유통업체 자체브랜드

중대형마트 내 세계식품 코너에서 아시아식품은 지배적인 위치를 차지하고 있으며, 그 판매량은 전체 세계식품 판매량의 절반에 이른다.

이국·아시아음식 코너는 소비자들의 호기심을 자극하여 식품 코너를 활성화시키고자 하는 중대형마트들에게 매우 매력적인 부분이다.

중대형마트들은 앞 다투어 자체브랜드를 개발하여 홍보·판매하고 있으며 이러한 브랜드들의 판매량은 각 식품군 판매량에서 선두를 차지하고 있다.

일부 중대형마트들은 이국식품으로 분류 가능한 광범위한 식품군을 출시하고 있다. 그 예로 카지노(Casino)의 '다른 곳의 풍미(Saveur d'Ailleurs)' 200개 품목, 인터마르셰(Mousquetaires – Intermarche)의 '맛의 여정(Itinéraires des Saveur)' 230개 품목 등을 들 수 있다.

세계식품 코너의 식품들이 일반 코너에서도 동시에 판매되고 있다는 점에서 볼 때, 이국식품에 대한 선호는 프랑스 소비자들의 일상생활 속으로 스며들었다고 할 수 있다. 일반 가공식품 코너의 간장과 코코넛음료, 일반 포장식품 코너의 몇몇 조리식품이 그 예이다.

따라서 이국식품을 일상적 소비 영역으로 끌어들이는, 지속적이면서도 효과적인 전략을 수립하는 것이 중요하다.

표. 중대형마트 자체브랜드 제품

-카지노(Casino), 인터마르셰(Intermarché)-

제조업체	브랜드	제품	제품설명	용량	가격
카지노	다른 곳의 풍미 (Casino Saveurs d'Ailleurs)		중국 달걀 국수	250g	1.52 유로 6.08 유로/kg
			약간 신맛 소스 새우튀김 6 개	140g	2.24 유로 16.00 유로/kg
			오징어절이	150g	5.20 유로 34.67 유로/kg

			볶음밥	400g	3.41 유로 8.53 유로/kg
인터마르셰	맛의 여정 (Itinéraires des Saveur)		매운 소스 새우와 바스마티 라이스	270g	3.39 유로 12.56 유로/kg
			고추장	100g	1.02 유로 10.20 유로/kg
			약간 신맛 소스 새우튀김 6 개	140g	2.85 유로 20.36 유로/kg
			목이버섯	25g	1.89 유로 75.60 유로/kg

조사 : 파리aT센터