

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 파스타(Pasta)

Country : 이탈리아(Italy)

CONTENTS

I. 시장 통계	3
1. 통계분석 기준 설정	5
2. 글로벌 수입통계	6
3. 이탈리아 수입통계	7
4. 이탈리아 파스타 시장규모 및 성장률	8
II. 시장 트렌드	9
1. 시장 메가 트렌드	11
2. 소비 트렌드	12
3. 제품 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁사 분석	15
1. 경쟁사 선정	16
2. 경쟁사별 현황 파악	17
IV. 경쟁제품 현지조사	22
1. 분석 제품 및 기준	24
2. 중량 및 가격 정보	25
3. 포장형태 및 원산지 정보	26
4. 현지조사 및 온라인조사 데이터	27
V. 유통구조 현황	29
1. 현지 유통구조 map	30
2. 추천 진출 경로	31
3. 유통업체 담당자 인터뷰	32
VI. 유통 업체 현황	33
1. 주요 유통 채널 개관	35
2. 주요 유통 채널 이슈	36
3. 유통 업체별 개요	37
- Carrefour	
- Pam Superstore	
- Esselunga	



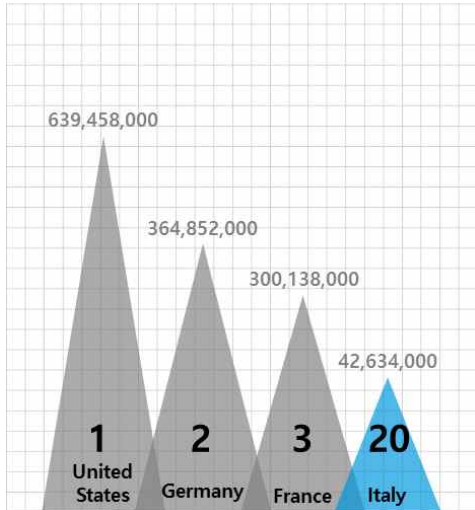
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 이탈리아 수입통계
4. 이탈리아 파스타 시장규모 및 성장률

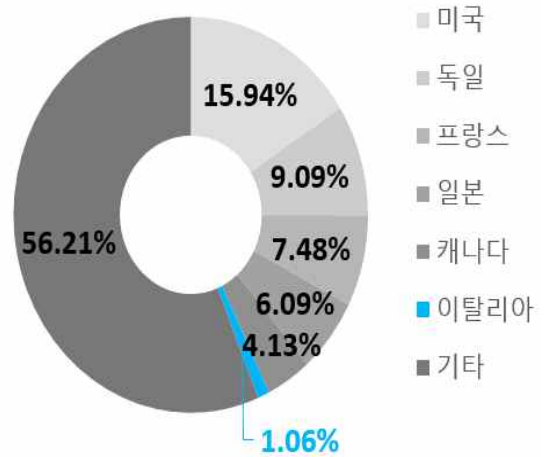
시장통계 OVERVIEW



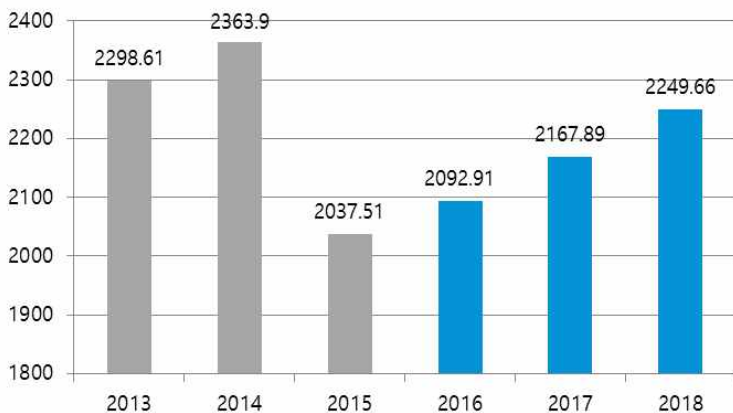
▶ 2015년 글로벌 수입 규모 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 이탈리아 파스타 시장규모, 백만 US 달러 기준



글로벌 수입 규모 1위, 미국
이탈리아, 글로벌 수입 20위
이탈리아, 한국산 수입 미미
2015년 기준 파스타 시장규모
20억 3,751만 달러

1. 통계분석 기준 설정(HS CODE)

파스타, HS CODE 1902.19.9000에 해당

글로벌 수입 통계 및 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1902.19
이탈리아 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1902.19.10
이탈리아 시장 규모 및 성장률	HS CODE 1902.19

표 1.2 이탈리아 내 파스타 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1902	파스타[조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)· 뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]와 쿠스쿠스(couscous)
	1902.1	조리하지 않은 파스타(속을 채우지 않았거나 그 밖의 방법으로 조제하지 않은 것으로 한정한다)
	1902.19	기타 (새의 알을 넣지 않은 것)
	1902.19.9000	기타
이탈리아	1902	파스타(조리한 것인지, 육 또는 기타 물품으로 속을 채운 것인지의 여부를 불문하며, 스파게티·마카로니·누들·라자니아· 뇨끼·레비오리·카넬로니등과 같이 기타의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠우스쿠우스
		조리하지 아니한 파스타(속을 채우지 아니하였거나 기타의 방법으로 조제하지 아니한 것에 한한다)
	1902.19	기타 (조란을 넣지 않은)
	1902.19.10	보통계밀 분<粉> 또는 조분을 포함하지 못하는 것

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), EU관세동맹(www.ec.europa.eu)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	EU관세동맹	www.ec.europa.eu

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입 규모 1위 국가, 미국

2015년 글로벌 파스타(HS CODE 1902.19) 수입 규모는 40억 1,181만 달러로 2013년 ~ 2015년 연평균 성장률은 -1.45%를 기록함

파스타 수입 1위 국가는 미국으로, 2015년 기준 약 6억 3,945만 달러를 수입해 글로벌 수입액의 15.94%의 점유율을 보였으며, 2013년 ~ 2015년 동안 연평균¹⁾ 4.13% 성장하였음

이탈리아, 글로벌 수입비중에서 약 1.06% 차지

이탈리아의 파스타 수입 규모는 2013년~2015년 동안 연평균 9.23% 감소해 2015년 기준 약 4,263만 달러로 20위를 기록했으며, 전체 중 1.06%를 차지하는 것으로 파악됨. 이는 이탈리아 파스타 생산량이 세계 1위임에 따라 시장규모에 비해 수입 수요가 상대적으로 적은 것으로 해석할 수 있음

표 1.4 글로벌 파스타 (HS CODE 1902.19) 수입 규모

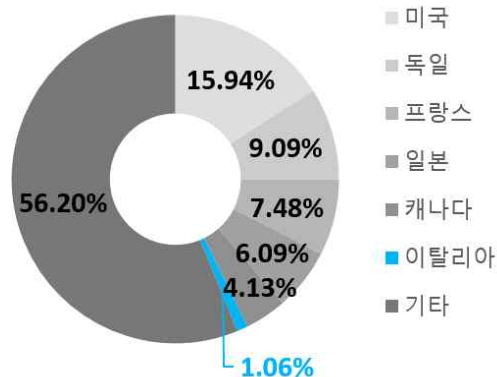
(단위: US달러, %)

수입 국가	2013	2014	2015	2013~2015 연평균성장률
글로벌	4,130,841,000	4,316,498,000	4,011,810,000	-1.45%
1 미국	589,683,000	631,592,000	639,458,000	4.13%
2 독일	399,440,000	412,651,000	364,852,000	-4.43%
3 프랑스	322,351,000	304,418,000	300,138,000	-3.51%
4 일본	263,460,000	253,927,000	244,322,000	-3.70%
5 캐나다	152,617,000	154,130,000	165,696,000	4.20%
20 이탈리아	51,743,000	54,438,000	42,634,000	-9.23%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.1 국가별 파스타 (HS CODE 1902.19) 수입 비중 (2015년)

(단위: %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

1) 2013년 ~ 2015년 연평균 성장률 = (최신/최초연도)^(1/n-1개년)-1

3. 이탈리아 수입통계

이탈리아 파스타(HS CODE 1902.19.10)

수입시장, 한국산 제품 수입 미미

HS CODE 1902.19.10은 ‘일반적인 밀가루를 포함하지 않는 파스타’에 해당하는 품목으로, 글루텐 프리 제품이 대다수를 차지할 것으로 사료됨

이탈리아의 HS CODE 1902.19.10 품목 수입액은 2013년 2,167만 4,000달러에서 2015년에는 1,570만 1,000달러로 감소하였음

수입규모 1위국은 그리스로 82.1%의 시장 점유율을 기록했으며 한국은 수입액이 1,000달러 미만으로 정확한 수치가 집계되지 않음

표 1.5 이탈리아 파스타(HS CODE 1902.19.10) 수입 규모

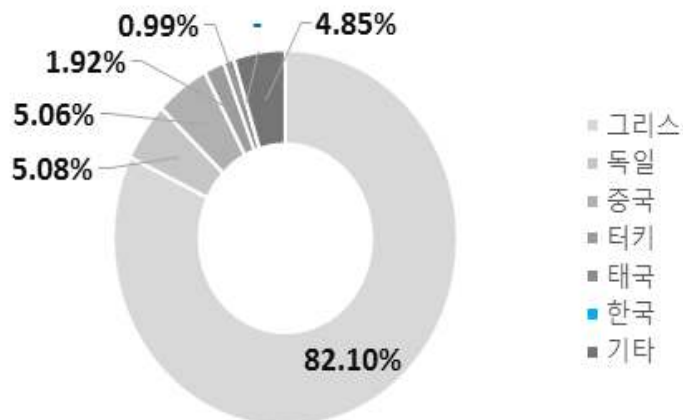
(단위: US달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	2015년 시장점유율
글로벌	21,674,000	23,145,000	15,701,000	100.00%
1 그리스	19,103,000	17,522,000	12,890,000	82.10%
2 독일	169,000	375,000	798,000	5.08%
3 중국	800,000	830,000	795,000	5.06%
4 터키	3,000	-	301,000	1.92%
5 태국	102,000	115,000	156,000	0.99%
28 한국	-	2,000	-	-

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.2 이탈리아 국가별 파스타(HS CODE 1902.19.10) 수입 비중 (2015년)

(단위: %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

4. 이탈리아 파스타 시장규모 및 성장률

이탈리아 파스타 시장규모 및 성장률

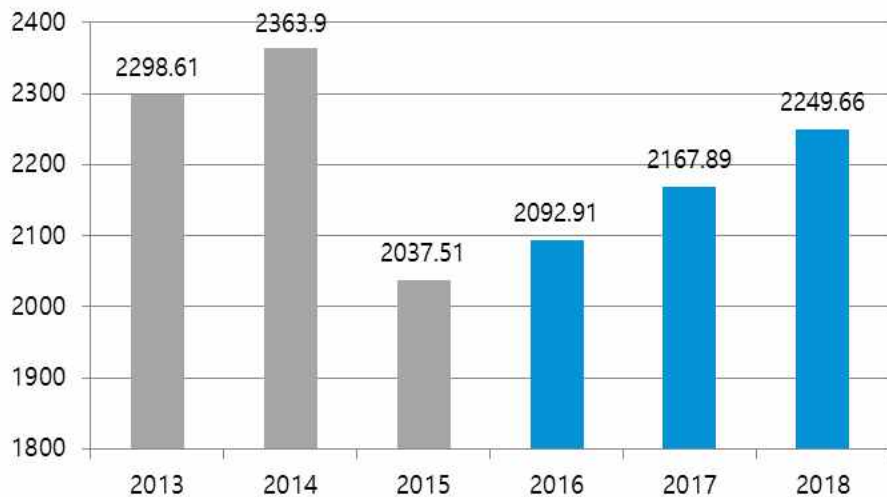
이탈리아 파스타(HS CODE 1902.19) 시장규모는 2013년 22억 9,861만 달러에서 2015년 20억 3,751만 달러로 감소함. 2013 ~ 2015년 3년간 연평균 성장률은²⁾ -6%를 기록함

2016년 시장규모는 20억 9,291만 달러로 회복세를 보일 것으로 예측되며, 2018년에는 22억 4,966만 달러까지 시장규모가 증가할 전망이다. 2016 ~ 2018년 연평균 성장률 전망치는 약 5%임

2013년 기준 이탈리아의 연간 파스타 생산량은 약 340만 톤, 수출량은 약 190만 톤으로, 이탈리아는 세계 1위의 파스타 생산국이자 수출국임³⁾

그래프 1.3 이탈리아 파스타(HS CODE 1902.19) 시장규모

(단위 : US 백만 달러)



※ 2016 ~ 2018년은 전망치

출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)

2) 연평균 성장률 = $(\frac{\text{최신/최초년도}}{\text{1/n-1개년}})^{1/n} - 1$

3) International Pasta Organisation, 'The World Pasta Industry Status Report 2013', 2014



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“이탈리아 식품, 전자상거래를 통한 판매 증가”

- 이탈리아 전자상거래 시장은 2009 ~ 2015년 동안 매년 10% 이상 성장한 것으로 나타났으며, 그 중에서도 식품 분야는 높은 성장세를 보임. 전자상거래를 이용하는 이탈리아인은 26%로 유럽연합(EU) 평균인 53%에 비해 낮은 편이나, 매년 증가하고 있어 시장 역시 지속적인 성장이 전망됨

소비 트렌드

“이탈리아, 파스타 대부분 건면으로 소비”

- 2013년 기준 이탈리아 1인당 연간 파스타 소비량은 건면 파스타가 22.7톤, 생면 파스타가 2.6톤으로 건면 소비량이 압도적으로 많음

“이탈리아 가구 당 파스타 소비량, 지난 10년간 23% 감소”

- 2003년 기준 40kg로 집계된 이탈리아 가구 당 연간 파스타 소비량은, 이탈리아에서 외국 요리와 음식점의 비중이 증가함에 따라 소비량에 영향을 받아 2013년 31kg으로 23% 감소함

제품 트렌드

“이탈리아 대형 마트 내 파스타 제품, 냉장 보관 제품이 대다수”

- 이탈리아 현지 방문조사 결과 유통되고 있는 제품 대부분이 냉장 보관을 요하는 것으로 확인됨
- 냉동 보관 파스타에 대한 선호도가 냉장 보관 파스타에 비해 상대적으로 낮을 것으로 판단됨

정책 트렌드

“이탈리아, 글루텐 프리 식품을 의약품으로 간주”

- 이탈리아에서 글루텐 프리 식품은 의약품으로 간주됨. 유럽 연합의 엄격한 검사 기준을 통과한 글루텐 프리 식품은 라벨에 'Senza glutine'라는 문구를 추가할 수 있음

1. 시장 메가 트렌드

이탈리아, 전자상거래를 통한 식품 판매 증가⁴⁾

이탈리아 전자상거래 시장은 2009 ~ 2015년 동안 매년 10% 이상 성장한 것으로 분석됐으며, 그 중에서도 식품 판매액은 높은 성장세를 보임. 전자상거래를 이용하는 이탈리아인은 26%로, 유럽연합(EU) 평균인 53%에 비해 낮은 편이나 매년 지속적으로 증가하고 있음

밀라노 폴리테크니코 경영대학원 Netcomm eCommerce B2C Observatory의 연구 결과⁵⁾에 따르면, 이탈리아의 2015년 전자상거래 판매액은 166억 유로로 전년 대비 16% 성장함. 특히 전자상거래를 통한 식품 판매액은 5억 유로로, 전년 대비 27%의 성장세를 보임

이에 대형 온라인 마켓 아마존(Amazon)은 이탈리아 사이트 내에 식품과 홈케어 카테고리를 신설하였음. 더불어 주문 후 24시간 이내 배송, 밀라노 지역의 당일 저녁 배송 서비스를 제공하며 온라인 마켓을 통한 식품 구매를 촉진하고 있음

한편 전자상거래 증가를 촉진하는 주요 요인 중 하나로 스마트기기 사용자 증가에 따른 모바일기기를 이용한 구매 활성화가 꼽히고 있음. 전자상거래 연구기관 까잘레찌오(Casaleggio)⁶⁾에 의하면 이탈리아의 모바일기기(스마트폰, 태블릿 등)를 통한 판매액은 2015년 전자상거래 판매액 전체의 22%를 차지하였음. 모바일 기반 전자상거래 시장은 2013년 6억 1,000만 유로에서 2015년 18억 유로로 2년간 약 3배 성장함

한편 이탈리아인은 식품 선택에 있어 유통채널, 가격보다 브랜드와 판매자를 중시하는 경향이 있기 때문에 이탈리아 온라인 마켓 진출을 위해서는 브랜드 인지도 및 신뢰도가 기반이 되어야 함

4) The Buyer(www.withbuyer.com)

5) Netcomm eCommerce B2C Observatory, 'L'eCommerce B2c in Italia: le prime evidenze per il 2015', 2015

6) 까잘레찌오(www.casaleggio.it)

2. 소비 트렌드

이탈리아, 파스타 대부분 건면으로 소비가

International Pasta Organisation의 2014년 보고서에 따르면 2013년 기준 이탈리아에서 연간 소비되는 파스타는 건면 파스타(Dry Pasta)가 약 135만 톤, 생면 파스타(Fresh Pasta)는 약 15만 톤으로 집계됐으며 1인당 연간 파스타 소비량은 건면 파스타가 22.7톤, 생면 파스타가 2.6톤으로 건면 파스타의 소비가 대부분을 차지하고 있음

이탈리아 가구 당 파스타 소비량, 지난 10년간 23% 감소

2003년 40kg를 기록한 이탈리아 가구 당 연간 파스타 소비량은 이탈리아에 외국 요리와 음식점이 대중화됨에 따라 2013년 31kg으로 2003년 대비 23% 감소함. 설문조사기관 Nielsen Survey의 2012년 자료에 의하면, 26세 ~ 30세 이탈리아 남녀를 대상으로 한 설문조사에서 파스타가 살을 찌우게 만든다고 믿는 응답자의 비율이 2008년에 비해 21% 증가하였음

표 2.1 이탈리아 파스타의 대분류



생면 파스타



건면 파스타

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, 2016.09.05)

7) International Pasta Organisation, 'The World Pasta Industry Status Report 2013', 2014

3. 제품 트렌드

이탈리아인, 냉동식품에 대한 긍정적 인식

영국의 식품연구기관 Leatherhead Food Research의 자료에 따르면, 이탈리아의 연간 1인 당 냉동식품 소비량은 지난 2004 ~ 2013년 동안 꾸준히 증가하였음. 1인 당 냉동식품 소비량은 2011년 13.5kg에서 2013년 15.1kg까지 증가함. 또한 49%의 이탈리아인이 냉동식품이 음식을 준비하는 시간을 줄이는 데 도움이 된다고 응답함. 하지만 이탈리아의 1인 당 냉동식품 소비량은 유럽 평균인 23kg보다 낮은 수치임. 전통적으로 이탈리아인들은 신선한 재료로 요리하는 것을 선호하는 것으로 알려짐

대형마트에 유통 중인 파스타 대다수는 냉장 보관 제품

냉장, 냉동 등 파스타의 보관방법 구분에 따른 소비량 통계는 존재하지 않음. 다만 유럽 냉동식품 전문 매거진 Frozen Food Europe⁸⁾의 자료에서, 2013년 기준 이탈리아 ‘파스타를 재료로 한 냉동 조리식품’ 시장규모가 약 8,921만 달러임을 확인하였음

한편 이탈리아 현지 방문조사 결과 냉장 보관을 요하는 제품이 대부분인 것으로 확인되었으며, 냉동 보관 파스타는 조사되지 않아 소비자들 보편적으로 섭취하고 있는지가 불분명한 상황임. 냉장 보관 파스타에 비해 냉동 보관 파스타에 대한 인식이 상대적으로 낮은 것이라고 판단됨

표 2.2 이탈리아 연간 1인 당 냉동식품 소비량

2011년	2012년	2013년
13.5kg	14.7kg	15.1kg

출처 : Leatherhead Food Research(www.leatherheadfood.com)

8) Frozen Food Europe(www.frozenfoodeurope.com)

4. 정책 트렌드

이탈리아, 글루텐 프리 식품을 의약품으로 간주⁹⁾

이탈리아에서 글루텐 프리 식품은 진통제, 항생연고 등과 함께 셀리악병¹⁰⁾ 환자들에게 필요한 의약품으로 간주됨. 따라서 글루텐 프리 식품은 약국을 통해서도 유통되고 있음. 유럽 연합의 엄격한 검사 기준을 통과한 글루텐 프리 식품은 라벨에 ‘Senza glutine ‘라는 문구를 추가할 수 있음

글루텐 프리 식품 시장 활성화 추세¹¹⁾

이탈리아 셀리악병 협회(Associazione Italiana Celiachia)는 4,000개가 넘는 이탈리아 레스토랑을 글루텐 프리 레스토랑으로 인정하고 지도하고 있음. 이탈리아 셀리악병 협회는 매년 셀리악병 환자를 위한 글루텐 프리 레스토랑 가이드를 발간하고 있음

또한 식료품점은 대부분 글루텐 프리 제품만을 위한 코너를 마련하고, 폭넓은 글루텐 프리 제품을 유통하고 있음. 글루텐 프리 식품 시장을 장려하는 국가 분위기에 따라, 이탈리아 제조기업들 역시 글루텐 프리 파스타를 비롯한 다양한 글루텐 프리 식품을 생산하고 있음. 이탈리아 파스타 판매 점유율 1위 기업인 Barilla는 혼동 방지 및 제품 차별성 강화를 위해 글루텐 프리 파스타에는 녹색 라벨을 부착하고 있음. 이탈리아 내 글루텐 프리 식품에 대한 의식수준은 높은 편인 것으로 판단됨

표 2.3 Barilla社 글루텐 프리 파스타 제품



출처 : 현지방문조사(Esselunga, 2016.09.09)

9) 이탈리아 셀리악병 협회(Associazione Italiana Celiachia, www.celiachia.it)

10) 밀, 귀리,オート밀, 보리 등에 함유된 글루텐 단백질에 의한 알레르기 반응으로 일어나는 자가 면역 질환

11) 이탈리아 셀리악병 협회(Associazione Italiana Celiachia, www.celiachia.it)



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법







이탈리아 현지 대형 마트에서 판매 중인 글루텐 프리 파스타 제품 제조사 5개사를 경쟁사로 선정함

표 3.1 경쟁사 선정 결과

				
Pastificio Rana S.p.A San Giovanni	Barilla G. e R. Fratelli	Molino Andriani S.r.l	Rummo S.p.A	Molino di Ferro S.p.A

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

표 3.2 방문 매장별 파스타 매대

Carrefour Market		
Pam Superstore		
Esselunga		

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

2. 경쟁사별 현황 파악

Pastificio Rana S.p.A San Giovanni



Pastificio Rana S.p.A San Giovanni는 1961년 이탈리아 산지오반니 루파토토 지역에 설립됨. 이후 이탈리아 전역으로 사업 범위를 확대하였으며, 2012년에는 미국에도 공장을 설립하였음

Pastificio Rana S.p.A San Giovanni는 파스타의 맛과 품질에 대해 전 세계 소비자들로부터 신뢰와 인기를 얻고 있음

표 3.3 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	파스타, 파스타 소스
국가	이탈리아
설립년도	1962
주소	via Pacinotti n. 25 San Giovanni Lupatoto, VR 37057 Italy
전화	+39-045-8087311
이메일	info@rana.it
홈페이지	www.rana.it
기타 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 페이스북, 트위터, 유튜브, 핀터레스트 등을 통해 제품을 홍보하고 있음 - 홈페이지에 자사 제품을 활용한 레시피를 소개하고 있음

출처 : Pastificio Rana(www.rana.it)

표 3.4 제품 소개

파스타			
	Paglia e Fieno	Fettuccine	Trofiette Fresche

출처 : Pastificio Rana(www.rana.it)

2. 경쟁사별 현황 파악

BARILLA G. E R. FRATELLI, SpA

Barilla G. e R. Fratelli S.p.A.는 1877년 설립됨. 이탈리아에 본사를 두고 있으며, 생산부터 물류까지 유통의 전 과정을 책임지고 있음



Barilla G. e R. Fratelli S.p.A.는 다양한 종류의 파스타를 생산하고 있으며 이탈리아 파스타 제조기업 1위로 시장의 40 ~ 45%를 점유하고 있음. 또한 미국 파스타 시장의 25%를 점유하고 있음. 이탈리아, 미국 이외에도 그리스, 프랑스, 독일, 노르웨이, 러시아, 스웨덴, 터키, 멕시코 등에 생산시설을 보유하고 있으며, 이를 기반으로 제품을 제조 및 유통하고 있음

표 3.5 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	파스타, 파스타 소스, 제과류, 제빵류
국가	이탈리아
설립년도	1877
주소	Via Mantova 166 Parma, PR 43122 Italy
전화	+39-05-212621
이메일	weblines@mail.barilla.it
홈페이지	www.barillagroup.com

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

표 3.6 제품 소개

파스타			
	Tortiglioni	Ditalini Pasta Senza Glutine	Penne Rigate

출처 : Barilla(www.barilla.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

Molino Andriani S.r.l



Molino Andriani S.r.l은 1991년에 이탈리아에 설립된 파스타 제조업체로 건조 마카로니, 스파게티, 페르미첼리, 기타 면류 등을 제조함. 또한 파스타 제조를 위한 모든 원료는 글루텐 프리(Gluten-Free) 제품임. 다양한 제품 종류와 첨단 기술을 활용한 높은 생산력으로 소비자들의 요구를 충족시키고 있음. Molino Andriani S.r.l은 엄격한 품질관리 및 공정을 통해 생산하여 다양한 인증을 획득하기도 하였음

표 3.7 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	파스타, 기타면류
국가	이탈리아
설립년도	1991
주소	Molino Andriani S.r.l. Via Niccolò Copernico s.n. Zona PIP 70024 Gravina in Puglia (Ba)
전화	+39-080-3255801
이메일	info@molinoandriani.com
홈페이지	molinoandriani.com
기타정보	- 보유 브랜드 라인 : Felicia Bio, Biori, Felicia salute

출처 : Molino Aandriani S.r.l(molinoandriani.com)

표 3.8 제품 소개

파스타			
	Mais Riso Penne Rigate	Multicereali Tortiglioni	Riso Integrale Penne

출처 : Molino Aandriani S.r.l(molinoandriani.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

Rummo S.p.A



Rummo S.p.A은 1846년 이탈리아 베네벤토에 설립된 파스타 제조업 체임. 1997년부터 2002년까지 5년 동안 생산 공정에 집중 투자하여 개선을 이루었음. Rummo S.p.A의 제품은 100% 유기농, 글루텐프리 (Gluten-Free) 등 다양한 인증을 획득하였음

한편 3세대 시스템 설치로 이산화탄소 배출량을 30% 감소하여 미래 경제 구축, 녹색 생활환경 조성에 기여한 바가 인정되어 ‘친환경 혁신상’을 수상함

표 3.9 기업 개요

기업 유형	제조/유통업
취급 품목 유형	파스타
국가	이탈리아
설립년도	1846
주소	Contrada Ponte Valentino Z.I. Area ASI 82100, Benevento, Italia
전화	+39-082-4331311
이메일	crm@pastarummo.it
홈페이지	www.pastarummo.it
기타 정보	- 페이스북, 인스타그램, 트위터, 유튜브를 통해 제품을 홍보하고 있음 - 홈페이지를 통해 자사 제품을 활용한 레시피를 소개하고 있음

출처 : Rummo S.p.A(www.pastarummo.it)

표 3.10 제품 소개

파스타			
	Spagetti N°3 Senza Glutine	Mezzi Rigatoni N°51 Senza Glutine	Stelline N°22 Senza Glutine

출처 : Rummo S.p.A(www.pastarummo.it)

2. 경쟁사별 현황 파악

Molino di Ferro S.p.A



Molino di Ferro S.p.A는 1979년에 이탈리아에 설립된 파스타 제조 업체임. Molino di Ferro S.p.A는 최상 품질의 옥수수를 사용한 글루텐 프리(Gluten-Free) 파스타를 제조하고 있으며, 글루텐 프리 인증도 획득하였음. 이외에도 HACCP, BRC, IFS, ISO 9001 등의 인증을 보유하고 있음

매년 'Free From Food Expo', 'Winter Fancy Food Show' 등 식품박람회 및 식품행사에 참여하여 자사 제품을 홍보하고 있음

표 3.11 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	파스타, 밀가루 혼합물 가공식품
국가	이탈리아
설립년도	1979
주소	Via Molino di Ferro 6 Veduggio, 31050 TV Italy
전화	+39-0423-487035
이메일	web@molinodiferro.com
홈페이지	www.molinodiferro.com
기타 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 페이스북을 통해 제품을 홍보하고 있음 - 홈페이지를 통해 자사 제품을 활용한 레시피를 소개하고 있음

출처 : Molino di Ferro S.p.A(www.molinodiferro.com)

표 3.12 제품 소개

파스타			
	Le Veneziane Rigatoni Pasta Senza Glutine	Le Veneziane Gnocchi Pasta Senza Glutine	Le Veneziane Tubetti Rigati Pasta Senza Glutine

출처 : Molino di Ferro S.p.A(www.molinodiferro.com)



IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 중량 및 가격 정보
3. 포장형태 및 원산지 정보
4. 현지조사 및 온라인조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

• **가격: 100g 당 평균 0.51유로**
 경쟁제품 100g 당 최고가격 0.64유로,
 최저가격 0.35유로



• **중량: 평균 340g**
 경쟁제품 최대 중량 400g,
 최소 중량 250g

• **원산지: 100% 이탈리아산**

• **포장 용기: 비닐 백 혹은 종이 박스**
 보관방법 및 면의 형태에 따라 구분

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

분석 제품 상세

제품 이미지					
제품명	Giovanni Rana Fettuccine	Barilla Senza Glutine Spaghetti n.5	Pam Panorama Spaghetti Multicereali	Rummo Mezzi Rigatoni n.51 Senza Glutine	Le Veneziane Pasta di Mais Senza Glutine
원산지	이탈리아	이탈리아	이탈리아	이탈리아	이탈리아
제조사	Pastificio Rana S.p.A San Giovanni	Barilla G. e R. Fratelli	Molino Andriani S.r.l	Rummo S.p.A	Molino di Ferro S.p.A
보관 방법	냉장	건조	건조	건조	건조
글루텐 프리	X	O	O	O	O
면의 형태	페투치네	스파게티	스파게티	리가토니	펜네

분석 지표 : 가격, 중량, 포장형태, 원산지

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 5개사 5개 제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로,
 현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

현지 매장 3곳 방문을 통해 5개 선정

경쟁 제품



Giovanni Rana Fettucine



Barilla Senza Glutine Spaghetti n.5



Pam Panorama Spaghetti Multicereali



Rummo Mezzi Rigatoni n.51 Senza Glutine



Le Veneziane Pasta di Mais Senza Glutine

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
Carrefour Market	Piazzale Principessa Clotilde 20153 Milano, Italia	2016.09.05
Pam Superstore	Via Olona, 1/3, 20123 Milano, Italia	2016.09.09
Esselunga	Viale Luigi Sturzo, 13, 20154 Milano, Italia	2016.09.09

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
Giovanni Rana Fettucine	Pastificio Rana S.p.A San Giovanni
Barilla Senza Glutine Spaghetti n.5	Barilla G. e R. Fratelli
Pam Panorama Spaghetti Multicereali	Molino Andriani S.r.l
Rummo Mezzi Rigatoni n.51 Senza Glutine	Rummo S.p.A
Le Veneziane Pasta di Mais Senza Glutine	Molino di Ferro S.p.A

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 100g 당 가격(유로), 중량, 포장형태, 원산지 등 총 4가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

2. 중량 및 가격 정보

5개 경쟁제품의 평균중량 340g, 100g 당 평균가격 0.51유로¹²⁾

5개 경쟁제품의 평균중량은 340g으로 나타났으며, 100g 당 평균가격은 0.51유로임

조사된 5개 경쟁제품의 가격은 1.39 ~ 2.15유로 범위이며, 중량은 250g 혹은 400g 2가지 형태로 판매되고 있었음

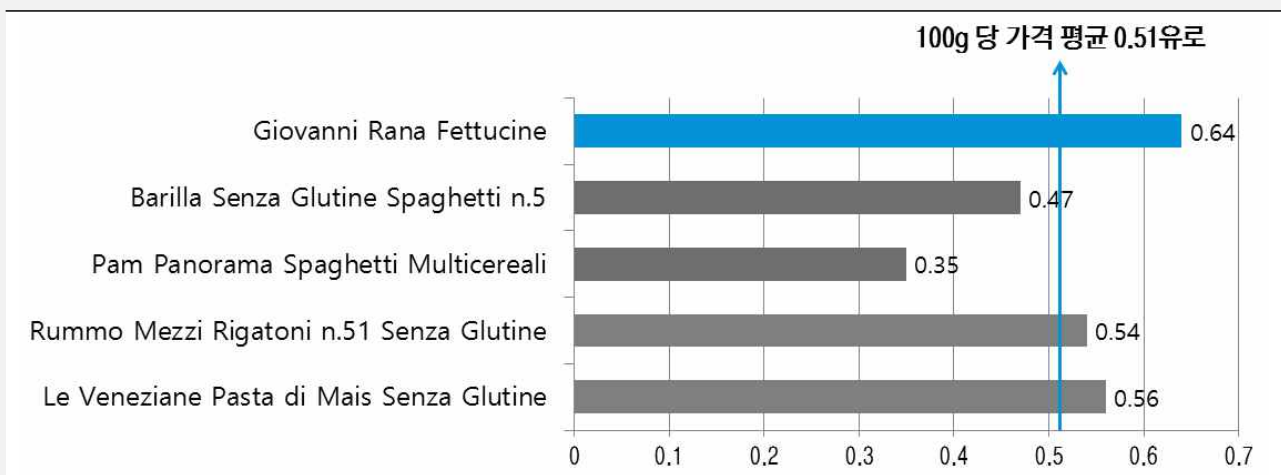
신선 파스타인 Giovanni Rana Fettucine 제품의 100g 당 가격이 0.64유로로 가장 높으며, Pam Panorama Spaghetti Multicereali 제품은 100g 당 0.35유로로 가장 저렴함

표 4.3 가격 비교

제품명	중량(g)	가격(유로)	100g 당 가격(유로)
Giovanni Rana Fettucine	250	1.59	0.64
Barilla Senza Glutine Spaghetti n.5	400	1.89	0.47
Pam Panorama Spaghetti Multicereali	400	1.39	0.35
Rummo Mezzi Rigatoni n.51 Senza Glutine	400	2.15	0.54
Le Veneziane Pasta di Mais Senza Glutine	250	1.39	0.56

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

표 4.4 100g당 가격 비교 및 평균 가격 도출



출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

12) 1유로 = 1,240.24원(KEB 하나은행 고시기준, 2016.09.22)

3. 포장형태 및 원산지 정보

파스타, 비닐백 혹은 종이 박스 포장 사용해

파스타 제품의 포장형태는 보관방법 혹은 면의 형태에 따라 구분됨. 신선 파스타 제품은 냉장 보관을 위해 비닐백으로 포장하여 판매되고 있었음. 일반 스파게티 형태의 제품은 면이 부러지는 것을 방지하기 위해 종이 박스로 포장됨. 리가토니, 펜네와 같은 제품들은 비닐백, 종이 박스 포장 모두를 활용하고 있었음






경쟁제품 원산지, 모두 이탈리아산

5개 경쟁제품의 원산지는 모두 이탈리아임. 이탈리아 국민들이 자국산 파스타에 대한 자부심이 있고, 이탈리아 파스타 생산량이 세계 1위이기 때문에 외국산 제품의 수요는 적은 것으로 판단됨

글루텐 프리 신선 파스타 제품은 확인되지 않아

현지조사 시 확인된 글루텐 프리 파스타는 모두 건조 파스타였으며 신선 파스타 제품은 확인되지 않았음. 또한 온라인 마켓 조사 결과, 신선 파스타 중 냉동 보관 방식인 제품 대부분은 즉석 파스타로 확인됨

표 4.5 파스타 현지조사 경쟁제품 정보





제품 이미지					
제품명	Giovanni Rana Fettuccine	Barilla Senza Glutine Spaghetti n.5	Pam Panorama Spaghetti Multicereali	Rummo Mezzi Rigatoni n.51 Senza Glutine	Le Veneziane Pasta di Mais Senza Glutine
원산지	이탈리아	이탈리아	이탈리아	이탈리아	이탈리아
제조사	Pastificio Rana S.p.A San Giovanni	Barilla G. e R. Fratelli	Molino Andriani S.r.l	Rummo S.p.A	Molino di Ferro S.p.A
보관 방법	냉장	건조	건조	건조	건조
포장 형태	비닐백	종이 박스	종이 박스	비닐백	비닐백
면의 형태	페투치네	스파게티	스파게티	리가토니	펜네
글루텐 프리	X	O	O	O	O

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

4. 현지조사 및 온라인조사 데이터

현지 조사 및 온라인 조사 정보

이탈리아 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

구분	제품 #1	제품 #2	
제품 이미지	<p>제품 이미지 (앞면)</p> 	<p>제품 #2</p> 	
	<p>제품 이미지 (뒷면)</p> 		
제품스펙	제조사명	Pastificio Rana S.p.A San Giovanni	Barilla G. e R. Fratelli
	제품명	Giovanni Rana Fettucine	Barilla Senza Glutine Spaghetti n.5
	중량(g)	250	400
	100g당 가격(유로)	1.59	1.89
	포장용기	비닐백	종이 박스
	원산지	이탈리아	이탈리아
	원료	듀럼 밀 세몰리나, 계란, 물	옥수수가루, 쌀가루, 물, 유화제
	유통기한	2016.10.14	2018.06.28
취급처	판매확인매장	Carrefour Market	Carrefour Market

출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09

4. 현지조사 및 온라인조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4	제품 #5
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)			
	제품 이미지 (뒷면)			
제품 스펙	제조사명	Molino Andriani S.r.l	Rummo S.p.A	Molino di Ferro S.p.A
	제품명	Pam Panorama Spaghetti Multicereali	Rummo Mezzi Rigatoni n.51 Senza Glutine	Le Veneziane Pasta di Mais Senza Glutine
	중량(g)	400	400	250
	100g당 가격(유로)	1.39	2.15	1.39
	포장용기	종이 박스	비닐백	비닐백
	원산지	이탈리아	이탈리아	이탈리아
	원료	옥수수가루, 쌀가루, 메밀가루, 퀴노아가루	현미, 옥수수, 쌀, 감자전분, 유화제	옥수수가루, 식이섬유, 유화제
	유통기한	2016.08.05	2018.05.18	2018.06.13
취급처	판매확인매장	Pam Superstore	Esselunga	Esselunga

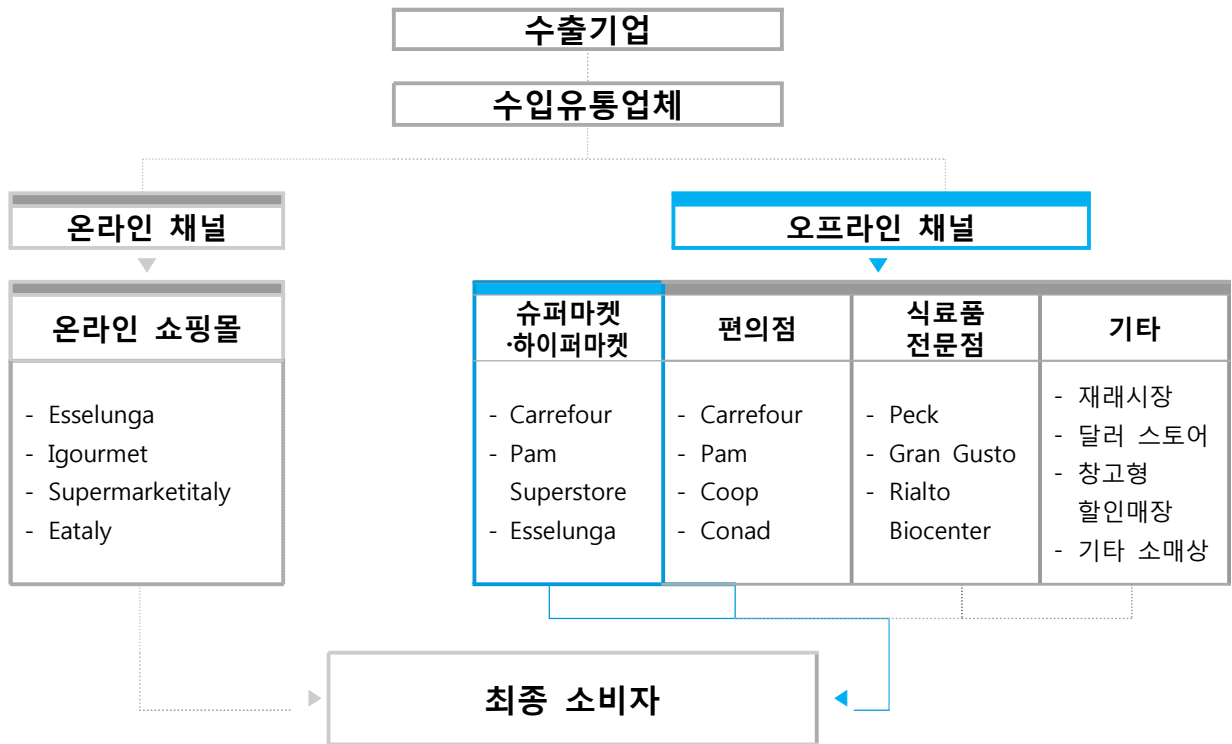
출처 : 현지방문조사(Carrefour Market, Pam Superstore, Esselunga), 2016.09



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



출처 : Canadian Intelligence(intelligence.canadean.com)

유통구조	특징
슈퍼마켓 ¹³⁾ ·하이퍼마켓 ¹⁴⁾ (Supermarket·Hypermarket)	- 파스타 유통은 소비자들의 가정과의 인접성이 우수한 슈퍼마켓의 비율이 가장 높은 가운데 최근 이탈리아 소비자들의 대형할인매장을 통한 상품구매의 비중이 전반적으로 높아지는 추세에 따라 대형 할인매장을 통한 유통이 점차 증가하고 있음
편의점 ¹⁵⁾ (Convenience Store)	- 2015년 기준 8억 6,900만 달러로 슈퍼마켓·하이퍼마켓에 이어 파스타 시장규모 2위를 차지함
식료품 전문점	- 2015년 기준 2억 9,733만 달러로 편의점에 이어 파스타 시장규모 3위를 차지함
온라인 쇼핑몰	- 이탈리아 전자상거래 시장은 2009 ~ 2015년 동안 매년 10% 이상 성장한 것으로 분석됐으며 그중에서도 식품 분야는 높은 성장세를 보임. 전자상거래를 이용하는 이탈리아인은 26%로 유럽연합(EU) 평균인 53%에 비해 낮은 편이나 매년 증가하고 있어 지속적인 성장이 전망됨
기타 ¹⁶⁾	- 창고형 할인매장, 재래시장, 달러 스토어, 기타 소매상 등이 포함됨

출처 : Canadian Intelligence(intelligence.canadean.com)

13) 슈퍼마켓(Supermarket) : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 보통 면적은 280 ~ 2,300m²임

14) 하이퍼마켓(Hypermarket) : 일용잡화류외의 가전제품 등의 공산품도 판매하며 가격이 저렴한 것이 특징임. 보통 면적은 2,300m² 이상임

15) 편의점(Convenience Store) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점을 지칭함

16) 기타(Other) : 편의점, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 온라인 쇼핑몰, 식료품 전문점을 제외한 유통채널

2. 추천 진출 경로

이탈리아 유통구조 현황

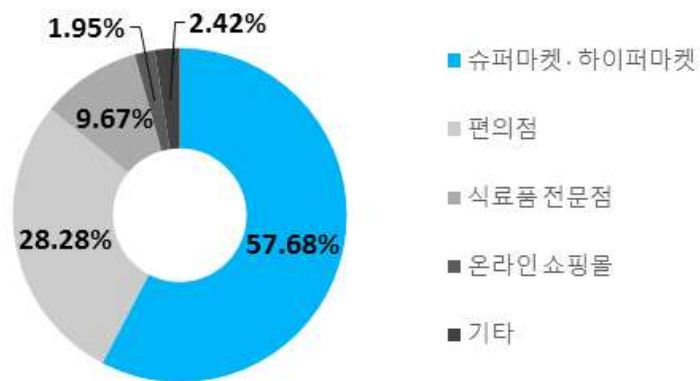
이탈리아 유통구조는 글로벌 유통기업 및 전국적 체인망을 가진 상위 3대 유통기업의 매출이 전체 34%에 불과하여 중소기업 위주의 유통구조를 보임. 백화점 등 다량, 다종의 품목을 취급하는 업체보다는 특화된 품목에 집하여 판매하는 Specialist Retailer 가 우위를 점하고 있는 유통 구조이며 이탈리아 유통기업 1위와 2위를 달리고 있는 Coop, Conad는 모두 이탈리아 특유의 협동조합 조직 (Cooperative system of entrepreneurs)이 결합된 경영방식으로 운영되고 있음

추천 진출루트 : 슈퍼마켓·하이퍼마켓

파스타의 주요 유통경로는 식품 전문 소매점, 슈퍼마켓, 대형할인매장 등이 있으며 소비자들의 가정과의 인접성이 우수한 슈퍼마켓을 통한 유통이 비율이 가장 높은 가운데 최근 이탈리아 소비자들의 대형할인매장을 통한 상품구매의 비중이 전반적으로 높아지는 추세에 따라 대형 할인매장을 통한 유통이 점차 증가하고 있음

그래프 5.1 이탈리아 유통채널 별 파스타 시장 점유율 (2015년)

(단위: %)



출처 : Canadian Intelligence (www.intelligence.canadean.com)

3. 유통업체 담당자 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

파스타 취급 식료품 유통업체
대상 인터뷰 진행
(2016년 9월)

Q1. 당사의 취급 제품과 보유 유통채널은 어떻게 되는가?

“당사는 파스타, 와인, 올리브 오일 등을 취급하는 식료품 유통업체이며 글루텐프리 제품 또한 보유 중이다.”

“당사는 일반 소매자들에게 직접 판매하며 온라인 채널이 가장 주요한 유통채널이다.”

식료품 유통업체 Mymarca社
담당자와의 인터뷰 中, 2016.09

Q2. 당사가 유통 중인 파스타의 수요와 주요 소비층은 어떻게 되는가?

“당사 파스타 제품의 수요는 보통이며, 소비자들이 당사 제품을 소비하는 주요 요인은 브랜드 인지도이다.”

“청년층이 주요 소비층을 형성하고 있으며, 베스트셀러 제품은 Pasta Mancini社의 제품군이다.”

식료품 유통업체 Mymarca社
담당자와의 인터뷰 中, 2016.09



VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통채널 이슈
3. 유통업체별 개요
 - Carrefour
 - Pam Superstore
 - Esselunga

유통업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(슈퍼마켓 · 하이퍼마켓)

No.	유형	이름	특징
1	슈퍼마켓 · 하이퍼마켓	Carrefour Market	까르푸 브랜드는 잡지형태의 전자 카탈로그를 자사의 홈페이지를 통해 매일 업로드 하고 있으며, 이를 통해 한정판 판매제품과 할인 제품들을 소개하고 있음
2		Pam Superstore	Pam Superstore는 Pam Group의 브랜드로 1958년에 설립된 이탈리아 내 주요 대형마트 중 하나임. 고객에게 최고 품질의 신선한 제품을 제공하며 고객 맞춤형 프로모션을 제공함. 하루에 약 7,000여 명의 소비자들이 Pam Superstore를 방문하는 것으로 추정됨
4		Esselunga	1957년 이탈리아 밀라노를 중심으로 북부에 설립된 최초의 미국식 슈퍼마켓 체인으로 이탈리아 북부 롬바르디아(Lombardia)주를 중심으로 유통체인을 구축함

출처 : Carrefour(www.carrefour.fr), Pampanorama(www.pampanorama.it), Esselunga (www.esselunga.it)

주요 유통업체 매장 특징

유통업체		운영현황
Carrefour Market		2014년 기준 매출액 약 52억 6,200만 유로를 기록했으며 1,140개의 매장을 운영 중임
Pam Superstore		2014년 기준 매출액 약 25억 5,900만 유로를 기록했으며 600여 개의 매장을 운영 중임
Esselunga		이탈리아 유통업계에서 매출액 및 점유율 5위의 기업이며 이탈리아 북중부에만 유통하고 있음

출처 : Carrefour(www.carrefour.fr), Pampanorama(www.pampanorama.it), Esselunga (www.esselunga.it)

1. 주요 유통채널 개관

슈퍼마켓이 파스타의 주요 유통채널

파스타 제품의 주요 유통경로는 식품 전문 소매점, 편의점, 슈퍼마켓, 대형 할인매장 등이 있음. 소비자들과 인접성이 우수한 슈퍼마켓을 통한 제품 구매율이 가장 높은 가운데, 최근 이탈리아 소비자의 대형할인매장을 통한 상품 구매의 비중도 전반적으로 높아지는 추세임. 이에 따라 대형 할인매장 채널이 발달하고 있음

이탈리아의 유통 기업들은 외국 자본에 대처할 수 있는 능력을 갖추고 있지 않기 때문에, 이탈리아 정부는 그동안 외국계 기업의 진출을 제한하는 법규를 시행하고 있었음. 그러나 최근에 이러한 법적 제재와 규제를 완화하고 있음. 이에 따라 외국계 식품 유통업자들의 진출이 활발해지고 있는 추세임. 현재 하이퍼마켓의 50% 이상을 외국계 기업이 점유하고 있음

슈퍼마켓·하이퍼마켓에 이어 2번째로 활성화되어 있는 파스타 유통채널은 편의점임. 편의점의 유통채널 점유율은 30%에 가까움. 간편함을 찾는 젊은 연령층이 많이 방문한다는 점이 유통채널로써 선호되는 주요 요인인 것으로 판단됨

표 6.1 이탈리아 주요 유통채널 현황(2013년)

(단위 : 개)

구분	진출년도	매장 수
Carrefour Market	1993	1,140
Pam Superstore	1958	595
Esselunga	1957	149

출처 : Carrefour(www.carrefour.fr), Pampanorama(www.pampanorama.it), Esselunga (www.esselunga.it)

2. 주요 유통채널 이슈

Carrefour 이탈리아, 첫 'Eat & Shop' 매장 개점

까르푸 이탈리아는 올해 밀라노에 첫 'Eat & Shop' 매장을 개점했음. 'Eat & Shop'은 즉시 소비 가능한 신선 제품 및 식사 솔루션에 초점을 맞춘 매장을 뜻함. 다양한 고품질의 제철 과일 및 채소를 판매하고 있음. 베이커리, 수입식품 코너, 미식 코너, 주스 코너, 음료 코너 등 매장 내부에서 세부 품목별로 다채롭게 운영하고 있는데 소금, 글루텐, 달걀, 우유, 이스트 등을 제외한 음식과 채식주의자를 위한 코너도 따로 운영 중임

Pam Superstore, 건강식 관련 이벤트 개최

Pam superstore는 이탈리아 토리노에 24개 매장을 보유하고 있으며, 토리노 매장에서 2016년 9월 한 달 동안 건강식 장려 이벤트를 진행 중임. 해당 이벤트는 1,000여 명의 지역 학생들이 참여할 것으로 추정되고 있으며, Pam Superstore는 이 기간 동안 토리노 내의 Pam Superstore 매장에서 발생한 매출의 1%를 비영리기구인 Umberto Veronesi Foundation에 기부할 예정이라고 밝힘. 건강식 장려 운동을 펼치면서, 지역사회에도 공헌하겠다는 취지임

Esselunga, 차별화된 배송서비스로 온라인 시장 공략

Esselunga社는 온라인 판매 사이트에서도 오프라인 매장과 동일한 프로모션을 진행하고 배송 날짜와 시간을 선택할 수 있는 차별화된 배송서비스 시스템을 구축하였음. 이러한 서비스는 Esselunga社의 온라인 마켓 점유율 확대를 위한 전략으로, 노인과 싱글족에게 큰 인기를 얻고 있음

3. 유통업체별 개요 – Carrefour

Carrefour, 전자 카탈로그 다방면 활용

까르푸 브랜드는 잡지형태의 전자 카탈로그를 자사의 홈페이지를 통해 매일 업로드 하고 있으며, 이를 통해 한정판 판매제품과 할인 제품들을 소개하고 있음. 소매 매장에서는 여러 중소기업의 혁신적이고 독특한 제품들을 매년 선정하여 판매하고 있음. 이런 제품의 경우, 한정판으로 판매하는 경우도 많아서 소비자들의 소비심리를 자극하는 것으로 나타남

표 6.2 매장 정보

기업 정보	매출액	2014년 기준 20억 달러	
	직원수	2014년 기준 6만 1,000명	
	점포수	2016년 기준 228개 매장	
	컨셉	타사와의 차별을 위해 제품의 차별화를 시도하고 있음(여러 중소기업제품 판매)	
	주소	Piazzale Principessa Clotilde 20153 Milano, Italia	
	전화	+39-022-9005971	
주요 판매품목		식료품 전반	
한국산 취급여부		취급 안 함	
매장 전경			
파스타 판매 현황			

출처 : Carrefour(www.carrefour.fr)

표 6.3 Carrefour 전자 카탈로그



출처 : Carrefour(www.carrefour.it)

3. 유통업체별 개요 – Pam Superstore

Pam Superstore, 신선도 · 품질 최우선

Pam Superstore의 모기업은 Pam Group으로, 1958년 이탈리아에 설립됨. 현재 이탈리아의 주요 대형마트 중 하나로, 하루에 약 7,000여 명의 소비자들이 Pam Superstore를 방문하는 것으로 추정됨. 고객에게 최고 품질의 신선한 제품을 제공하며 고객 맞춤형 프로모션을 제공하고 있음

표 6.4 매장 정보

기업 정보	매출액	2013년 기준 25억 5,900만 유로	
	직원수	2016년 기준 7,300명	
	점포수	2016년 기준 135개	
	주소	Venezia, San Marco 5278	
	전화	+39-41-5495111	
주요 판매품목		식료품 전반	
한국산 취급여부		취급 안 함	
매장전경			
파스타 판매현황			

출처 : Pampanorama(www.pampanorama.it)

표 6.5 Pam 전자 카탈로그



출처 : Monterotondo(www.centromonterotondo.it)






3. 유통업체별 개요 – Esselunga

Esselunga, 차별화된 공격적 마케팅전략 구축

1957년 이탈리아 북부에 설립된 최초의 미국식 슈퍼마켓 체인으로, 유통채널은 이탈리아 북부 롬바르디아(Lombardia)주를 중심으로 구축되어 있음

에셀룽가(Esselunga)의 가장 큰 특징은 차별화된 공격적 마케팅을 진행한다는 점인데, 5년간 18억 유로 이상을 투자해 계속해서 점포를 늘리고 물류를 위한 창고를 확보하는 데에 주력해왔음. 확보된 물류망을 통해 최소화된 물류비용은 모두 상품가에 반영되었음. 이를 통해 2014년 에셀룽가에서 판매된 상품의 연평균 프로모션 비율은 29%를 기록할 수 있었음. 2014년 에셀룽가에서 판매된 3개 상품 중 1개는 프로모션 가격 혹은 보너스 제공 제품으로 판매된 것으로 조사됨

표 6.6 매장 정보

기업 정보	매출액	약 70억 1,000만 유로 (2014년)	
	점포수	149개 (2014년)	
	특징	업계 매출 및 점유율 5위, 이탈리아 북중부에만 유통	
	주소	Vittor Pisani, 20 – 20124 Milano	
	전화	+39-2-92931	
매장 전경	 		
파스타 판매현황	 		

출처 : Esselunga (www.esselunga.it)

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. EU관세동맹	www.ec.europa.eu
3. 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
4. International Trade Centre	www.trademap.org
5. The Buyer	www.withbuyer.com
6. 까잘레찌오	www.casaleggio.it
7. Leatherhead Food Research	www.leatherheadfood.com
8. Associazione Italiana Celiachia	www.celiachia.it
9. Pastificio Rana	www.rana.it
10. Trovaprezzi.it	www.trovaprezzi.it
11. Molino Aandriani S.r.l	molinoandriani.com
12. Carrefour	www.carrefour.it
13. Pampanorama	www.pampanorama.it
14. Esselunga	www.esselunga.it
15. Monterotondo	www.centromonterotondo.it

※ 참고 문헌

1. The World Pasta Industry Status Report 2013	International Pasta Organisation	2014
2. L'eCommerce B2c in Italia: le prime evidenze per il 2015	Netcomm eCommerce B2C Observatory	2015