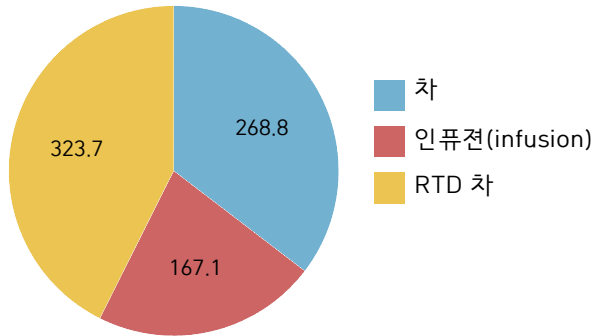


프랑스 차(茶)시장 동향

프랑스 차시장(단위:백만 유로)



프랑스 차시장 규모는 7억 5,960만 유로(한화 9,866억 646만 원). 프랑스 차 시장은 세분화 되어있는 것이 특징. 영어의 티(Tea)에 해당하는 차(thé)는 찻잎을 가공한 차류(녹차, 홍차 등)를 의미. 인퓨전(infusion)은 녹차, 홍차를 제외한 탕류를 의미. 카모

마일, 페퍼민트, 과일차 등이 이에 속함. 예를 들어 우리나라 우영차의 경우 차(thé)가 아닌 인퓨전에 해당. RTD 차는 병에 담겨져 바로 마실 수 있는 액상류를 의미. 세 분야 모두 전년대비 단위당 가격이 인상하였고 인퓨전 시장과 RTD 차시장은 매출증가.

RTD를 제외한 차/인퓨전 시장

프랑스 주요 차/인퓨전 브랜드 : Lipton(Unilever), Elephant(Unilever), Twinings(Foods International), La Tisanière(Foods International). 다국적 기업이 다수를 차지하지만 최근 프리미엄 제품을 중심으로 중소기업 제품도 상승세(Jardin Bio, Clipper, Yogi, Infuz 등).

찻잎을 가공한 차(thé)와 인퓨전은 웰빙 트렌드: 친환경과 프리미엄. 인퓨전 매출의 20%, 녹차매출의 7%는 친환경(bio). 친환경 차와 인퓨전은 유통매장 내의 “차/인퓨전” 매대 뿐 아니라 “유기농”, “아침식사” 매대에도 진입해 소비자들의 접촉 가능성을 높이는 전략.

프리미엄 제품의 경우 최근 디톡스 신제품 출시 경향. 건강 뿐 아니라 미용 목적의 프리미엄제품도 있음. 프리미엄은 전체 차/인퓨

전 시장의 10% 차지. 최근 립톤과 같은 대형 차 제조사는 프리미엄 소비자를 공략한 캡슐형 제품 출시. 캡슐형 차/인퓨전 시장규모는 3,000만 유로(한화 389억 8,350만 원)로 전년대비 시장규모 24% 성장. 캡슐제품은 Nespresso, Tassimo, Nescafe Dolce Gusto에 모두 이용 가능하며 캡슐머신소지자의 경우 구매력이 있는 소비자이므로 캡슐제품의 경우 다양한 프리미엄 라인 구비 전략.

RTD 시장

전체 차시장에서 가장 큰 성장률을 보이고 있는 시장. 전체 매출이 전년대비 15.3%, 판매물량은 15.3% 증가. Orangina Suntory France 마케팅 담당자 Thierry Aouizerate 는 탄산음료에 비해 비탄산수 음료 소비자들은 “네츄럴” 이미지를 중요시한다고 함. 그러므로 RTD 차의 경우 설탕 함유량이 중요한 요소. 최근 건강 트렌드가 앞서가면서 설탕함유량을 줄이는 추세. Orangina Suntory France 는 신제품 “Maytea” 출시. 차 본연의 자연스러운 향과 낮은 당도로 출시되자마자 콜드 RTD 차음료 카테고리 2위를 차지.

<시사점>

프랑스 차 시장은 많이 세분화 되어있기 때문에 제품의 카테고리를 잘 파악해야함. 전체적으로 차시장이 성장세에 있지만 특히 친환경 제품, 건강 프로모션 제품, 프리미엄 제품 성장세가 강함. 최근 프랑스 내 아시아 식품이 “건강 식품”으로 인식되고있는 상황에서 아시아 차 제품의 발전가능성은 클 것으로 예상. 세분화된 하위 시장 트렌드에 맞는 전략을 짜는 것이 중요.

출처 : LSA 2017년 10월 특간호 “덜 소비하는 것이 경제적인 선택이다”