

□ 브라질 소비동향

○ 브라질의 경기가 호조를 보이면서 가처분 소득이 증가하고, 중산층 인구가 2011년 전체 인구의 절반 이상을 차지하면서 아이스크림 같은 소비재의 소비량이 늘어남

- 최근 브라질 내 프로즌 요거트 아이스크림의 수요가 폭발적으로 증가하고 있음

- 프로즌 요거트는 차별화된 맛과 저지방 식품이라는 점을 내세우며 브라질의 증가하는 중산층 소비층을 공략

- 브라질의 대표적인 프로즌 요거트 전문점인 Yoguland는 2010년 한 해 약 60% 이상 매출이 상승했으며 800만 레알 가량의 매출을 올렸음. 점포 수는 약 200개 이상으로 2009년 대비 3배 가량 증가하였음

- 현재 브라질 내 프로즌 요거트 아이스크림 업체는 Youguland 외에 Yogoberry, Yogen Fuz 등이 있음

- 브라질 아이스크림 판매 동향

구 분	2007	2008	2009	2010	2011	2012f
아이스크림 판매량, 톤	432,526	451,167	454,599	482,423	493,367	500,545
아이스크림 판매량 증감률, %	na	4.31	0.76	5.86	2.27	1.45
아이스크림 1인당 판매량, kg	2.28	2.35	2.35	2.47	2.51	2.52

출처: Business Monitor Information (2013. 1. 18)

○ 브라질 내 한국 아이스크림 동향

비수기 없는 '메로나' 브라질선 성수기	
연합뉴스	2012-10-17
(서울=연합뉴스) 정주호 기자 = 빙그레[005180]의 빙과 브랜드 '메로나'가 가을과 겨울철은 아이스크림의 비수기라는 통념을 깨고 있다. 쌀쌀한 가을날씨가 계속되면서 국내에선 아이스크림이나 빙과제품을 사먹는 사람이 드물어졌지만 메로나는 해외에서 새로운 성수기를 시작하고 있다. 남반구에 위치해 있어 한국과 정반대 계절인 브라질, 아르헨티나, 호주, 뉴질랜드, 그리고 연중 더운 지역인 미국 하와이, 대만, 홍콩, 베트남 등이 메로나의 주요 수출지역이기 때문이다. 메로나는 1995년 하와이로 수출되기 시작한 이래 브라질과 아르헨티나, 호주, 뉴질랜드, 베트남, 홍콩, 대만 등 전세계 20여 개국에서 팔리고 있다. 17일 빙그레에 따르면 메로나는 지난해 단일 품목으로만 국내에서 200억원, 해외에서 130억원의 매출을 올렸다. 올 들어 9월말 현재 해외 판매실적은 110억 원 정도지만 해외 시장에서 성수기를 맞았기 때문에 연말까지 200억 원의 매출 달성은 충분히 가능할 것으로 예상하고 있다. 특히 메로나는 2008년 브라질에 진출한 이래 리우데자네이루나 상파울루 거리에서 '한류'를 선도하며 선풍적 인기를 끌기 시작했다. 현재 초여름에 접어든 브라질 현지에서 메로나가 한 개에 2천500원 정도의 비싼 가격인데도 매월 수십만 개씩 팔리고 있다. 브라질 국영TV EBC가 메로나 열풍을 취재해 방송하며 메로나가 일본의 '스시'처럼 브라질의 디저트와 기호식품 문화에 새로운 변화를 가져왔다고 보도하기도 했다. 빙그레 해외사업부 박중원 팀장은 "2014년 브라질월드컵이 열리는 리우데자네이루 등지의 월마트 매장에서도 입점 요청이 쇄도하지만 원거리에 따른 물류장벽 때문에 다 물량을 대지 못하고 있다"고 현지 상황을 전했다. 브라질 외에 홍콩, 대만, 싱가포르에서도 메로나의 판매가 급증하고 있다. 메로나는 작년 초 이들 지역에 수출을 시작한지 7개월 만에 수입 아이스크림 중 판매 1위를 기록하고 있다. 지난 7월에는 뉴욕 맨해튼에도 상륙해 뉴욕커들의 입맛을 공략하고 있다. 빙그레의 한 관계자는 "텃밭한 우유 맛에 멜론맛을 첨가한 상큼한 맛이 외국인들에게 어필하고 있다"며 "전세계 시장 공략에 나서면서 메로나가 1년 365일 팔리는 아이스크림이라는 글로벌 브랜드로 성장했다"고 자평 했다.	
jooho@yna.co.kr	