



프랑스 음료 제품의 형태와 패키징 현황

프랑스 유통매장 내 음료 제품의 현황

프랑스 내의 대표적인 프랑스 유통매장인 까르푸(Carrefour)와
모노프리(Monoprix)를 직접 방문하거나 온라인 유통망을 통해
현지 매장에 유통되고 있는 음료 제품은

어떤 형태나 패키징을 갖추고 있는지를 알아보면서
그 트렌드 또한 유추해보고자 한다.

그리고 이에 더해 매장 내 음료 진열대의 경우 어떠한 형식으로
구분되어 있는지, 가격대는 어떠한지도 함께 알아보고자 한다.



음료 제품군의 분류

우선 프랑스에서 비알코올성 음료 제품군은 다음 표와 같이 크게 5가지로 구분할 수 있다.

음료 제품군의 분류는 보건복지법에 지정되어 있으며 유통매장에서는 비슷한 종류에 따라 일반적으로 묶어 구분되어 있다. 뜨거운 차와 커피류를 제외한 음료 제품군에 따라 그 형태와 패키징에 차이가 있다.

한국식 구분

프랑스식 구분

 청량음료	물 (가향) 생수, 광천수, (가향) 탄산수	탄산음료, 차가운 가향 음료, 시럽 콜라, 레모네이드, 진저에일, 차 기반 음료, 과일 착향 (탄산) 음료, 토닉, 에너지드링크 등
 영양음료	주스 과일 주스, 채소 주스, 디톡스 주스, 영양 주스 등	우유 지방함량 %에 따른 우유, 커피라떼 음료, 초코 우유 등
 기호음료	뜨거운 차, 커피류 티백, 캡슐 등	

매장 입구엔 냉장, 소형 패키징 음료 배치로 시원하고 간편하게

프랑스 현지 유통매장 입구에는 소비자들이 음료나 식사거리를 입구에서 바로 구매할 수 있도록 냉장 코너가 마련되어 있는 경우가 많다. 진열된 제품의 패키징은 병 패키징보다도 플라스틱, 캔 패키징이 대부분이고, 제품군은 물, 주스, 탄산, 차가운 가향 음료가 주로 배치되어 있다. 차가운 가향 음료 중 특히 차를 기반으로 한 음료와 에너지드링크가 진열되어 있다. 사이즈도 다양하나 대부분 250ml, 275ml, 400ml 등 소형 패키징 제품이 많다. 병 패키징 음료 제품의 경우 간편하게 열 수 있는 시스템을 가진 음료 제품도 찾아볼 수 있다. 가격대는 냉장인 점을 감안해 비교적 상온 진열 음료 제품에 비해 대체로 높게 책정된다. 예를 들어 400ml 차 기반 음료가 1.99€로, 1.35€인 같은 제품 1L에 비해 비싼 편이다.



모노프리, 까르푸 매장 입구 냉장 편의 진열대



독특한 병뚜껑 시스템을 지닌 음료
출처: 직접 촬영

사회적 흐름에 따른 음료 제품군별 형태와 패키징

2020년 프랑스는 자국 내 식료품 포장재 플라스틱 사용 및
음식물 쓰레기 감소, 영수증 발행 감소 등 환경을 고려한
순환 경제 실현의 일환으로 낭비방지법*을 제정해 시행 중에 있다.
이렇듯 정책적 제재에 따라 유통매장에 납품되는 음료 제품 패키징에도
그 영향을 찾아볼 수 있다.

* 해당 법은 일회용 플라스틱의 사용 줄이기, 소비자에게 포장재 성분 등을 잘 알리기,
낭비 감소 및 재활용 권고, 지속가능한 생산, 제품의 계획적 구식화 방지 이렇게 크게
5가지 축으로 이루어져 있음

이에 더해 국제정세 악화로 유럽 물가는 끊임없이 치솟으면서 내수경제도 침체상태이다.
프랑스도 마찬가지로 물가뿐만 아니라 원자재, 에너지값도 오르면서
음료 제품의 용량 및 사이즈에도 변화가 생겼다. 뿐만 아니라 1인 가구 증가, 웰빙 트렌드 등
변화하는 소비자 동향 및 사회 환경이 그 원인이 되기도 한다.
따라서 현지 유통매장에서는 음료 제품군의 종류 및 형태 등이 다양해지는 추세가 이어져 오고 있다.
몇몇 제품군을 살펴보자.



#Water

물

석회수로 인해 물을 사서 마시는 경우가 흔한 유럽은 물 제품군 또한 다양하다.
일반 생수, 또는 생수나 탄산수에 블랙 커런트(cassis fruit), 패션 후르츠, 레몬 등
다양한 향을 첨가한 제품이 있다. 또한 여러 브랜드에서 그 사이즈를 다양화해
현재 33cl*, 50cl, 1.15L, 1.25L, 5L, 6L, 8L의 물 제품을 출시하고 있다.
이에 더해 페트병 뚜껑을 따로 수거해 재활용했던 과거와는 달리
특정 물 제품 브랜드들은 페트병 뚜껑이 분리되지 않는 형태로도 제조하고 있다.

* 1cl = 10mL



75cl 가향 생수 (1.72€/L)



8L 생수 (0.35€/L)



20cl 탄산수 (1.99€/L)

출처: carrefour.fr

#Juice



주스류

주스 제품군의 경우 플라스틱, 종이 패키징을 넘어 병 패키징도 자주 보이는 추세이다. 병 패키징의 경우 75cl과 1L 사이즈에 일반적으로 사용되며, 고급지고 유기농의 이미지를 부여한다. 플라스틱, 종이 패키징의 경우 그 사이즈도 다양해져 33cl의 과일농축주스부터 2L의 주스까지 출시되고 있다.

일반적으로 오렌지 주스, 귤 주스, 자몽 주스와 같은 생과일주스는 과일의 부드러운 섬유질인 펄프를 첨가한 주스(avec pulpe)와 첨가하지 않은 주스(sans pulpe) 이렇게 두 종류로 분류되어있다.



주스 상온 진열대



75cl 과일 주스 (4.92€/L)



2L 과일 주스 (1.00€/L)

출처: 직접 촬영



탄산음료, 차가운 가향 음료, 시럽

탄산음료 제품은 플라스틱이나 캔으로 제조되는 경우가 대부분이었던 과거와 달리, 유럽 일상에서 활용도가 높은 물병으로 재사용이 가능하도록 병 패키징 제품의 유통이 증가하고 있다. 이 경우, 병의 형태나 디자인, 음료 색깔에 미적으로 신경을 더 써 고급적인 이미지를 주고 있다.

가격대는 일반 페트병 음료보다 높으며,

예를 들어 1L짜리 Lorina 병 패키징 제품(3.05€)의 경우,

해당 브랜드의 1.5L 페트병 탄산음료의 1리터당 가격(1.08€)보다 높다.



Schweppes 병 패키징 탄산음료
3.19€ ~ 3.69€ (45cl)

출처: 직접 촬영



차 기반 음료
종이패키징 (3.39€/L)

출처: monoprix.fr

차가운 가향 음료에 속하는 차 기반의 음료(차를 우린 인퓨전 음료)나 에너지드링크의 경우 각각 플라스틱 패키징, 캔 패키징이 두드러지고, 종이 패키징 제품은 있긴 하나 아직 대중화되어 있지는 않아 보인다. 한국 수출제품 중 하나인 알로에 음료도 차가운 가향 음료 부류에 속할 수 있다. 한편 현지 음료 제품군에서 주스류의 펄프 외에 한국의 알로에, 코코팜 음료처럼 음료 안에 고형물이 들어가는 음료는 보기 드물며, 이러한 제품류는 아시아권의 수입음료(페트병)에서 찾아볼 수 있다. 탄산음료나 차 기반의 음료 사이즈의 경우 15cl, 25cl, 33cl, 45cl, 47.3cl, 50cl, 그리고 75cl, 1.2L, 1.75L, 2L까지 소형부터 대형까지 그 사이즈의 스펙트럼이 넓어졌다. 이에 따라 음료 제품의 경우 높이는 그대로나 지름을 줄였으며, 이외에 병의 형태로 하여 높이를 줄이고 지름을 넓힌 제품도 찾아볼 수 있다. 가격도 소형 패키징 제품이 좀 더 높은 편이다. 예를 들어 탄산음료 Orangina의 경우 33cl 소형 패키징 제품(2.22€/L)이 1.5L 대형 패키징 제품(1.23€/L)보다 리터당 약 2배 미만으로 비싼 편이다.

한편 시럽은 프랑스를 포함한 유럽에서 일반 생수나 탄산수에 직접 타 카테일 음료로 제조해서 마시는 경우가 빈번하며 그 종류도 다양하다. 현지 유통매장에서 볼 수 있는 시럽은 과일 과즙을 기반으로 한 시럽이 가장 흔하며 이에 더해 민트, 히비스커스, 콜라향, 귀리와 아몬드를 기반으로 한 오르쟝(orgeat) 등 개인의 입맛에 맞춘 시럽들이 다양하게 출시되고 있다. 대부분 플라스틱이나 병 패키징으로 제조되며 가격대는 60cl, 75cl 용량에 대략 2.09€에서 3.04€이다.



석류 맛 시럽(3.48€/L)

출처: carrefour.fr

라벨링 특징 및 의무사항

플라스틱 재활용과 지속가능성에 대한 사회적 관심이 커지면서 페트병형 음료 제품의 패키징에는 '100% 재활용됨(100% recyclée)', '100% 재활용 플라스틱(100% PLASTIQUE RECYCLE)', '재활용해주세요(Recyclez-moi)' 등의 문구를 전면이나 측면에 잘 보이게끔 넣어두고 있다.



'100% RECYCLÉE'
표시된 펩시콜라



'100% PLASTIQUE RECYCLÉ'
표시된 차 기반 음료 제품
출처: 직접 촬영



트리만 로고 표시와 '병뚜껑도 같이
분리수거 해주세요' 문구

출처: 직접 촬영

게다가 2022년 9월부터 프랑스 내 재활용 가능한 제품에 트리만(Triman) 로고* 부착이 의무화되면서 음료 제품 패키징 뒷면에 분리수거 방법을 나타낸 로고를 볼 수 있다. 이에 더해 페트병 뚜껑을 따로 수거해 재활용했던 과거와는 달리 이제는 뚜껑을 포함해 분리수거가 가능한 경우도 늘어나 이에 대한 정보(Laisser le bouchon sur la bouteille)를 적은 제품들도 흔히 볼 수 있다.

* 2015년 제작된 재활용 분리수거 로고로서, 2022년 9월부터 재활용이 가능한 모든 포장재와 제품에 의무적으로 로고 부착을 통해 세 개의 화살표와 검은 인간 캐릭터 표시 + 분리수거 방법을 동시에 나타내어야 함. 둘 중 한 표시라도 빠지면 안 됨 (유럽 2022년 10월 비관세장벽 참고).

Insight

사회·정책적 흐름에 따라 프랑스 내 음료 제품의 형태, 사이즈 등에도 변화가 보인다. 이에 따라 프랑스를 포함한 유럽에 음료 수출을 준비하는 한국 수출업체는 관련 동향을 모니터링해 유럽 소비자들의 미적, 윤리적, 라이프스타일 기호에 맞는 제품을 제조하고 이를 중점으로 패키징하여 소비자들에게 어필할 수 있는 수출 준비가 필요하다.

또한 프랑스의 트리만 로고 의무화, 독일 공병회수금 제도 '판트(Pfand)'처럼 각 유럽별 플라스틱 포장재나 재활용 관련 정책적 제재가 강화되고 있는 상황에서 해당 장벽을 정확히 준비하고 적용하여 통관에서 문제가 발생하지 않도록 미리 대비하는 것이 필요한 때이다.

