

2조원 이탈리아 유기농 시장을 공략을 위한
이탈리아 유기농 식품 동향 및 진출방향

목 차

I. 이탈리아 유기농 시장 개요	p.1
II. 現 이탈리아 유기농 시장 트렌드	p.2
III. 이탈리아 유기농 시장 경쟁 현황	p.3
IV. 이탈리아 유기농 시장 전망 및 시사점	p.5
【참고자료】	p.6
1. `13-`16 이탈리아내 유기농식품 판매 업체별 매출액	p.6
2. `16-`21 품목별 유기농 식품 예상 판매율	p.7

1

이탈리아 유기농 식품 시장 개요

□ 이탈리아 식품 시장, 웰빙·건강식의 승리

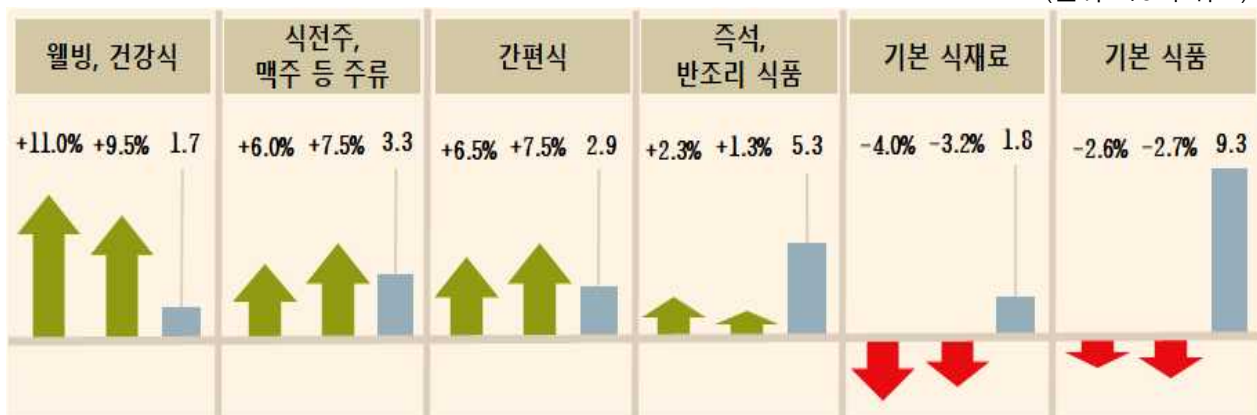
- 지방과 오일은 적게, 설탕 대신 감미료, 통곡물, 콩류, 쌀 위주의 식단, 소화 잘 되는 우유, 비타민과 미네랄 함유제품, 글루텐프리 제품, 내추럴 참치 선호 등 피자과 파스타, 디저트로 대표되었던 이탈리아인들의 밥상에서 변화 감지
- 웰빙·건강식의 세 가지 정의
 - (기본에 충실한 음식) 100% 자연재료로 만든 음식, 인공 색소를 사용하지 않은 음식, GMO 프리 음식, 인공향료를 사용하지 않은 채소와 과일로 된 음식, 유기농 식품
 - (더 적게, 더 많이) 콜레스테롤, 지방, 나트륨, 설탕, 탄수화물, 과당 카페인, 글루텐은 더 적고 열량이 가벼운 음식, 칼슘 강화식품, 단백질과 비타민, 미네랄 함유량과 불포화 지방산이 풍부한 제품
 - (자연의 맛과 풍부한 영양소) 자연재료를 원료로 알러지 유발 성분은 제외한 건강에 좋은 영양소가 더 풍부한 음식
- * 건강식이라고 해서 음식의 맛을 포기하는 것을 의미하는 것이 아님.

□' 16년 이탈리아 유기농 식품 시장 매출은 전년 동기 대비 11% 증가한 24조원 규모

- 건강한 식단에 대한 소비자들의 관심에 따라 유기농 식품 선호도 증대

<이탈리아 식품 소비 트렌드 분석 (‘16년 전년대비 증감률)>

(단위: 10억 유로)



(출처 : 일간지 il sole 24 ore)

2

現 이탈리아 유기농 식품 시장 트렌드

□ 現 이탈리아 ‘유기농 식품 생산 및 판매’ 급물살

- '16년 유기농 농업지역 전체 농업지역 중 11%의 비중 차지
 - * EU 연합국 평균 유기농 농업지역의 비중은 6%
- 주요 유기농 생산지역에서는 곡물, 올리브, 포도나무를 주로 재배
- '16년 1월부터 4개월간 유기농 신선식품, 소매 판매, 소비자 서비스 부문 단기간 내 최대 증가율 19% 기록 (이탈리아 농업경영자연맹(CIA))

□ 국가 내 독특한 ‘건강 트렌드’가 유기농 식품에 대한 구매로 직결

- (노령층) 건강 증진에 초점, 식품 구매 시 영양소 우선시하는 경향
- (식품 가공 과정에 대한 불신) 가공처리과정 및 화학 잔여물 존재 여부 등 직접 확인 불가능 사항에 대한 불신 증가에 따라 유기농 포장 식품 선호

□ 역동적인 이탈리아 식품 시장 속 변화를 거듭하는 유기농 식품군

- '16년 기준 11%의 연평균성장률(이하 ‘CAGR’) (전년 대비 $\Delta 1\%P$)
- 유기농 유제품의 경우, '16년 기준 9%의 CAGR (전년 상반기 대비 $\Delta 4\%P$)
 - 지속 성장하고 있으나, 공급량이 수요량을 초과하여 하락세
 - 트렌드에 따른 소비자의 선호도와는 상반된 느린 성장률

□ 틈새시장을 뚫고 유기농 식품 시장 진입에 성공한 ‘유통업체들(예시)’

- 유기농 식품에 대한 소비자의 선호도를 빠르게 분석, 반영하여 유통망을 넓히고 주력 상품 사이에 다양한 제품군을 등장시키는 노력으로 가파른 성장 도모

※ <참고1. 2013-2016 이탈리아내 유기농식품 판매 업체별 매출액>

○ (유기농 마가린과 스프레드 : *Vallé Bio*)

- ('16) 적극적인 마케팅으로 54억원(전년 대비 51%)에 달하는 매출 달성

○ (유기농 파스타 : *De Cecco*)

- ('16) 파스타 면류 생산업체 중 프리미엄 시장 점유율이 높고 파스타대기업으로, 10개의 바이오 신제품 출시하며 유기농 시장 적극 공략

- ('16) 초 유기농 식품 판매액 중 25%에 해당하는 수익 증진(전년 대비 21% 매출 성장)
- 프리미엄 파스타 취급 업체들, 유기농 식품군 진입하려는 추세
 - * 4년에 걸친 개발 끝에 Il Capelli¹⁾를 출시한 'Pasificio Felicetti'
 - * 7종의 유기농 프리미엄 파스타를 선보인 'La Fabbrica Della Pasta di Gragnano'

○ (유기농 두유)

- ('16) 'Bridge'²⁾의 노력으로 전년 대비 43%에 달하는 매출 성장
 - * 포장방식을 리뉴얼하여 세련되고 친근한 이미지 구축 성공
- 제품이 가진 장점(비건, 글루텐-프리, 유당-프리, 이탈리아산제품 등) 부각에 효과적



Bridge가 선보인 유기농 두유 및 음료 포장방식

3 유기농 시장 경쟁 현황

□ 유기농식품 취급 업체, 경쟁 심화

업체 비고	GRANAROLO	FINESTRA CIELO	DE CECCO	CONAD	LIDL
구분	주식회사(유통)	유통·판매 업체	유통·판매 업체	유통·판매 업체	식료품 도매업
주력상품	유제품	파스타, 비스킷	파스타	전 품목	전 품목
특징	식품 원재료 출처 및 유통과정 투명화	신제품 개발 주력	신제품 개발 주력	이탈리아 유통부문 1위	자체 브랜드화

1) Il Capelli : 풀리아(Puglia)지방에서 생산된 유기농 듀럼밀로 만들어진 파스타

2) Bridge : 1994년부터 이탈리아 북부지방을 기점으로 운영되어 온 동족 회사

<Granarolo>

- 이탈리아內 규모가 가장 큰 유기농 식품 유통 및 판매 업체
- 1957년 볼로냐 낙농업자들이 우유 판매 목적으로 만든 낙농협동조합
 - * 지역 개인 낙농업자, 전국 22개 낙농협동조합이 주축을 이루는 협동조합연합인
- 유기농 유제품 점유율이 치즈와 요거트 54%, 우유 35%로 유제품 강세
- 수요 대비 공급량이 많아 現 시장에서 포화 상태 → 하락세 전망

<La Finestra sul cielo>

- 이탈리아 內 점유율 2위 유기농 식품 유통, 판매 및 생산 업체
 - * 유기농 파스타, 비스킷, 시리얼, 감미료 등의 제품라인 판매가 주
- / 16년 가장 많은 소득 창출(14%매출증대), 現 동업계 선두주자
 - ※ <참고1. 이탈리아 유기농 식품 시장 내 판매업체별 매출량(>)>
- 적극적인 신제품 개발

		
Buongiorno Bio	Avena cakes	Crunchy granola

<Conad>

- 협동조합 조직이 결합된 경영방식의 유통기업
- 유기농식품 트렌드에 따라 ‘자연을 향하여’ 라는 주제의 식료품 출시
 - * 유기농 신선식품 및 포장식품 (‘16.6월) 60종 → (‘16.10월) 150종 (40%↑)
- 잼, 프리저브스³⁾, 시리얼, 상온 보존 과일 및 채소, 가공 육류, 올리브 오일, 소스 및 드레싱류, 아이스크림, 냉동 식품 등 판매

3) 프리저브스(preserves) : 과일의 형태가 있게 조린 것.

<Lidl>

- 자체 브랜드 선두주자인 대형 식료품 잡화점
 - * 매장 內 자체 브랜드 상품의 비율 90%에 해당
- 이탈리아의 불안정한 경제 정황에 의한 소비자의 민감한 태도를 반영한 낮은 가격으로 소비 욕구 촉진(16년, 자사 브랜드 가치 전년 대비 12% 증가)

4 | 유기농 시장 전망, 한국 업체 획득방법 및 시사점

□ ‘15년부터 한국의 유기농은 별도의 인증절차 없이 ‘Euro Leaf’ 유기농 획득 가능



- 유럽의 유기농 시장은 세계 유기농 시장의 50% 이상으로 가장 큰 규모. 특히 독일, 이탈리아, 영국, 프랑스와 같은 4개국이 유럽 시장의 75%를 차지
 - 유럽 유기농 식품산업에서 신선과일과 채소가 가장 큰 부분을 차지
- EU에서는 유기농 제품이라고 표시하는 경우에 의무적으로 유로리프를 획득해 부착해야 함. 이는 EU가 정한 유기농 기준과 기준을 준수함을 뜻하며 로고 옆에 표시된 코드는 농산물 원료 생산지와 인증기관을 표시
 - 제조자가 유기농 경작이나 유기농 제품 제조를 시작하기 전에 반드시 EU 회원국에 의해 인가받은 유기농 인증 시험기관에 심사를 받아야 함
 - 제품의 성분이 95% 이상 유기농 원료를 사용해야만 본 로고를 사용 가능
 - 규정하고 있는 물질목록에 명시되지 않은 첨가물, 식품 등은 유기농 식품/식품 제조과정에서 사용이 금지
- 추가적인 비용과 검사 및 서류제출 등 별도의 인증과정이 필요 없게 됨에 따라 유기농 생산자들은 상대방 시장에 더 쉽게 진출할 수 있음

□ 건강을 향한 끝없는 갈망, 앞으로 더 큰 성장이 기대되는 유기농식품

- 식품의 질과 출처에 대한 소비자의 요구를 충족시켜 앞으로 높은 성장세가 예측됨.
- 유기농 식품의 주 식품군의 성장가능성 높음. 그 중, 유기농 마가린과 유제품 대체식품으로 유기농 두유, 파스타가 선두, 뒤이어 우유, 치즈, 상온 보존 가능 육류, 해산물, 과일 및 야채의 성장세 예상

※ <참고2. 2016-2021 품목별 유기농 식품 예상 판매율>

- ➡ 향후 식품 수출을 원하는 한국 업체는 이탈리아의 건강식품 트렌드를 활용하여 보다 타깃팅된 제품으로 시장 진출을 노려볼 수 있음.
- ➡ 지방, 나트륨, 설탕은 더 적게, 영양소는 더 풍부한 건강한 유기농 식품의 소비는 모든 소비자들에게 공감을 얻는 식품으로 한국의 해조류 및 발효식품을 중심으로 시장 공략 가능
- ➡ '17년 이탈리아사무소 시장개척단 수출상담회 운영 결과, 한국의 엄격한 유기농 생산과정을 거친 유기농 과일(무화과, 유자 등)을 가공한 고급잼류 등 유기농 가공식품 시장에 대한 진출가능성 높음

참고 1

`13~`16 이탈리아內 유기농식품 업체별 매출액 점유율 변동 추이

(단위 : 점유율 (%))

브랜드명 (GBO)	기업명 (NBO)	2013 (A)	2014	2015	2016 (B)	증감률 (B/A)
Granarolo	Granarolo SpA	14.1	14.1	13.9	13.7	△2.9
La Finestra sul cielo	La Finestra sul cielo SpA	9.5	11.7	12.5	13.5	42.1
Fiordifrutta	Rigioni di Asiago SpA	6.0	5.3	5.4	5.1	△15.0
Lidl	Lidl Italia SpA	3.7	4.8	2.5	5.1	37.8
Baule Volante	Baule Volante Srl	3.1	3.4	3.6	3.8	22.6
Alce Nero	Alce Nero Spa	2.4	2.2	2.1	2.1	△12.5
Coop	Coop Italia scarl	1.0	1.3	1.4	1.5	50.0
Esselunga	Esselunga SpA	0.7	0.9	1.0	1.0	42.9
Rigoni	Rigoni di Asiago SpA	1.2	1.1	1.0	1.0	△16.7
Ki group	Ki group SpA	1.1	1.0	0.9	0.9	△16.7
Achillea	Azienda Montana Achillea Srl	1.0	0.9	0.8	0.8	△20.0
Coop Vivi verde	Coop Italia scarl	2.5	0.3	0.7	0.8	△68.0
Noberasco	Noberasco SpA	0.9	0.8	0.8	0.8	△11.1
Linea Bioogica	Cooperativa Lattena Vipiteno Societa Agricola	0.8	0.8	0.7	0.7	△12.5
Diallbrodo	Dialcos SpA	0.8	0.7	0.7	0.7	△12.5
Hipp	Hipp GmbH & Co Vertrieb KG	0.8	0.7	0.6	0.6	△25.0
Rapunzel	Rapunzel Naturkost GmbH	0.6	0.6	0.6	0.6	-
Fattoria Scaldasole	Fattoria Scaldasole SpA	5.4	3.2	1.8	0.5	△90.7
Milupa	Mellin SpA	0.7	0.6	0.5	0.5	△28.6
Sterzing Vipiteno	Cooperativa Latteria Vipiteno Societa Agricola	0.5	0.5	0.4	0.4	△20.0
Ecor	Ecor SpA	0.4	0.3	0.4	0.4	-
Crudigno	Organic Oils Italia Srl	0.4	0.3	0.3	0.3	△25.0
Valle	Velle Italia Srl	0.1	0.1	0.2	0.3	200.0
Alpi burro bio	Brazzale SpA	0.4	0.4	0.3	0.3	△25.0
Bionaturae	Euro-USA Trading Co Inc	0.3	0.3	0.3	0.3	-
Almaverde Bio	Almaverde Bio Scarl	0.2	0.3	0.3	0.3	50.0
Altromercato	Ctm Altromercato Soc Coop	0.3	0.3	0.3	0.2	△33.3
Despar	Despar Italia Carl	0.2	0.2	0.2	0.2	-
Conad	CONAD-Consortio Nazionale Dettaglianti Srl	0.3	0.3	0.2	0.2	△33.3
Miele Bio	Apicoltura Casentinese Srl	0.2	0.2	0.2	0.2	-
Other Private Label	Other Private Label	1.5	1.7	1.9	2.3	53.3
Others	Others	38.9	40.9	40.8	40.6	4.4
Total	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	

(출처 : Euromonitor International)

참고 2

2016-2021 품목별 유기농 식품 예상 판매율

(단위 : 증가율 (%))

구분 (유기농식품)	2016/2017	2016-21 CAGR	2016/21
유아식 · 이유식	4	4	20
빵	3	3	16
시리얼	2	2	9
냉장 육류 및 해산물	—	—	—
제과	2	2	12
유제품	8	8	45
식용유	4	2	12
(냉동) 육류,해산물,과일,채소	—	—	—
아이스크림	—	—	—
즉석식품	5	3	17
밥 · 면류	17	10	57
소스 · 드레싱류	3	2	13
식전 · 후용 스낵류	6	4	23
(상온 보관) 육류,해산물,과일,채소	11	9	54
수프	5	4	22
스프레드 · 잼류	7	6	31
비스킷류	8	7	40
유기농식품 전체	10	7	42

(출처 : Euromonitor International)