)	94.6
A. 식료품 유통채널	92.1
- 슈퍼마켓	38.2
- 할인점	23.1
- 하이퍼마켓	20.1
- 식품/음료/담배 판매전문점	4.0
- 편의점	3.4
- 소규모 지역 식료품점	3.3
B. 비식료품 유통채널	1.7
- 일반 잡화점	0.7
- 건강 및 뷰티 전문점	1.1
C. 자판기	0.7
2. 온라인 유통채널 (E-Commerce)	5.4
합계 (1+2)	100

* 출처: 유로모니터



Insight

유럽에는 올해 6월 29일부터 무분별한 삼림 벌채로 생산된 커피, 대두, 팜유가 함유된 식품의 수입을 규제하고 있다. 삼림 벌채 제품일 경우, 2021년 이후 생산된 특정 품목의 EU 내 수출입이 금지되니, 해당 품목의 제품을 EU로 수입하거나 유통하는 기업 또는 사업자는 수입 및 유통 시에 '실사 보고서(Due diligence statement)'를 함께 제출해야 한다. 관련 내용은 Kati 농식품수출정보 - 해외시장동향에서 관련 기사*를 찾아볼 수 있으니, 유럽으로의 커피 및 커피 제품 수출 시에는 유의하여 진행해야 할 것이다.

유럽의 커피 시장 규모는 300억불 이상이며, 세계 커피 수입 1위, 수출 2위의 거대시장이다. 이러한 지속적인 성장은 여러 품질의 신규 브랜드, 새로운 포장, 다양한 소비 형태에 맞춘 제품 다양화로 인해 발생하고 있으며, 구매 경로와 제품의 형태도 계속해서 다양화되고 있으며, 냉장 커피음료도 대중화되기 전이다. 한국산 커피음료, 믹스커피 등 한국만의 독특한 커피 제품들로 유럽의 틈새시장을 공략하는 것도 장기적인 수출 전략으로 고려될 수 있으리라 판단된다.

* (https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97977&menu_dept2=35&menu_dept3=71&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=%EC%82%BC%EB%A6%BC&page=1&srchGubun=)

