[프랑스] 이국적인 (Exotic) 음식 트랜드

최근 프랑스의 한 농식품 뉴스 전문 웹사이트에서 '프랑스의 이국적인(exotic) 음식의 트랜드'에 관한 기사를 발표했다. 정리한 내용은 다음과 같다.

프랑스 슈퍼마켓의 한 코너를 채우고 있는 이국적인 식재료는 간장, 스프링 롤 또는 스시를 준비하기 위해 사용되는 재료들뿐만 아니다. 최근 할랄 제품 (Halal products: 이슬람 율법으로 정한 음식)도 점차 일반 슈퍼마켓에서 볼 수 있게 되었다.

I. 트랜드 1- 아시아 푸드

아시아 음식은 프랑스 슈퍼마켓에서 빠질 수 없는 코너로 자리잡고 있다. 이미 오래 전부터 문을 연 중국 식당은 현재도 꾸준히 그 수가 증가하며 운영 중이고, 일부 아시아 레스토랑은 체인점까지 만들어 운영되고 있다. 매년 초 중국 설날을 앞두고 아시아 식품의 판매는 월등히 높아지는 데, 이때 지출되는 소비량이 일년의 총 매출액 중 약 25% 정도를 차지하는 것으로 나타났다. 또한 아시아 음식점(레스토랑, takeaway 등)에서 판매되는 음식의 매출도 중국 설 연휴 기간 동안 평소에 비해 65% 증가하는 경향(2004년 ~ 2011년 사이)을 보였다. 이는 약 2천 6백만 ~ 4천 3백만 유로에 해당하는 금액이다. 또한 프랑스 가정의 약 40%정도가 아시아 음식을 소비하고 있는 것으로 집계되면서 아시아 음식 시장은 매우 중요하게 고려되고 있다.

한편 다양한 '아시아 스타일의 에피타이저' 제품을 신상품으로 출시하면서 프랑스 소비자의 관심을 끌고 있는 것도 특징이다. 16개의 미니 에피타이저로 구성된 'apéro du dragon' 등이 그 예이다. 또한 Suzi Wan에서 선보인 '코코넛 우유 소스'는 고기 또는 야채에 따로 조리할 필요 없이 바로 소스만 넣어 먹을 수 있도록 한 것이 특징이다.

II. 트랜드 2- 할랄(Halal) 푸드

프랑스의 할랄 푸드 시장 역시 점차 커지고 있는 것으로 나타났다. 할랄 푸드의 소비는 크게 2가지로 나눌 수 있다.

- ✓ 가정에서의 소비: 약 45억 유로의 규모로 추정되며 이 중 고기류의 소비가 가장 많이 차지하고 있음. 할랄 고기는 전통적인 방식인 '이슬람 정육점'을 통해 구매가 이루어지고 있음. 한편 돼지의 젤라틴을 이용해 만드는 사탕 역시 '가정에서의 소비'에 포함됨
- ✓ (가정 외) 레스토랑에서의 소비: 약 1억원 규모로 추정되며 대부분 '패스트푸드점' 등에서의 소비가 주를 이룸 (케밥, 샌드위치 등)

한편 할랄 푸드 제조 업체들은 라마단 기간을 이용하여 각종 프로모션을 진행하는 등 그 세력을 확장하기 위해 다양한 노력을 하고 있는 것으로 나타나고 있다. 프랑스의 이슬람 인구 수를 감안해볼 때 할랄 푸드 시장은 여전히 중요한 것으로 고려된다.

Ⅲ. 트랜드 3, 아프리카 사하라 사막 주변국의 확장

아프리카 사하라 사막 주변국에서 건너와 프랑스에 정착한 인구도 점차 무시할 수 없는 규모로 커지고 있다. 이들의 일부는 할랄 푸드를 소비하고 있기 않고 이와는 다른 그들의 '아프리카 음식'을 소비하는 것으로 나타났다. 조사에 따르면 이주민자의 98% 정도는 양념, 야채, 과일, 음료, 과자 등 오리지널 아프리카 식재료를 꾸준히 구입하는 것으로 조사되었다.

<아프리카 사하라 사막 주변 국 (녹색 부분)>[1]

반면 프랑스 일반 슈퍼마켓에서 아프리카 식재료의 구입은 쉽지 않다. 그런 이유로 이들의 식재료 구입은 '아프리카 전문 식료품점' 등으로 한정되어 있는 실정이며, 방문자의 약 50% 이상이 꾸준히 이러한 식료품점을 다녀가는 것으로 나타났다. 이는 할랄 푸드 다음으로 두 번째로 큰 시장이라 할 수 있다.

프랑스 일반 슈퍼에서 쉽게 볼 수 있는 아프리카 식재료는 다음과 같다.

- ✓ 리치 (과일)
- ✓ 바나나
- ✓ 망고
- ✓ 코코넛

정보 제공: www.agro-media.fr

Issue date: 2012-01-25

[1] 사진 출처: 위키피디아