

“Smart shopping” 2018년 이탈리아 트렌드

□ 주요내용

- 제한된 시간 속에서 생활하는 이탈리아인은 더 이상 주말에 장을 보기 위해 시간을 소비하지 않아 온라인 주문을 통해 가정으로 바로 배달을 시키는 방법이 빠르게 확산되고 있는 추세임.
- 폴리테크니코 밀라노대학 (Politecnico di Milano)의 e Commerce B2C 조사에 의하면 Food분야가 온라인 분야에서 가장 잠재력을 가진 분야로 2017년 대비 43% 성장, 8억 5천만 유로 (평균 온라인 구매 금액 100유로일 때)의 가치를 지니고 있다고 발표함.
- 대 . 소형 체인 슈퍼마켓 (EasyCoop, Esselunga a Casa, Carrefour.it , U2-Unes)과 Amazon을 통한 온라인 주문이 가장 대표적임.
- 온라인 구매 요인으로는 편안함, 시간절약(53%), 상품에 대한 사전 정보 인지도 (50%), 절약 가능성(49%)등을 꼽았음.

□ 지속 가능한 라벨 상품 (sustainable labels)

- 소비자는 환경과 건강에 미치는 영향을 중요하게 생각하며, 공공 및 사기업 기관이 인증한 소위 "지속 가능한 라벨" 제품을 선호 함 .
- 일반 환경 라벨과는 달리 지속 가능성 라벨에는 윤리적 및 사회적 측면 (동물 복지 또는 공정거래 등)이 통합되어 있음.



* MSC 인증 - Marine Stewardship Council

□ 시내 소형 슈퍼마켓

- 강력한 도시화의 영향으로 제한된 공간에 소위 근접 점포, 즉 큰 대형 슈퍼마켓의 체인의 일부이나 작은 크기의 슈퍼마켓이 도심 내에 빠르게 형성되고 있음. 일반적으로 대형 체인의 경우 대부분 교외에 위치하고 있음.



* Carrefour City

□ 24 시간 영업

- 대도시의 경우 일부 슈퍼마켓은 하루 24 시간 연중무휴로 변경되고 있는 추세, 현대인의 생활 패턴 변화와 직장에서 보내는 시간의 점진적 연장을 반영함.



* Carrefour h24

□ Food “ready & easy to eat”

- 2016 년에 실시 된 Fipe (Italian Federation of public exercises 공공 운동 연맹)에 따르면 1300 만명의 이탈리아 사람들이 매주 집 밖에서 4 ~ 5 끼의 식사를 했음.
- 이러한 요구를 충족시키기 위해 슈퍼마켓은 아침, 점심 등 식사대용은 물론 여러 가지 다른 용도 (아페리티보용 등...)로 즉석, 간편식을 제안하고 있음.
- 간편식이지만 절대적으로 건강을 중요시하는 조리법과 야채, 과일 등의 신선한 재료를 선호함.
- 대표적인 간편식은 Bonduelle 브랜드의 당근즙, 데친 비트 (깍두기모양으로 먹기 좋기 잘라놓음), 흔들면 안에 들어 있는 오일, 소금 등이 섞이는 샐러드, Fruttage! 브랜드의 전자레인지에 데워먹는 야채믹스 제품, Morato 제빵 브랜드의 달달한 아침식사용 빵, 빠르게 먹을 수 있는 아페리티용, 식사용 샌드위치 등 다양한 제품이 있음.



건과일 야채 샐러드



당근즙



샌드위치

□ 시사점

- 지속적으로 증가하고 있는 비건, 채식주의자 및 글루텐 프리 제품을 선호하는 사람들을 위한 밥, 야채 등을 곁들인 한국적인 간편 도시락 등을 개인 취향 및 특성에 맞추어 선택할 수 있는 메뉴 개발이 필요함.
- 포장에도 친환경 재료를 이용하여 간편하지만 건강한 식사 이미지 강조 필요함.

□ 출처

- 온라인 식품 전문지 (il fatto alimentare 2018.1.9.)
<http://www.ilfattoalimentare.it/supermercati-trend-2018.html>