▣ 스페인 최대의 알리멘따리아 식품전시회 현장 답사기

□ 유럽식품 바이어들에게 각종 식품정보 제공

○ 지난 3월 12일 바르셀로나에서 스페인 최대 식품전인 알리멘따리아 전시회(Alimentaria)가 성황리에 막을 내렸음. 동 전시회는 식품산업 단일전시회 규모로는 유럽 제 2위의 전시회로, 금년 참가업체수는 총 60개국 4,200여개사, 총 참관객 수는 14만 4천명(외국인참관객 3만 2천명포함)에 달하였음.

○ 스페인은 예로부터 풍부한 농·수산물 생산에 힘입은 식품가공산업이 발달한 나라로, 원재료부터 가공식품까지 다양한 식품을 유럽전역에 공급하고 있어 '유럽의 식품창고' 로 불리고 있는 국가임.

○ 이렇게 발달한 자국식품산업을 기반으로 시작한 알리멘따리아 전시회는 금년 현재 총 60여개국의 식품업체들이 참여할 정도로 국제적인 전시회로 부상하였으며, 유럽 식품 바이어들에게 국제식품산업 최신정보를 제공하는 중요 전시회로 부각되고 있음.

□ 유럽내 건강식품에 대한 관심 증가 - 한국식품 마케팅 호기

○ 현재 스페인 내에서는 건강식품에 대한 관심이 고조되고 있으며, 이에 따라 유기농산물, 저칼로리 다이어트 식품 등의 소비도 증가하는 추세임. 더불어 지중해 식단은 물론 생선 및 채소가 많이 이용되는 아시아 음식에 대한 관심도 증가하고 있음.

○ 특히 유기농산물제품 시장의 경우, 최근 EU 보고서에 따르면 2005년도까지 유기농제품시장이 총 유럽식품시장의 10%선까지 증가할 것으로 예상되고 있음. 유럽식품 소비자들의 전반적인 선호식품추세는 건강에 대한 관심이 증가하고 있는 것으로 분석됨.

○ 금번 알리멘띠시아 전시회에는 이러한 추세를 반영하듯, 저칼로리, 저지방 다이어트 식품이 다량 전시되는 한편, 중국관, 홍콩관 등 아시아관이 대거 참가, 자국산 음식문화 마케팅을 활발하게 펼쳐 최근 증가하고 있는 유럽내 아시아 식품에 대한 관심을 보여주었음.

○ 이런 추세를 볼 때, 지금이 한국의 저칼로리, 저지방 음식문화의 스페인 진출 적기로 판단됨. 특히 스페인의 경우 타유럽과 달리 마늘의 사용이 높아, 한국식품 진입장벽이 다른 유럽에 비해 낮은 장점이 있음.

○ 한국식품은 스페인 등 유럽내에서 현재 아시아 내 중국 및 일본식품에 비해 인지도가 낮아, 유럽식품바이어들의 신제품 정보파악의 장인 동 전시회에 참여 등을 통한 한국식품산업계의 적극적인 마케팅 활동이 요구되는 시점임.

□ RFID 라벨 부착 도입예정

○ 내년 1월부터 EU 회원국에 유통물품 RFID 라벨 부착제 규정이 발효될 예정임. 세계적으로 Tesco와 Wal-Mart가 RFID 시스템 도입을 추진하는 가운데 스페인내에서는 대형 백화점 El Corte Inglés 및 Carrefour가 동 시스템 도입을 빠른시일내 추진할 것으로 보여, 2005년도 내 스페인내 유통식품에 RFID 라벨부착이 도입될 것으로 보임.

[전시상세정보]

○ 전시회명 : 알리멘따리아(Alimentaria)

- 개최주기 : 격년
- 주　　최 : Alimentaria Exhibitions
- 개최장소 : 스페인 바르셀로나 상설전시장(Fira Barcelona)
- 전시규모 : 105,000 m^2
- 참가업체 : 4,200 개사
- 참관객수 : 144,000 명(외국참관객 31,920명)
- 특　　징 : 단일 식품전 규모로 유럽내 2위
- 전시기간중 상담액 : 20억 유로
- 관련홈페이지 : http://www.alimentaria.com

(문의처 : 마드리드무역관 손수연 pilarson@kotra.or.kr)