

[유럽] 유럽의 에너지음료시장 성장세 유지



유럽 음료수 시장 진입의 까다로운 조건에도 불구하고 에너지드링크 제품들이 계속해서 견고한 성장세를 보이고 있다. Canadean이 발표한 최근 보고서에 따르면 에너지드링크의 맛, 재료의 혁신에서 원인을 찾아볼 수 있으며 또한 건강을 고려하는 소비자들의 필요사항을 충족시켜주는 저칼로리 제품군의 출시도 하나의 원인으로 분석되었다. 이 보고서에 따르면 유럽 에너지드링크 시장은 2015년 4.9% 증가하여 5억 5천만 리터에 도달할 것으로 예상된다.

에너지음료가 유럽인들의 일상생활에 깊이 자리 잡은 덕분에 탄산음료나 맥주와 같은 다른 음료의 소비가 지속적으로 감소하고 있는 국가의 음료시장에 회복효과를 더하는 원인 중 하나로 작용하고 있다고 Canadean의 조사원 Angela Wynne이 밝혔다. 경제불황으로 음료 소비가 주춤한 그리스나 러시아와 같은 국가에서도 에너지드링크 소비량은 안정적으로 유지되었다.

보고서는 또한 맛의 다양함과 제품군의 확장을 추구한 것이 에너지드링크 시장의 지속적 확장의 핵심 요인이라고 강조했다. 그러나 에너지드링크 시장은 아직 틈새시장에 머물러있으며 전체음료소비의 0.1 이하에 해당된다.

한편 최근 몇 년 동안 과일맛 에너지드링크의 양은 11% 증가했다. 이런 새로운 맛은 원래의 에너지드링크 맛을 좋아하지 않거나, 특히 여름에 원기회복 목적으로만 에너지드링크를 마시는 소비자들을 대상으로 하고 있다고 덧붙였다. 헝가리와 폴란드와 같은 일부 국가에서는 새로운 맛의 혁신을 통해 젊은 세대들이 에너지드링크를 소비하도록 하였다.

또한 저칼로리 에너지드링크는 최근 몇 년간 유럽 전역에서 11.6% 증가하였다. 보고서에 따르면 소비자들이 저칼로리 제품군을 선택하는 것을 일반 에너지드링크가 일으킬 수 있는 건강 문제를 극복하는 대안으로 여기는 것으로 나타났다.

이는 제품군의 다양성 및 제품이 건강에 끼치는 영향 등 간단한 유럽 소비자들이 제품 선택에 있어 가장 중요시하는 기준을 분석하는 준비과정이 수출에 선행되어야함을 시사하고 있다.

출처: ESM(European Supermarket Magazine)