Korea's Only Food Industry Magazine

FOOD JOURNAL

Chile 2015 Special Edition 식품저널

Chile

Quality and Trustworthy Supplier

천혜의 지중해성 기후에서 탄생한 식품
까다로운 고객의 욕구를 만족시키는 우수한 품질
칠레 식품산업과 식품업체 심층 현장보도

www.foodnews.co.kr

THE FRESHEST BERRIES FROM THE SOUTHERN FOREST REGIONS OF CHILE

A full range of frozen fruits and vegetables
ready to be packed with your own private label.

A&F Alimentos y Frutos S.A.

Minuto Verde

Contact us and we will work
together to far exceed your expectations.

SGS SGS SGS

www.minutoverde.cl

Head Office
Lo Echevers 250, Quilicura,
Santiago, Chile
Phone
(56-2) 2367 8000
Contact
export@alifrut.cl

EDITORIAL

천혜의 지중해성 기후서 탄생한 칠레 식품 foods from Chile

전 세계 190개국에 농식품을 수출하는 나라. 우리나라가 첫 자유무역협정(FTA)을 맺은 칠레는 거리로는 지구상에서 가장 멀지만 고품질 식품재료를 통해 우리의 생활과 가까운 나라가 되었다.

칠레는 남반구에서는 유일하게 지중해성 기후로 모든 종류의 과일과 채소의 생산에 이상적이다. 아타카마 사막, 안데스 산악지역 등 지형적 특성으로 해충과 질병이 적어 건강한 땅으로 간주되며 '식품의 낙원' 이라고 자랑한다. 특히 칠레는 라틴 아메리카 남쪽에 위치하고 있어 세계 인구의 대부분이 살고 있는 북반구의 식품을 보완하는 역할을 한다. 오늘날 한국에서 칠레의 식품을 손쉽게 접할 수 있게 된 데에는 품질의 우수성은 물론 칠레의 노력이 있었다.

칠레는 포도·블루베리·딸기·레몬·오렌지·자몽 등 신선과일과 호두·아몬드·헤이즐넛·피스타치오 등 견과류, 라즈베리 등 냉동과일, 사과·프룬 등 건조과일, 돼지고기·소고기 등 육류, 포도주스·사과주스 등 과일주스, 올리브 오일 등 다양한 식품을 한국에 수출하고 있으며, 지난 2014년에 수출액이 5억3천만 달러 규모로 6년 전보다 2배 이상 증가했다.

최근 칠레는 소재 타입의 원료공급 뿐만 아니라 소비자들이 바로 사서 먹을 수 있는 Ready to eat product 식품을 공급하고 있다. 이미 세계의 다국적 기업들은 칠레의 고품질 식품 원료를 이용해 가공식품을 만들고 있으며, 한국의 주요 식품기업들은 칠레의 식품을 소재로 가공식품을 생산하고 있다. 칠레는 한국 식품산업의 동반자이다.

식품저널은 2013년, 2014년에 이어 3번째로 칠레의 주요 기업의 관계자와 인터뷰 등 칠레 식품산업 현장을 다룬 Chile 2015 Special Edition을 통해 생생한 칠레 식품산업의 현장을 심층 보도한다.

식품저널 편집팀 기획팀

CONTENTS

INTERVIEW

04 Mr. Alberto Montanari 칠레식품협회장
06 Mr. Roberto Paiva 칠레무역진흥청 이사

칠레식품산업현장

08 Sugal
11 Alifrut
14 Jugos Chile
16 JCP Foods
18 Invertec Foods
20 San Clemente Foods
22 Agrocepia
24 Bayas del Sur
26 Prunesco
28 Agrozzi

FOODJOURNAL

식품저널 www.foodnews.co.kr 서울 금천구 가산디지털 1로 88 이이티프리이이타워 1102호
등록번호 금천 라 00070 등록일 1997년 3월 4일 발행 편집인 김대일 편집책임 나영욱 인쇄인 박상호
전화 02)3477-7114 팩스 02)3477-5272 이메일 foodinfo@foodnews.co.kr 정기구독 02)3477-5223 광고 02)3477-7175

INTERVIEW

Alberto Montanari

칠레식품협회장

전 세계 190개국에 칠레 고품질 식품 수출
칠레식품협회, 기술센터 설립… 식품기업 신제품 개발 지원

CHILEALIMENTOS의 최근 소식과 주요 활동은?

우리는 최근 칠레산 식품에 가치를 더하고 경쟁력을 가질 수 있도록 생산과 수출을 강화하기 위해 힘쓰고 있다. 칠레 전체 경제 상황과 사회발전 정책에 맞춰 CHILEALIMENTOS(칠레식품협회)의 방침으로 차근차근 진행하고 있다. 수년 동안 우리는 소매시장에 판매되는 식품을 생산하기 위한 식품 소재 타입으로 공급해 왔다. 칠레 회사들은 뛰어난 식재료 공급자이지만 바로 먹을 수 있는(ready to eat product) 식품도 자사브랜드나 제3의 브랜드로 생산하고 있다.
이 새로운 국면은 칠레의 수출시장이 발달하면서 우리의 풍부한 원재료 공급 덕분에 가능해졌다. 가격과 품질의 경쟁력을 갖게 되면서 우리는 최근 트렌드인 정교한 식품 대체제를 세계 소비자에게 제공할 수 있게 됐다. 협회는 부가가치가 높은 식품을 생산할 수 있도록 기술센터를 설립해 식품기업들의 신제품 개발을 돕고 있다.
신제품을 자사 연구실에서 개발하는 회사도 있지만, 생산량을 상업적인 레벨까지 늘리고 특정한 생산 공정 단계에 초점을 맞추려면 시험 공장이 필요하다. 수출 가능한 식품을 생산하는 방향으로 앞서나가기 위해 칠레는 시험 공장을 활성화하고 늘리는 것이 필요하다.
이러한 시나리오에 대응하기 위해 칠레 경제부 산하 정부기관인 CORFO는 기술센터에 관심을 갖고 있는 정당에 제품 개발을 지원하는 기술센터를 설립하는 것을 요청했다. 국내 회사에 의해 제품 개발에 착수하도록 협회는 칠레의 대학과 UC Davis'Chile-based operation과 함께 칠레에서 운영되고 있는 여러 작은 기술센터를 이끌어 왔다.

칠레산 식품의 차별성을 품목별로 말해 달라.

칠레는 남반구에서 유일한 지중해성 기후를 가진 나라로 잘 알려져 있다. 지중해성 기후는 식물과 과일이 성장하는 데 최적의 조건이다. 세계의 소비자들이 칠레산 식품을 선호할 수밖에 없을 만큼 색이 곱고 향이 좋으며, 해산물도 생산 잠재력이 크다.
지중해성 기후는 여름에 따뜻하고 건조하며 겨울에는 기온이 영하로 떨어져 작물에 유해한 세균이나 해충이 잘 번식하지 않으므로 열대지역에 비해 농약 사용이 적다.
칠레에는 세계에서 가장 건조한 사막이 있고, 안데스산맥과 태평양은 해충이 번식하기 어려운 천혜의 장벽을 만들어 준다. 또한 국경 통제가 매우 엄격해 공항이나 항구에서 세균과 해충이 들어오는 것을 막는다. 칠레는 대륙과 연결된 완벽한 섬과 같다.
칠레 농부들은 인공 관개시설로 채소와 과일에 물을 공급하기 때문에 강수량에 영향을 받는 다른 나라보다 수확량이 훨씬 많다. 봄과 여름엔 일교차가 큰데도 서리가 내리지 않는다. 낮 기온은 보통 30℃이고, 밤에는 10℃ 정도로 내려가는데, 이 같은 높은 일교차가 당도를 높여 맛있는 과일 생산을 가능하게 한다.
칠레는 식품산업에 필요한 식재 생산에 이상적인 자연조건을 가지고 있고, 해외시장에서 수요가 많은 다양한 종류의 식품을 생산할 수 있게 한다. 지난 5년 동안 약 190개국의 식탁에 식품을 제공하고 있다. 이는 국제적으로 다양하고 품질 좋은 식품을 공급하는 국가라는 증거다.

칠레산 식품의 한국에 대한 연도별 수출 현황은?

칠레는 2014년 한국에 총 5억3100만 달러어치를 수출했는데, 6년 전과 비교하면 2배 이상 증가한 것이다. 칠레는 다양한 식품을 한국에 수출하고 있으며 주요 제품은 △신선과일은 포도, 블루베리, 딸기, 레몬, 오렌지, 자몽 △견과류는 호두, 아몬드, 헤이즐넛, 피스타치오, 캐슈넛 △냉동과일은 블루베리, 라즈베리, 딸기, 키위 △건조과일은 사과, 프룬, 블루베리, 과일통조림은 블루베리, 복숭아, 체리 △육류는 돼지고기, 소고기, 가금류 △해산물은 연어, 연체류, 갑각류 통조림 △음료는 포도주스, 사과주스, 와인 등이 있다. 이밖에 토마토 페이스트, 치즈, 여러 종류의 과육, 올리브오일, 감미료 등을 들 수 있다.

칠레산 식품의 세계적인 수출 추세는 어떤가?

모든 FTA 양허 품목은 칠레에서 해외로 수출하는 제품에 대한 국제 관세에 따라 규정되기 때문에 정확한 수치를 제시하는 것은 실제로 불가능하다. 칠레는 지난 5년간 수 천가지의 제품을 생산해 세계 190여 개국에 수출해왔다.
주요 수출 품목으로 △해산물은 주로 연어, 송어, 칠레 해안의 다양한 생선류, 조개류 △육류는 돼지고기, 가금류, 양고기, 소고기, 편육 △과일 및 과일가공품은 포도, 사과, 블루베리, 아보카도, 키위, 배, 자두, 프룬, 복숭아, 천도복숭아, 라즈베리 등 모든 베리류의 생과와 건조 · 냉동과일, 통조림, 주스 등 100가지 이상△병과 벌크형태의 와인 △유가공품은 치즈, 우유, 요거트 △채소는 토마토, 칠레 후추, 마늘, 양파를 가공한 식품 △곡물로 만든 식품, 올리브 오일, 꿀, 허브티 △음료와 베이커리에 사용되는 과일 및 채소 향료 등이다.

한국시장에 대한 마케팅 계획은 어떤가?

한국에서의 마케팅은 식품저널과 협업하는 칠레 스페셜 활동이 대부분이다. 칠레 식품회사들은 한국에서 열리는 국제 식품박람회에 참가하고 있다. 협회의 회원사들은 종종 각각 고객사를 방문하고, 한국에서 열리는 중요한 행사에 참석하고 있다. 우리의 파트너들이 수출한 제품을 다른 회사가 소분 포장하여 공급하고 있기도 하다.
식품저널에서 발행하는 칠레 스페셜은 마케팅의 중요한 열쇠이다. 칠레 스페셜은 칠레 식품산업의 개황을 비롯한 회원사들의 많은 정보를 담고 있기 때문이다. 칠레 정부 정책과 칠레식품협회의 활동 계획 등을 알 수 있고, 칠레의 특정 회사를 조명하고 칠레가 어떤 제품을 제공하는지 명확한 내용을 그림을 보듯이 제공하고 있기 때문이다. 이 활동은 언제나 칠레식품협회가 중요하게 생각하고 있는 마케팅이다.

칠레산 식품 중 경쟁력은 있는데 한국에 많이 알려지지 않은 품목이 있는가?

많다. 칠레는 매년 170억 달러 이상의 식품을 수출하고 있는데, 이 중 한국은 3%를 차지하고 있다. 이미 칠레의 상위 식품회사들이 한국 시장에 진출했기 때문에 한국 수입업체들은 칠레가 어떤 제품을 공급하고 있는지 잘 알고 있다. 세계 시장에 수출하고 있는 주요 칠레 식품을 기반으로 우리는 한국에 대한 수출 비즈니스가 증가할 것이라고 생각한다. 가까운 미래에 한국으로 수출하는 제품군도 늘릴 것이다. 칠레는 이미 소매점에 입점되는 제품을 우리 바이어의 브랜드로 대부분의 나라에서 판매하고 있다. 지금 칠레의 한국에 대한 수출은 초기단계이다.

칠레산 식품의 품질을 높이기 위해 협회 차원에서 공동으로 노력하고 있는 것이 있나?

이미 칠레산 식품의 품질은 국제적인 수준이며, 칠레 식품기업은 전 세계 190개국의 소비자와 세계에서 가장 까다로운 시장에 식품을 공급하고 있다.

한국은 동결 건조 과일과 유기농 건조 과일 시장이 커지고 있다. 이런 수요를 충족시킬 제품으로 어떤 것들이 있나?

최근까지 칠레에는 동결건조 기술을 이용한 상품을 입점한 회사가 없었지만, 동결건조 식품 생산기술이 국제적으로 시장의 대안으로 떠오르면서 많은 회사들이 예의주시하고 있다. 머지않아 칠레에서 한국으로 냉동건조 식품을 수출할 것이라고 확신한다.

칠레산 농산물의 품목별 작황은 어떤가?

칠레는 기후가 안정적이기 때문에 과일과 농산물 생산에 이상적이다. 해안선을 따라 흐르는 남태평양 아열대 순환의 일부인 훔볼트 해류가 내륙의 기온을 낮추고 해양생물에게 좋은 환경을 만들어주며, 날씨와 관련된 공급문제를 억제한다.
이른 봄 모든 나무가 꽃을 피울 때, 전 세계와 칠레에서 생산량을 예측할 수 있는 시간이다. 칠레의 기후는 농산물 공급에 영향을 줄 정도의 큰 변화가 없었다. 하지만 최근 몇 년 동안 세계적인 기후변화로 인해 2013년과 2014년 칠레에 조금 늦게 서리가 내려 생산물량을 예상했던 것만큼 맞추기에 어려움도 있었다. 이러한 현상은 최근 2년 동안 반복적으로 봐왔던 현상과 비슷하다고 말할 수 있다. 어떤 역사적 전례가 없었던 것이다. 예전부터 그래왔듯 칠레는 세계에서 가장 안전하고 가능성이 큰 농작물 수확지가 될 것이다.

칠레는 세계 최고 수준의 식품 공급자

칠레 무역진흥청은 그동안 한국에서 어떤 활동을 해왔나?

칠레 무역진흥청은 상품의 교역을 촉진하기 위해 칠레 기업이 한국에서 새로운 시장을 개척하고 수출을 확대하도록 지원하고 있다. 칠레 상품의 세계화를 지원하고 시장조사를 통해 한국시장 진출에 필요한 정보를 제공하고 있다.

올해도 지난 몇 달 동안 한국에 가서 수입업체를 찾는 칠레 기업들을 지원해왔다. 그 중에서도 와인, 신선 과일, 냉동 과일, 건조 과일 등의 식재료를 한국에 수출하기 원하는 칠레 무역사절단을 지원했다.

또한 칠레의 핵심 식품 브랜드인 'Chile Pork', 'Walnuts from Chile'를 알리는 마케팅 활동을 지원하고 있다. 칠레산 식품 정보를 알리고 소비를 활성화시키기 위한 방안을 찾기 위해 노력하고 있으며, 칠레가 세계 최고 수준의 식품 공급자라는 것을 알리기 위한 다방면의 홍보와 지원을 아끼지 않고 있다.

'SEOUL FOOD and Hotel' 박람회에서는 칠레 식품업체와 다양한 칠레 식품을 한 자리에서 만나고 비즈니스 상담을 할 수 있는 칠레 전시관을 선보였다. 이 기간 동안 한국인 셰프가 칠레산 식재료로 만든 요리를 맛볼 수 있는 자리도 마련했다.

한국의 칠레무역사무소는 'Weeks of Chile'를 발전시키고 주요 한국 슈퍼마켓체인에 입점이 가능한 칠레 식품을 소개했다. 우리는 칠레산 식품에 대한 볼거리를 지원하는 등 도매업체와 유통업체를 대상으로 판촉행사를 강화하고 칠레에서 홍보활동에 협력했다.

한국에 칠레산 식품 수출을 확대하기 위한 ProChile의 활동은?

최근 한국에 수출되는 주요 칠레산 제품 중 과일주스 등은 한-칠레 FTA가 발효된 이래로 무관세이다. 신선한 포도와 계란은 계절관세가 적용돼 매년 11월1일부터 4월30일까지 무관세가 적용된다.

우리는 FTA를 통해 더 많은 칠레산 제품을 한국시장에 선보일 수 있기를 기대하고 있다. 칠레가 안전하고 믿을 수 있는 자연 식품과 품질 좋은 식품을 생산한다는 인식을 갖도록 하기 위해 한국 수입업자와 최종 소비자의 요구를 더욱 잘 맞추고 알리는 데 노력하고 있다. 한-칠레 FTA가 발효된 이래로 한국에 대한 식품수출이 크게 늘어났다. 2004년 기준 선적액은 6500만 달러였는데, 2014년 수출액이 4억8200만 달러가 되었다.

최근 칠레는 다양한 식품을 한국에 수출하고 있다. 몇 가지 예를 들면 신선한 과일, 육류, 생선, 홍합, 와인, 유제품 등이다. 수출 품목은 최근 10년 동안 점진적으로 발전해왔다. 이렇듯 칠레는 한국에 식품 수출을 많이 하는 나라 중 하나다. 2014년 한국이 수입한 신선한 포도의 80%는 칠레산이며, 전체 냉동연어 수입량의 73%, 신선블루베리 수입량의 72%도 칠레산이다. 이 외에 와인, 갑오징어, 포도주스, 블루베리주스, 사과주스, 레몬 등을 수출하고 있다.

11월에 칠레산 식품의 강점을 알리는 일련의 이벤트와 행사를 했다.

주요 칠레 식품 對한국 수출 현황 (단위 : US$)

자료 : ProChile, 칠레 중앙은행

Sub-sector	2010	2011	2012	2013	2014	% Var. '14/'13	% Part. 2014
Fresh fruit: grape	62,350,483	79,916,209	95,734,631	118,236,934	124,226,261	5.1%	25.8%
Processed and/or frozen meat: Pork	101,458,613	109,630,399	127,369,210	85,561,718	100,071,557	17.0%	20.8%
Salmon and trout	15,535,011	52,789,170	33,983,896	40,706,987	62,495,705	53.5%	13.0%
Bottled wine: red	19,923,720	24,374,227	25,806,444	29,995,009	33,918,478	13.1%	7.0%
Cuttlefish	6,112,280	32,549,525	18,214,739	22,456,890	32,886,507	46.4%	6.8%
Dried fruit: walnut			16,253,390	14,876,589	26,473,539	78.0%	5.5%
Frozen fruits and vegetables	1,189,315	5,403,804	13,709,475	21,295,446	24,473,317	14.9%	5.1%
Concentrated juice of fruits and vegetables	17,038,014	23,882,806	22,882,806	38,316,858	21,457,563	-44.0%	4.5%
Fresh fruit: berries		73,984	880,222	3,783,765	9,791,322	158.8%	2.0%
Fresh fruit: citrus	4,533,234	5,348,037	4,827,136	4,165,330	6,772,282	62.6%	1.4%
TOTAL	253,809,048	376,587,414	402,750,731	423,542,298	482,054,758	13.8%	100%

우리는 높은 수준의 칠레 와인을 만날 수 있는 'TOP wine maker' 프로젝트를 지원했다. 이번에는 카르메네 품종의 와인 행사를 지원했다. 한국시장에 가능성 있는 주요 칠레 식품을 맛볼 수 있는 시식행사도 주관했다. 한국 시장에 진출하고 자리매김하는데 관심이 많은 칠레 포도원들이 생산한 와인을 모아놓고 소개한 것이다. 이번 행사로 한국 소비자에게 우리의 중요한 증류주인 피스코를 선보였다. 지역 소비자가 칠레 와인을 식후에 마시는 술뿐만 아니라 식전에 마시는 술로서 진가를 느낄 수 있도록 좋은 품질과 맛을 알리기를 원하고 있다. 또한 한국의 주요 유통업체에서 칠레산 연어 홍보캠페인을 지원하고 있다.

우리는 내년에 열릴 'SEOUL FOOD and Hotel' 박람회 참가 준비를 하고 있다. 더 많은 칠레 식품기업이 한국시장에 진출해서 자리 잡길 바라기에 칠레 식품관 규모가 지난번보다 더 커질 것으로 예상한다.

세계 여러 나라를 대상으로 칠레산 식품의 마케팅 지원활동을 하면서 한국시장이 특별히 다르다고 느낀 점이 있었나?

일반적으로 수출 홍보 활동은 비슷하다. 칠레는 안데스 산맥과 아타카마 사막, 태평양과 남쪽의 빙하가 해충과 질병으로부터 국토를 보호한다. 이러한 자연 환경이 칠레가 안전한 식품을 생산하는 데 도움을 준다는 것을 알리고 있다. 앞서 언급한 칠레는 사업에 적절한 외국투자를 받기 좋은 정치 · 경제적 안정성을 갖고 있다. 그렇지만 우리는 각국의 문화와 소비습관 등 각 시장의 특징에 따라 홍보활동과 캠페인을 하고 있다. 우리는 한국 시장에서 최신 기술을 홍보마케팅에 이용하는 것이 얼마나 중요한지 알고 있다. 그리고 소비자에게 최적의 방법으로 새롭고 다양한 홍보채널을 사용하기 위해 노력하고 있다.

한국은 미국, 캐나다, 호주 등과 FTA를 체결하고 발효했다. 칠레산 식품은 이들 국가들과 예전보다 더 치열한 경쟁을 하게 될 것이다. 이들 나라와 비교해 칠레산 식품이 수요자들에게 어떤 이점을 줄 수 있나?

한-칠레 FTA가 체결된 지 11년째다. 한국은 칠레가 아시아국가 중에서 FTA를 체결한 첫 번째 국가다. 한-칠레 FTA가 칠레산 식품을 더 좋은 조건으로 한국 시장에 진입하도록 돕는다는 것은 당연하다. 특히 와인과 포도, 돼지고기, 연어, 블루베리, 호두는 가격 경쟁력과 좋은 품질 덕분에 한국 소비자들이 선호하는 중요한 위치에 있다.

한국이 체결한 여러 FTA는 사실상 많은 이득을 보장하므로 나라간 경쟁이 더 심해질 것이다. 이미 언급한 것처럼 칠레는 다양한 식품의 메인 제공자로서 입지를 갖고 있다. 우리는 한-칠레 FTA를 통해 한국의 소비자와 칠레산 식품이 만날 수 있도록 효력이 더 확대되고 양국 간 관계가 깊어지길 원한다.

칠레는 남반구에 있어서 북반구에서 수확물이 나오지 않을 때 갓 수확한 농수산식품을 수출할 수 있다. 칠레의 혁신적인 생산능력과 제공 갱신으로 많은 제품이 한국으로 수출되고 있다. 제품의 안전과 품질에 더욱 더 많은 주의를 기울이고 있는 만큼 칠레산 식품이 한국에서 긍정적인 이미지를 얻고 있다고 생각한다. 더 많은 한국의 소비자가 칠레 식품을 선택할 수 있도록 요구사항을 충족시키기 위해 최선을 다할 것이다.

한국인들은 식품의 영양과 기능성에 대한 관심이 크다. 칠레산 식품의 수출 확대를 위해 각 식품의 연구개발에 대해 어떠한 지원이 있나? 수출업체를 위한 특별한 지원프로그램이 있나?

칠레 식품의 품질은 세계적으로 인정받고 있으며, 건강하고 안전한 제품의 소비에 있어 한국과 훌륭한 동맹국이 될 수 있다고 생각한다. 칠레는 농산물 생산지에 세균과 질병이 없는 깨끗한 환경과 지리적인 특징을 갖고 있다. 또, 현대적인 수출 기반 시설과 실행 계획, 최첨단 생산기술을 이용해 다양한 제품을 생산하고 국제적인 표준과 인증을 획득했다. 63개 무역파트너 국가들과의 광범위한 자유무역협정(FTA) 네트워크는 칠레를 안전하고 신뢰할 수 있는 식품 생산자로 만들어준다.

칠레는 영양과 기능성을 고려한 식품을 육성하는 데 큰 장점을 갖고 있다. 칠레의 공공 · 민간기관은 고부가가치의 새로운 식품소재를 개발하는 데 힘을 쏟고 있으며, 그 가능성을 바다와 풍부한 농업자원에서 찾을 수 있다.

Sugal Chile

전 세계시장에 토마토 페이스트 공급

Sugal Chile는 300㏊의 자사 농지인 Regions VI과 VII에서 매년 55만 톤의 토마토를 생산하고 있다. 칠레 농업에서 중요한 토마토 관개기술을 향상시키기 위해 노력하는 Sugal Chile는 식품산업에서 꼭 필요한 재료의 공급자로서 중요성을 인식하고 역량을 강화하고 있다. 또, 한국 시장에서 점차 더욱 입지를 넓히고 성장하는 데 초점을 맞추고 있다.

Sugal Chile는 2012년부터 토마토 페이스트 제조회사로서 입지를 굳혀왔다. 올해 10만 톤에 달하는 토마토 페이스트를 토마토소스 생산 회사에 공급했으며, 이 가운데 2%는 한국 시장으로 수출했다.

Sugal Chile는 기술과 설비를 지속적으로 개선했다. 올해 Sugal Chile는 제품에 초점을 맞추던 사업영역에서 한 발 더 나아가 새로운 생산라인을 발전시켰고 육면체의 토마토, 통째로 된 토마토, 껍질 벗긴 토마토 등 소비자에게 제공하는 제품라인을 다양하게 넓혀왔다. 토마토 페이스트는 첨단 기술로 생산돼 과일과즙과 유아식, 주스에 들어가는 재료로 쓰인다. 지난 해 2만6000톤의 복숭아와 4만2000톤의 사과, 1만7000톤의 배를 가공했고, 업체용 제품을 생산하며 식품산업에서 쓰이는 식재를 공급하고 있다.

Sugal 그룹이 세계적으로 성공을 거둔 비결은 북반구와 남반구 모두에서 운영돼 전 세계의 기업체와 주요 시장에 제품을 연중 공급할 수 있다는 점이다. 이 회사는 칠레는 물론, 포르투갈과 스페인에도 생산설비를 갖고 있다.

2000년 중반엔 포르투갈에서 선두적인 토마토 페이스트 생산업체가 됐으며, 세계 시장에서 성공하기 위해 농업과 산업의 효율성을 추구하는 것으로 목표를 확장하기 시작했다. 2012년에는 칠레 회사인 Tresmontes Lucchetti Agroindustrial과 합병해 현재 Sugal Chile의 모태가 됐다.

Juan Manuel Mira general manager는 "케첩, 소스, 주스와 같은 최종 생산물을 만드는 제조사에게 품질에 자신 있는 원재료를 공급하는 것이 중요하다. Sugal 그룹은 계절과 관계없이 생산량을 유지하는 유일한 회사이다. 바이어들은 이런 점에 믿음과 확신을 갖는다"고 말했다.

칠레는 남반구의 다른 나라에서는 볼 수 없는 여러 경쟁력을 지니고 있는데, 이것은 Sugal 그룹이 세계에서 적극적인 활동을 지속하는 데 크게 기여했다. 이에 대해 Juan Manuel Mira general manager는 "가공 과일의 최종 가격을 60%

에서 75%까지 낮춰 가격경쟁력까지 갖춘 최고의 원재료를 생산하고 있다"고 말한다.

칠레의 또 다른 장점은 기후다. 건조한 기후는 작물이 건강하게 자라게 해주고 세균과 곰팡이의 증식 및 부패를 방지한다. 따라서 농약을 적게 사용하고 비용을 줄일 수 있다. 밤의 온도 변화는 작물의 당분과 향을 더 강렬하고 풍부해지도록 돕는다.

Sugal 그룹은 Region VI과 VII에 위치한 300㏊의 독점 경작지에서 토마토를 기르며, 원재료의 생산 이력 추적 시스템을 갖추고 있다. 또한 5300㏊ 규모의 농장주 250여 명과 계약하고 있다. Juan Manuel Mira general manager는 "우리는 농부와 함께 농장을 관리한다. 농업팀을 꾸려 다양한 작물을 심은 각 구역과 비료 사용을 모니터링한다"며, "Region VI Quinta de Tilcoco에 있는 가장 큰 생산 공장은 규모가 35만㎡로, 하루 4000톤의 토마토와 1000톤의 과일을 처리한다. 또한 연구센터는 최신기기와 기술을 갖추고 있으며 과일과 채소에 대한 여러 연구를 하고 있다."고 말했다.

회사는 Region VII에서 남쪽 산티아고 260㎞에 위치한 탈카 도시에 있으며, 5만㎡ 면적의 제2공장을 갖고 있다. 이곳에서는 하루 토마토 3800톤, 과일 1000톤을 처리한다.

포르투갈 공장은 Azambuja과 베나벤테의 50㎞ 북쪽 리스본에, 스페인에 있는 공장은 세비야 부근의 Cabezas 드 산 후안에 있으며, 토마토 약 90만 톤을 처리한다.

Juan Manuel Mira general manager는 "칠레 제품은 관세와 운송비 면에서 경쟁력이 있기 때문에 한국은 흥미로운 시장"이라고 말했다.

전세계의 모든 공장의 기술은 비슷하겠지만 이 회사의 가장 큰 장점은 제품을 빠른 시간에 체계적으로 운송하고, 제품과 선적비용이 경쟁력이 있다는 점이다. 칠레의 FTA는 글로벌 GDP의 약 86%를 차지한다.

Juan Manuel Mira general manager는 "Sugal Chile는 10년 전 한국에 토마토페이스트를 선적하기 시작했는데, 짧은 기간에 높은 품질과 가격경쟁력으로 회사가 더욱 성장하길 바란다."고 말했다.

Alifrut

첨단기술로 블루베리 시장 선도

Alifrut는 한국의 유통, 식품 서비스업계에 냉동 야채와 과일을 사계절 수출하는 칠레 기업으로 연간 냉동 야채 4500톤, 냉동 딸기 1만3500톤을 수출하고 있다. Alifrut는 자체 브랜드 'Minuto Verde'로 한국 시장에 자리 잡을 것을 기대하고 있다.

Alimentos y Frutos S.A로도 알려져 있는 Alifrut는 냉동 과일 및 야채를 바로 소비하도록 제조하는 칠레의 선두기업으로, 약 4년 전부터 건강 영양식품의 수요를 충족시키기 시작하면서 한국 시장에도 수출하고 있다.

Alejandro Rodríguez export manager는 "한국인들은 미국산 블루베리를 많이 구매하고 있는데, 미국산 블루베리에는 12%라는 높은 관세가 부과된다"고 말했다.

한-칠레 FTA 영향으로 칠레산 블루베리에는 관세가 부과되지 않기 때문에 2011년 Alifrut는 블루베리 수요가 높은 아시아 시장에서 선전할 수 있었다.

Alejandro Rodríguez export manager는 "블루베리는 항산화 물질이 있어 건강에 좋다고 널리 알려져 있으며 연구에서 입증됐다. 한국인은 블루베리를 주스나 요거트, 과일샐러드 등 다양한 요리로 만들어 먹는다" 며 "칠레는 한국과 계절이 반대이고, 맛과 향이 좋은 블루베리를 생산하고 있어 우리 회사는 다른 공급자보다 더 나은 가격과 품질로 시장에 진입할 수 있다." 고 말했다.

세계적인 냉동채소와 베리류 생산 기업

Alifrut는 세계적인 냉동 채소와 베리류 생산 기업으로 그린 아스파라거스, 옥수수, 콩, 파바 콩, 브로콜리, 콜리플라워, 당근, 감자 등과 라즈베리, 블루베리, 딸기, 블랙베리 등을 생산하고 있다. 미국·일본·캐나다·한국·유럽·호주·남아메리카·뉴질랜드 등 시장에 맞춘 높은 품질 기준에 따라 맛있고 영양가 높은 제품을 생산하고 있다.

Alifrut는 연간 6만 톤의 제품을 생산하는데, 이 중 30%(냉동 채소 4500톤, 냉동 베리류 1만3500톤을 수출하고 나머지는 칠레 현지 시장에 판매하고 있다. 작업은 농업 전문가, 농업 경제학자 전문가 팀과 함께 하며, 이들은 고품질의 원재료가 재배되는 칠레 남부지역에서 온 전문가들이다. 칠레 현지의 신선 농수산 수출과 함께 미국과 아시아 시장에도 주력하고 있으며, 목표 시장이 원하는 이력추적시스템과 농약에 대한 규정을 준수하기 위해 힘쓰고 있다.

Rodríguez export manager는 "농약은 다른 나라도 마찬가지이지만 한국시장에서 매우 중요하고 민감한 이슈인데, 칠레는 목표 시장이 허용한 농약만을 사용하기 때문에 농약관리 면에서 평판이 좋다." 며 "칠레는 최첨단 농업기술로 매력적인 식품을 만든다." 고 말했다.

블루베리는 Alifrut의 주요 수출품이며, 가장 큰 시장은 미국으로 전체 매출의 30%를 차지하고 있다.

한국은 Alifrut가 수출하는 블루베리 양의 37%를 차지하고 있다.

최적의 동결 기술 확보

블루베리의 경우, 칠레의 회사는 최적의 동결 공정을 확보하는 기술에 투자와 노력을 다하고 있다. Alifrut는 산티아고에서 약 400㎞ 남쪽에 위치한 Bio-Bio 지역에 가공 공장을 설립했다. 블루베리는 가공 라인에서 돌이나 이물질 등 어떤 찌꺼기도 남지 않도록 세척한다. 세척한 블루베리는 색과 크기에 따라 분류기를 통해 분류된다. 이 과정에서 설익은 과일은 모두 분리되며, 이전 단계에서 불순물이나 발견되지 않았던 유해물질을 걸러내는 과정을 거친다. 끝으로 깨끗한 과일을 처리 드럼으로 운반해 줄기를 제거하고 과일을 캘리브레이터로 이동시킨 후 시장이 요구하는 크기에 맞춰 백이나 박스에 포장한다.

Rodríguez export manager는 "공장라인의 여러 단계는 완전한 최첨단 기술이며, 우리는 좋은 품질을 보증하고 있다." 며 "생산단계는 세척과 분류, 색상과 크기·품질에 따라 제품을 분류해 제품이 밀봉되면 불순물을 검출해내기 위한 X-ray 검사를 한다." 고 말했다.

수입국 선호에 맞는 제품 공급

미국과 한국에 공급하는 Alifrut의 블루베리는 크기에 차이가 있다. 미국은 크고 두꺼운 벌크 크기로 주문하고, 한국은 14㎜ 크기의 블루베리로 주문하기 때문이다. Rodríguez export manager는 "이렇듯 수입국마다 선호하는 제품 크기가 다르지만 공급자인 우리에게 전혀 문제가 되지 않는다." 고 말했다.

칠레는 식품생산업체로서 신뢰성과 안정적인 경제조건, 여러 국가와 자유무역협정을 맺고 있어 경쟁력이 있으며, 신속한 운송을 위한 물류 및 통관서비스를 비롯한 모든 프로세스에서 품질 및 안전 기준에 대한 인증도 보유하고 있다.

Alifrut는 전통적인 냉동 과일과 채소 시장뿐만 아니라 세계적인 트렌드인 웰빙, 유기농 식품시장에서도 안정적인 공급자로서 자리매김하고 있다. 유기농 제품은 전체 수출량의 약 20%를 차지하고 있는데, 이 중 미국이 가장 비중을 차지하고 있다 한국은 필요한 조건이 많아 유기농 제품 수출에서 제외돼 있다.

Rodríguez export manager는 "칠레 유기농 식품이 유기농 인증을 받고 수출되려면, 어렵겠지만 아시아 국가들의 유기농 인증기관 관계자들이 칠레에 와서 우리의 유기농 과수원을 둘러보는 것이 필요하다고 생각한다." 고 말했다.

Jugos Chile

모든 소비자를 위한 맞춤 주스농축액

Jugos Chile는 2012년 이래 꾸준한 성장으로 올해 포도주스 농축액을 7000톤 이상 생산해 전량 유럽과 아시아, 아메리카 전역으로 수출했다. Jugos Chile는 지주회사 Juan Yarur에 속한 회사로, 칠레 남쪽 산티아고에서 50㎞ 떨어진 Isla de Maipo에 자리 잡고 있다. Jugos Chile는 포도산업에서 20년 이상 쌓아온 노하우로 한국에서 성장할 수 있게 했다고 생각한다.

Jugos Chile는 포도 수확 시즌에 본격적으로 활동을 하는데, 밭에서 수확한 다양한 과일을 트럭으로 공장까지 수송한다. 운반된 과일은 공정에 들어가기 전 품질 관리절차를 거친다. 포도의 90% 이상은 지역 생산자와 중장기 계약을 통해 들여온다. Jugos Chile는 칠레의 농업 중심지인 Talca 7th 지역에서 240㏊ 규모의 농장을 경영하고 있으며, 여기서 생산되는 포도는 와인사업부문인 아그로모란데로 보낸다. Jugos Chile는 작물과 환경의 관계를 연구하는 농경학팀이 있는데, 이들은 지속적으로 작업 현장의 노트를 추적하고, 포도가 국제 생산기준에 부합하도록 응용을 연구한다.

과일은 트럭에서 하차하는 즉시 스테인리스 스틸로 된 분쇄기에 넣는다. 이 분쇄기는 빠른 속도로 회전하면서 과일의 줄기와 껍질을 벗기고 잘게 자르도록 설계돼 있다. 위생적인 시스템에서 처리함으로써 과일의 색과 향을 최대한 보존한다.

첨단 위생 시설에서 가공

으깬 포도는 공장의 열교환기로 이동시켜 가장 높은 관능과 폴리페놀과 같은 기능성 성분에만 뱀이 유지되도록 과즙과 씨, 껍질을 물에 담가 불린다. 주스가 다른 것과 섞이지 않고 맑은 상태를 유지하기 위해 특정 온도에서 일정한 시간 동안 원심경사기와 원심분리기, cross flow filter와 같은 첨단 기기를 이용해 가공한다.

Jugos Chile의 Héctor Muñoz 영업 이사는 "cross flow filter는 워낙 얇아서 효모균조차도 살균된 제품에 들어가지 못하게 걸러주는데, 상당히 낮은 고체의 수치와 최종 농축액이 살균한 것처럼 깨끗하다" 고 설명했다.

공정의 마지막 단계는 냉각시설 및 저장 시설이 있는데, 다양한 시장의 요구에 따라 포도주스농축액을 공급할 수 있도록 하고 있다.

이 회사에는 냉장보관소가 2개 있다. 주로 적색과 흰색 농축액은 색깔이 잘 변하지 않도록 낮은 온도에서 보관하고, 제품의 상태와 특성을 보존하기 위해 살균처리해 포장한다.

Jugos Chile 관계자는 "생산된 제품은 고품질 포도 농축액으로, 전 세계 식품업체들이 포도 종류에 따라 다양하게 이용할 수 있다." 고 말했다. 카베르네, 메를로, 쉬라즈, 카르미네르 등의 적포도와 쇼비뇽블랑, 모스카텔, 샤도네이 등 백포도를 이용해 제품을 생산하고 있다. 또 소비자의 요구에 맞는 맞춤형 주스농축액을 다양하게 주문 생산한다.

Héctor Muñoz 이사는 "우리는 소비자의 요구에 부응하기 위해 여러 방법으로 다양한 제품을 생산하고 있다." 고 말했다.

Jugos Chile는 신선하게 착즙하거나 포도를 갈아서 발효시킨다. 별도로 색깔과 향을 제거해 주스로 개발한 것은 아이스크림과 베이커리 등 다른 용도로 사용할 수 있도록 하고 있다.

Jugos Chile는 20년 이상 포도로 주스농축액을 생산한 폭넓은 지식과 경험을 바탕으로 국내외 시장에서 차별화를 꾀하고 있다.

20년 이상 포도가공 노하우로 차별화 된 제품 공급

Jugos Chile는 환경에 주는 영향을 최소화하면서 포도의 잠재력을 끌어올리는 새로운 기술을 위해 매년 투자하며 끊임없이 고민하고 있다.

칠레는 한국과 FTA를 통해 과실주스 관세 0%를 유지하고 있다. 이 회사는 2012년 이래 지속적으로 30%의 성장률을 보이고 있으며, 임원들은 아시아 국가에서 성공적인 결과를 얻기 위해 모든 것이 준비됐다고 생각한다.

Héctor Muñoz 이사는 "우리는 한국시장에서 계속 성장할 수 있는 아주 좋은 위치에 있다고 생각한다" 고 말했다. 한국의 소비자가 요구하는, 기술적으로 '400 points of Color' 로 알려진 어두운 색감의 포도 농축액을 생산하며 시장에서 좋은 반응을 얻고 있다. 또 농축액을 50points의 색감부터 4000points 색감까지 발전시킬 수 있다고 설명했다.

Jugos Chile 관계자는 "우리는 한국 시장이 요구하는 주스 프로파일에 부합하기 위해 농축액뿐만 아니라 몸에 좋은 혼합 주스로, 더 맛있는 상품을 선보일 수 있는 차별화된 제품을 개발하고 있다" 며 "한국 시장에서 더욱 성장하기 위해 고부가가치의 농축액 시장에 진입할 것이며, 우리의 제품이 최종 소비자에게 전달되길 바란다" 고 말했다.

Jugos Chile

World Leader in Virgin grape juice concentrates

When the work becomes a passion

Juices Division of Empresas Lourdes S.A.

www.jugoschile.cl

JCP FOODS

20년 베리류 사업, 한국시장 맞춤형 제품 생산

**JCP FOODS는 Maule과 Araucanía지역 농장에서 생산한 베리류를 매년 4000톤씩 판매하고 있다.
이 회사는 수직 통합된 비즈니스 모델로서 소비자들에게 이력추적과 원산지가 보장된 제품을 제공한다.**

JCP FOODS의 공동경영자 Pablo Herrera와 Cristian Stewart는 약 1년 전 Agrícola Valle Frío社를 상업적으로 발전시키기 위해 칠레에서 새로운 비즈니스 모델을 만들었다. Agrícola Valle Frío는 식품회사를 대상으로 한 냉동 과일 수출에 집중하고 있다. Pablo Herrera와 Cristian Stewart는 냉동과일 업계에서 20년 이상의 경험과 노하우를 갖고 있다. 그들은 20여 년간 소매점에 입점할 제품을 개발하고, 모든 에너지를 Valle Frío의 작업 노하우 개발에 쏟고 있으며 수출을 본격화하고 있다.

20년 베리류 생산 노하우

JCP FOODS는 30년 넘게 관리해 온 400㏊ 면적의 농장에서 베리류 4000톤을 생산하고 판매하기 위해 Valle Frío와 수직 통합적으로 운영하고 있다. JCP FOODS는 Angol과 Romeral의 전통 농지 커뮤니티에 있는 재배지에서 운영하고 있는데, 지역 농장에서 6000톤의 베리를 추가 생산하고 있다. Valle Frío는 이 모든 것이 가능하도록 설립 이래 B2B 기반으로 제품을 판매하던 것을 변화시키기 위한 비즈니스 모델에 초점을 맞췄다.

Stewart는 "지금은 소비자가 식탁에서 바로 먹을 수 있는 제품도 생산한다. 이를 위해 포장 챔버 기기와 포장생산라인, 최신형 레이저 소터 기기 등에 약 200만 달러를 투자했다. 또, 사내 교육과 트레이닝을 통해 회사가 다음 단계로 도약할 수 있는 기반을 마련했다" 고 말했다. 이어 "JCP FOODS는 Valle Frío와 상호보완적으로 우리의 목표에 맞게 무엇을 해야 하고 어디에 투자해야 하는지, 최고의 자원을 어떻게 이용할 것인지 함께 고민하며 전체적이고, 상호보완적인 파트너십을 갖고 있다" 며 "JCP는 주로 상업적 개발 부분을, Valle Frío는 농산물 생산, 산업공정 등을 담당하고 있다" 고 말했다. Pablo Herrera와 Cristian Stewart는 매년 Valle Frío농장으로 여행을 가서 둘러본다. 이 농장은 JCP FOODS의 파트너 중 하나인 Juan Sebastián Moreno가 운영하며, 다가올 추수시즌을 위해 과일의 상태와 생산량을 체크한다. 회사는 매년 4000톤에 달하는 베리류를 생산한다. 이 양은 모든 소비재의 40% 정도이며, 냉동식품 생산에 사용된다. 소비자에겐 이력추적과 안정적인 공급을 보장함으로써 제품의 가치를 높이기 위해 노력하고 있다.

원재료 40% 자체 조달, 재배지 늘릴 계획

JCP FOODS는 원재료의 60%는 구매하고 있는데, 앞으로 자체 생산 조달비율을 50%로 높일 수 있도록 할 계획이다. JCP FOODS는 이러한 목적을 달성하기 위해 라즈베리 재배지를 25㏊ 넓혀 80㏊까지 확대함으로써 라즈베리 생산량을 250톤 더 늘렸다. 이에 따라 300톤의 블랙베리와 150톤의 블루베리를 12월에 수확할 수 있게 됐다.

이 회사는 총 1만 톤에 달하는 냉동제품을 매년 판매하고 있다. 체리와 망고, 파인애플, 베리류와 다양한 종류의 혼합과일 제품이다. 그 중 7000톤은 특수목적으로 생산해 소매점에 판매한다. 모든 생산 과정은 Romeral에 위치한 Valle Frío의 메인 공장에서 이뤄진다. 상품은 필로우백이나 파우치에 포장돼 냉동과일 소비자와 슈퍼마켓 브랜드로 고체형 · 냉동 과일을 판매한다. 현재 미국과 캐나다에 가장 많이 수출하고 있는데, 수출량은 Valle Frío선적의 70%를 차지한다. 비록 유럽, 일본, 한국, 칠레에 판매되는 양은 30% 정도인데 한국시장은 냉동 블루베리의 수요가 높기 때문에 막대한 성장 가능성이 있을 것으로 기대하고 있다.

JCP FOODS는 제품 이력추적을 보장하는 것뿐만 아니라 수출 대상 국가가 법적으로 허용하는 화학물질만을 사용하는 등 엄격한 식품안전기준을 지키고 있다. JCP FOODS는 현재 시장을 점진적으로 키워 나갈 계획이다. 지난해 이 회사는 300톤에 달하는 베리류를 수출했는데, 이 가운데 블루베리가 가장 많았다. 올해는 판매량을 배로 늘릴 계획이며, 수출량은 회사 총 선적량의 5%를 차지할 것이다.

블루베리 수출 비중 가장 높아

Stewart는 "한국은 미국산 베리류를 사는 데 익숙하고, 자체적으로 딸기산업을 가지고 있지만 칠레 제품도 가격과 품질, 서비스 면에서 경쟁력이 있다" 고 말했다. 칠레는 작물이 자라는 기간이 미국 등 북반구와 정반대라는 것이 장점이고, 소비 시장에서 요구하는 기준을 만족하며 칠레 작물은 고객에 의해 규정된 모든 안전과 품질 기준을 충족한다. Stewart는 "JCP FOODS는 최근 소매점 사업에 투자해온 이래 공장에 최신 기술을 도입해 위생과 포장기기, 제품선별 등 현대적인 설비를 갖추고 있다" 며 "우리는 한국 시장의 요구에 부합한 제품을 공급하기 위해 도전하고 있다" 고 강조했다.

JCP FOODS는 이력추적시스템을 문서화하고 농장부터 식탁까지 제품의 모든 필수 요구사항에 부합하는 증명서와 소비자가 원하는 아웃라인을 마련했다. JCP FOODS는 모든 블루베리의 크기를 측정해 수출되도록 하고 있다. 한국으로 수출하는 베리류는 최소 12㎜ 크기이며, 이 기준을 엄격히 관리하고 있다. 미국이 한국에 수출하는 베리류 크기 기준은 9㎜ 이상이다. 이들은 자체적으로 과일의 크기와 숙성시기를 조절하는 세심함과 정교함으로 한국 시장, 세계 시장에서 경쟁력을 계속 갖춰 나갈 것이다. 시장은 언제나 새롭게 발전하기 때문이다. 한국의 소매시장에서 제품은 품질과 선별의 신뢰성을 통과해야 한다. JCP FOODS의 15개 컨테이너 중 5개는 칠레에서 포장돼 올해 한국의 여러 슈퍼마켓 유통체인에 직접 운송됐다. 나머지 10개 선적은 한국에서 포장된다. 칠레 현지에서 제품을 포장해 수출하는 것이 제품 손실도 적고 운송비용 면에서 훨씬 저렴하지만 소비자를 위해 한국에서 조사관이 제품을 선별하고 양을 승인한 뒤 제품을 포장하기도 한다.

JCP FOODS는 최근 냉동식품시장에서 입지를 굳히기 위해 새로운 땅을 찾아 더 많은 과일을 위해 씨를 뿌리고 건조 과일 라인을 추가했다. 이 밖에도 호두 등 제품품목 추가를 고려하는 등 다양한 노력을 하고 있다.

Invertec Foods

이력추적시스템으로 한국 소비자 만족시키는 칠레 식품

Invertec Foods는 주스와 퓌레, 건조 농산물, 냉동식품 등 3가지의 사업을 통해 연간 5500만 달러의 매출을 올리고 있다.
Invertec Foods는 건강에 좋은 간식과 냉동 블루베리뿐만 아니라 포도·사과 주스를 생산하며 한국 시장에서 지속적으로 성장하기 위해 힘쓰고 있다.

Invertec Foods 본사는 산티아고에 있다. Gustavo Zúñiga Business Unit Manager는 소비시장 진출과 현재 회사 상황에 대해 "가장 기술적인 방법으로 생산한 건조 사과칩과 같은 인기제품을 선보이고 있다"고 말했다. 건조 사과칩은 생김새와 바삭한 식감이 감자칩과 비슷한데 현재 건조 과일 분야에서 가장 성공적인 혁신 중 하나로 소매점에서 소포장 제품으로 판매되고 있으며, 포장 크기도 다양하다. 건조 사과칩을 먹는 것은 신선한 사과를 먹는 것과 같을 수 있다. Zúñiga Business Unit Manager는 "한국 소비자는 자연적인 식품과 건강한 식품에 관심이 높기 때문에 칠레산 식품이 성장 잠재력이 크다고 본다"며 "Invertec Foods는 지난 10년간 한국 소비 트렌드에 맞춘 소매점에서 선호하는 크기의 제품을 생산하고 있다."고 말했다.

Invertec Foods는 한국 시장에 대해 '혁신'을 기본 사업전략으로 두고 있다. 한국이 양적인 면에서 중요한 시장일 뿐만 아니라 트렌드도 건강과 고부가가치에 초점을 두고 있기 때문이다. Invertec Foods는 건강에 좋은 건조 사과칩을 시작으로 시장트렌드에 부합하는 매력적인 제품 생산라인을 개발하고 있다. 건조 사과칩은 과일의 영양성분은 그대로 담고 첨가당을 넣지 않았다. Zúñiga Business Unit Manager는 "새로운 제품 카테고리는 지속적인 혁신을 바탕으로 발전한 것"이라며 "Invertec Foods는 시장의 특징에 맞춰 구조적, 기능적으로 가치를 더해 매력적인 제품을 만들고 있다."고 말했다. 건조 사과칩은 칠레 현지 시장이 발달하면서 소매점과 편의점 등으로 유통되고 있다. 사과 재배에 참여하며 발생한 시너지는 새로운 제품 카테고리를 발전시키는 데 기여했다. Zúñiga Business Unit Manager는 "Invertec Foods는 250㏊의 사과 과수원을 운영하고 있으며, 이곳에서 회사 전체 수요의 40%를 생산하는데, 좋은 품질의 원재료를 더욱 안정적으로 생산하고 있다."고 말했다. 건조 사과칩은 지난 3년 간 칠레 소비자를 사로잡으며 빠르게 성장하고 판매됐다. Invertec Foods는 건조 사과칩을 생산해 칠레 현지 시장과 멕시코·페루·콜롬비아·우루과이 등에서 많은 양을 판매했고, 아시아와 미국 시장으로 기회가 확대되며 발전을 거듭했다. Zúñiga Business Unit Manager는 "한국에는 2014년 초반부터 건조 사과칩을 선보였고, 반응이 매우 좋았다."며 "지금은 첫 판매 경험에 따라 제품을 적합하게 조정하고, 품질과 소비자 만족도를 높이기 위해 집중하고 있다."고 말했다. Zúñiga Business Unit Manager는 한국 소비자는 자연에서 나온 건강한 콘셉트의 식품을 원하는데, 칠레는 한국 소비자가 만족할 우수한 품질의 식품을 생산할 수 있는 능력이 있고, 세계적으로 크게 발달하고 있는 사과 제품 시장에 수출할 수 있는 기반을 갖고 있다."고 말했다. 그는 또 "수출 기반의 농업 분야에서 칠레는 좋은 품질의 원재료를 쉽게 접할 수 있으며, 1년 내내 이력추적과 생산을 하고 있다."며 "Invertec Foods는 한국 시장 소비트렌드에 대응해 건조 사과칩을 비롯한 건강한 제품라인을 제공함으로써 프리미엄 자연 식재에 초점을 맞추고 있으며, 그동안의 노력으로 내년부터 한국에 수출량을 늘릴 수 있을 것으로 기대한다."고 말했다.

블루베리 전문 기업

한국에서는 베리류가 많이 소비되며, 특히 블루베리가 건강에 이롭다고 알려져 있다. 시장의 니즈와 생산량은 연간 1000톤에 달한다. Invertec Foods는 다음 시즌에 한국 시장으로의 수출량을 2배로 늘릴 계획이다. Invertec Foods는 한국 시장의 니즈를 만족시키고 엄격한 품질 기준을 준수하는 데 주력하고 있다. Zúñiga Business Unit Manager는 "한국 시장은 커다란 성장 가능성이 있으며, 여기에는 품질 기준을 통일하고 제품 생산량을 확보해야 한다는 과제도 있다."고 말했다. Invertec Foods는 성장 전략의 일환으로 여러 판매 채널을 갖고 있다. 몇 시즌 전부터는 유통점과 식품서비스 시장에 유기농 식품을 포함한 제품 범위를 확대하는 데 주력하고 있다. 한국 시장에선 블루베리 수요가 가장 많지만, 제품 다각화를 고려하는 것도 추진하고 있다. Zúñiga Business Unit Manager는 "베리류를 시작으로 다른 냉동 과일류와 채소류를 소비자 니즈에 맞춰 생산하기 위해 노력하고 있다."고 말했다.

이력추적시스템으로 한국 소비자에 어필

Invertec Foods의 농축 포도와 사과 주스의 경우, 원재료가 주는 진한 색감과 최신 가공시설을 비롯한 이력추적시스템으로 한국 시장에서 두각을 나타내고 있다. Zúñiga Business Unit Manager는 "이러한 보증 시스템은 아시아 소비자에게 필수적"이라며 "우리는 농장에서부터 소비자까지 양방향으로 전체 제품의 이력추적을 할 수 있고, 공급업체와의 밀접한 관계는 궁극적으로 우수한 품질과 더 나은 대응 능력으로 이어진다."고 강조했다. Invertec의 주스 공장은 1997년부터 첨단 기술과 유연성에 중점을 두고 운영됐다. 이것은 과일 퓨레와 야채를 비롯한 다양한 제품을 제조하는 능력과 까다로운 소비자의 니즈를 만족하고 적응하는 능력을 의미한다.

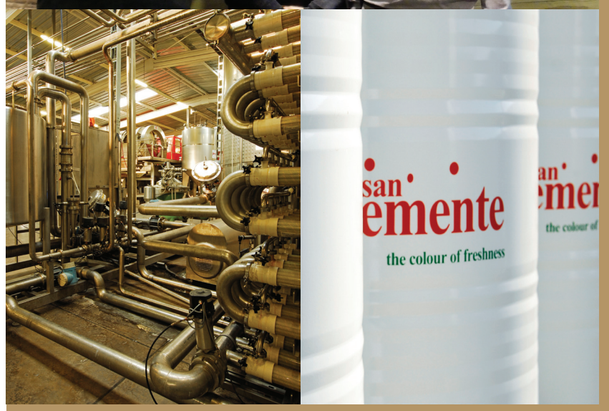
San Clemente Foods

품질 좋은 주스농축액·과일 퓌레 공급 업체

San Clemente Foods는 품질 좋은 주스농축액 · 과일 퓌레 공급업체이다. 이 회사의 목표는 한국 시장에서 향후 2년 동안 매출을 3배로 키우는 것인데, 한국 소비자의 다양한 요구에 맞춰 생산한 주스농축액과 과일 퓌레로 성장을 가속화할 사업 파트너를 찾고 있다.

Photo: Davide Ghiotti, Foodnews

José Ignacio Ezquerra (Export Manager), Pablo Fehlandt (Managing Director), Rolando Bustamante (Sales Director)



1984년 설립된 San Clemente 그룹은 과일을 재배하기 좋은 Maule지역에 100㏊의 사과나무 농장으로 사업을 시작했다. 32년이 흐른 지금은 2000㏊의 농지에서 포장설비 5개와 신선 과일 수출업체를 비롯한 사과, 키위, 감귤, 석류, 포도, 체리 등 농업 비즈니스 인프라를 갖추고 있다. San Clemente 그룹은 새로운 사업에 대한 탐구 끝에 1997년 자회사 San Clemente Foods를 설립했다. San Clemente Foods는 농축주스와 과일 퓌레를 생산해 주로 유럽과 미국으로 수출하고 있는데, 그 양은 전체 매출의 80%를 차지한다. 최근에는 잠재적인 성장 가능성이 큰 아시아 시장, 특히 한국 시장에 집중하고 있다.

농축주스와 과일퓌레 생산, 수출 80%

2012년에 설립한 새 가공공장은 산티아고의 주요 공급업체들과 멀지 않은 곳에 있고 항구와도 가깝다. 막 투과 시스템과 무균 포장설비, 유압프레스 등 새로운 과일주스 생산기술 설비로 연간 1억4000톤에 달하는 주스를 생산하고 있으며, 올해는 single strength 퓌레 생산라인에 투자했다. Pablo Fehlandt general manager는 "우리는 새로운 설비를 바탕으로 다양한 산업분야에 퓌레를 제공할 수 있도록 생산하고 있다" 며, "글로벌 소비 트렌드에 따라 과일 스무디와 파우치 생산에 투자하고 있다" 고 말했다.

San Clemente Foods는 사과 · 프룬 · 키위 · 라즈베리와 블루베리 · 딸기 등 다양한 제품을 생산하고 있는데, 베리류 생산 비중이 가장 높으며, 한국 시장에 베리류로 공략하고 있다.

San Clemente Foods는 BRC과 HACCP, KOSHER 인증을 획득했으며, 칠레와 유럽, 미국에서 유기농식품으로 인증을 받았다. 설탕이나 다른 첨가제를 넣지 않은 100% 과일만 사용한다. 이 회사의 가장 큰 경쟁력은 자사 농장인데, 매년 작물의 변화에 관한 지식을 제공하고, 지속적인 과일 공급이 보장되기 때문이다. Fehlandt general manager는 "우리는 과일의 전체적인 생산 체인에 대해 이력추적시스템과 식물 위생 프로그램의 전반적인 지식을 갖고 있다" 고 말했다.

소비자 맞춤형 제품 공급하는 부티크 회사

San Clemente Foods의 특징 중 하나는 고객 및 공급업체와 가깝게 공유하며 제품의 범위가 다양하고 유연성이 있다는 것이다. 어떤 이는 이곳을 부티크(boutique) 회사라고도 부르는데, 소비자 각각에게 맞는 제품을 서비스하기 때문이다. 예를 들어 주스혼합물과 특정 과일을 소비자에 따라 혼합과일용기나 작은 포장용기에 제공한다.

Fehlandt general manager는 "원료를 대량으로 생산하는 다른 회사들과 달리 우리는 소비자가 원하는 시기에 맞춰 유연하게 생산 · 납품하고 있다" 고 말했다.

San Clemente Foods는 한국 산업에 기회를 제시한다. 칠레는 한국을 비롯해 세계 GDP의 80%를 차지하는 국가들과 FTA를 맺고 있어 국제적으로 경쟁력 있는 가격으로 상품을 제공할 수 있다. 칠레는 남반구에 있는 신선과일 주요 수출국으로 미국과 유럽, 아시아 등 주요 시장과 계절이 반대이고, 세계 인구의 대부분이 살고 있는 북반구의 식품 소비를 보완한다. 또한, 지중해성 기후로 인해 식물 성장 계절이 길어 품질이 우수한 과일 생산에 이상적이고 농업 비즈니스에 필요한 원재료의 안정성에도 기여한다.

한국 시장에 주스와 과일퓌레 공급 기대

San Clemente Foods는 2016년 한국 시장을 적극 공략하겠다는 계획을 밝혔다. 한국의 소비자들은 주스와 과일퓌레와 같은 자연식품에 관심이 많아 시장 잠재력이 크다고 생각하기 때문이다. Fehlandt general manager는 "한국은 우리 사업에서 매우 중요하다. 우리는 2년 전 한국 시장에 진출해 지속적으로 매출이 증가하고 있으며, 향후 2년 내 매출을 3배 더 늘리겠다는 목표를 갖고 있다" 고 말했다. San Clemente Foods는 11월 말에 방한했다. 이번 방한은 San Clemente Foods가 사업 계획을 옮기는 큰 발걸음이 될 것이다. Fehlandt general manager는 "우리는 기존 사업 파트너들과의 관계가 더욱 돈독히 발전하길 바란다. 우리가 목표한 속도로 넓은 한국 시장에 자리잡을 새로운 관계를 구축할 것이라고 확신한다" 고 말했다.

AgroCepia

냉동과일 시장 선도하는 칠레 식품업체

AgroCepia는 신선한 사과와 체리, 라즈베리 등 과일을 연간 25만톤을 처리하고 부가가치가 높은 냉동 · 건조제품을 생산해 해외시장에 수출하고 있다. AgroCepia는 전체 매출의 5%를 한국시장에 수출하고 있는데, 앞으로 냉동 라즈베리 수출을 늘리기 위해 노력하고 있다.

AgroCepia는 품질 좋은 과일이 잘 자라는 지역인 Talca시에서 과일 건조제품과 과일 냉동제품을 생산하는 회사로 28년 이상의 역사를 가지고 있다. Agrocepia는 성수기에는 매일 트럭으로 사과 6대, 체리 2대, 라즈베리 4대의 양의 과일을 도입하고 있다. 과일은 Talca시에서 과수원이 가장 많이 밀집된 Angol과 Rancagua 지역에 있는 과수원에서 들여온다. 직접 생산자와 큰 포장 시설들은 이 회사에 원료를 공급한다.

AgroCepia는 과일이 공장으로 들어오면 원재료의 상태를 평가하기 위해 회사가 개발한 소프트웨어로 시료를 채취하고 검사한다. 시료의 정보를 분석해 품질기준을 만족시키지 못한 과일은 불합격 처리돼 다음 공정으로 보내지 않고 되돌려 보낸다. 작년에 이어 올해까지 기준에 못 미쳐 불합격한 과일은 없었다. 이 과일은 공장을 거쳐 AgroCepia 브랜드를 붙인 후 여러 회사로 운송되며, 제품의 원재료로 쓰이거나 슈퍼마켓에서 판매된다. Felipe Rius General Manager는 "우리는 품질을 가장 중요하게 여기는데, 사과는 껍질을 벗겨 과일 크기를 최소 67㎜로 만든다" 고 말했다.

사과 · 라즈베리 · 체리 가공에 집중

AgroCepia는 1987년에 설립된 이래 사과, 그린후추, 토마토 등 여러 가지 건조 과일과 건조채소를 생산해 왔는데, 2010년부터 시작된 중국과 치열한 경쟁과 원재료 생산시기가 달라 모든 채소처리라인을 접고 사과와 라즈베리, 체리 라인에 집중하기 시작했다.

AgroCepia는 생산능력을 높이고 제품을 다각화하는 것에 전념하며 시장을 공략할 새로운 제품라인을 신설했다. 2년 전 150만 달러를 투자해 가공라인과 저장실을 설치하고 전문기계를 도입했다.

라즈베리와 체리, 사과 등 과일 시장에 진입한 이래 냉동과일 제품 매출은 현재 회사 전체 매출의 8%를 차지하고 있다. 2020년에는 건조식품과 마찬가지로 냉동과일 매출규모를 전체의 50%까지 늘릴 계획이다.

AgroCepia가 냉동과일 시장이라는 새로운 영역에 진출한 일은 익숙한 공간에 발을 내딛는 것과 같다. 건조식품과 냉동과일 사업을 모두 겸비할 시너지를 낼 수 있기 때문이다. 물론 어려운 상황이 없었던 것은 아니다. 칠레 현지 시장과 해외시장의 경쟁은 치열하고 미국와 폴란드가 냉동식품 생산국가로 앞서 있기 때문이다.

Rius General Manager는 "계절이 정반대인 환경과 빠른 반응성, 뛰어난 품질은 우리가 시장에서의 입지를 확고히 하도록 했다. 좋은 품질을 위한 훌륭한 인적자원과 기술, 좋은 원재료, 이 세 가지는 반드시 필요하다." 고 강조했다.

AgroCepia는 기본적으로 미국, 이탈리아, 독일에서 도입한 최신기술로 제품을 생산하며 기술을 이용하는 방법을 잘 알고 품질관리를 제대로 하는 전문 인력을 중요하게 생각한다. Rius General Manager는 "사업에서 흥미로운 것은 신제품과 기술 개발에 독보적인 개발국가와 지속적으로 정보를 공유한다는 것이다. 일하는 것을 사랑하고 즐기는 인재가 사업비결이다." 라고 말했다.

다양한 유형의 가공품 생산

회사 설립 초기에 가장 두드러진 특색은 건조 사과 생산이었다. 사과의 장점은 3월 수확이 끝날 때까지 생산계절이 10달간 이어진다는 것이다. 회사는 과일 창고에 연간 생산한 사과를 저장한다. "우리는 소비자가 고르지 않는 빨간 사과를 제외한 고객이 선호하는 거의 모든 종류의 과일로 작업한다."

AgroCepia의 건조 제품 중 베리류 같은 여러 과일을 슬라이스한 제품 Apple Dreams 브랜드도 뛰어나다. 이 제품은 머핀과 도넛, 빵, 시리얼 바에 쓰인다. AgroCepia는 정육면체, 웨지, 다른 수분 조건의 여러 형태의 사과도 판매하고 있다.

한국수출은 전체 수출량의 5%

Agrocepia는 세계 시장을 공략하고 있다. 전체 제품의 30%를 미국으로 수출하고 이어 독일, 영국으로 각각 15%를 수출한다.

한국에는 2010년부터 건조 사과제품을 수출하기 시작했다. 이어서 2012년에 냉동 라즈베리 수출도 시작했다. 오늘날 Agrocepia의 한국에 대한 수출량은 전체의 5%를 차지하는데, 앞으로 수출량을 점차 늘릴 계획이다.

Rius General Manager는 "우리는 한국 시장에 관심이 많다." 며 "수출통계에 따르면 한국의 냉동 라즈베리 시장 규모가 커지고 있어 앞으로 수요가 더욱 늘어날 것이라고 생각한다. 한국은 칠레산 냉동 라즈베리를 미국에 이어 두 번째로 많이 수입하는 국가다." 라고 말했다.

Rius General Manager는 "Agrocepia의 설비는 HACCP, BRC, KOSHER 인증을 모두 받았다" 며 "우리는 냉동식품 사업을 시작하기 전에 이미 건조식품 사업부터 긍정적인 인지도를 쌓아왔기 때문에 시장에서 신뢰받고 있다." 라고 말했다.

Agrocepia는 항산화물질이 풍부한 라즈베리는 건강과 웰빙 트렌드에 부합하기 때문에 소비자들이 선호할 것으로 보고 새로운 냉동과일식품을 개발, 아시아 시장을 공략하고 있다.

Bayas del Sur

칠레 파타고니아서 생산한 슈퍼 푸드로 시장 선도

건강에 도움을 주고 영양적 • 기능적 측면에서도 만족하는 제품을 찾는 것이 오늘날 세계적인 식품소비자 트렌드이다. 칠레 남부지역에 위치한 Bayas del Sur는 이러한 트렌드에 맞춰 한국을 비롯한 세계시장의 니즈를 만족시키기 위해 일반 제품과 유기농 과일제품을 내놓고 있다. Bayas del Sur는 전체 제품 생산량의 20%를 한국에 공급하고 있다.

1989년 설립된 Bayas del Sur는 야생 과일과 라즈베리, 블랙베리, 블루베리, 석류 등 다양한 과일을 가공하는 회사이다. 전체 생산량의 85%는 유기농제품을, 15%는 일반 제품을 생산, 미국· 일본· 한국· 브라질 등 여러 나라 시장에 판매하고 있다. Bayas del Sur는 칠레 남부 파타고니아 지역의 독특한 기후와 토양에서 생산한 모든 제품에 대해 품질을 보장하고 있다.

전체 생산량의 85%가 유기농제품

Bayas del Sur는 과일 주스농축액과 분말형 과일 주스, 스무디용 과일 퓌레를 생산하는 능력과 설비를 갖추고 있다. Bayas del Sur는 현재 총 매출의 5~8%를 차지하는 칠레 현지 시장에서 작업하는 사업 단위가 있다. 특히 Region X 와 Region IX는 독특한 기후와 토양 덕택에 고품질의 제품이 생산된다.

Bayas del Sur는 칠레의 여름인 12월부터 3월까지 야생베리를 칠레 남부지역의 산에서 수확한다. Bayas del Sur는 야생베리류가 자라는 지역 인근에 창고를 갖고 있다. 수확한 베리류는 Region X의 Purranque 지역에 위치한 8ha규모의 회사 공장에서 가공한다. Miguel Angel Montes General Manager는 "약 60~120명의 재배자가 단체로 기차를 타고 산으로 올라가 야생베리를 수확한다. 수확한 베리는 냉동하여 공장으로 운반하는데, 지난 10년동안 지속적으로 이같은 방식으로 생산해오고 있다." 고 말했다.

칠레의 파타고니아는 칠레의 다른 농산물 생산지에서 찾을 수 없는 특색이 있다. Miguel Angel Montes General Manager는 "지난 20년동안 칠레 북부지역에서 발생한 기후변화와 가뭄으로 과일 주재배지역이 도시에서 남쪽으로 400km 이동되었다." 고 말했다.

Bayas del Sur는 Region V에 위치한 150명의 농부와 협업하고, 다른 냉동식품공장에서도 원료를 도입한다.

Miguel Angel Montes General Manager는 "25%는 농가에서, 60%는 냉동식품으로, 나머지는 야생 열매를 수확해 조달한다." 고 말했다.

Miguel Angel Montes General Manager는 "최근 소비자들은 세포 노화를 늦추고 순환기와 면역건강에 좋은 영향을 주는 항산화 성분 등에 대한 관심이 많다." 며 "베리류에는 이러한 트렌드에 맞는 폴리페놀, 안토시아닌, 비타민 등을 풍부하게 함유하고 있다." 고 말했다.

Bayas del Sur는 글로벌 베리류 공급업체로서 HACCP, HALAL, KOSHER, BCS ORGANIC, BRC-GFSI 등을 인증 받아 모든 제품에 엄격한 품질 기준을 충족하고 있다. 칠레에서 100% 이력추적이 가능하고, 유기농과일에 차별화된 농축기와 냉동건조설비 등 최신 가공기술을 스위스, 이탈리아, 독일, 뉴질랜드, 중국에서 도입해 다양한 생산과정에 이용하고 있다.

전체 생산량의 95% 수출, 한국은 수출량의 25% 차지

Bayas del Sur는 생산 초기단계부터 농민과 협력하여 함께 일하기 때문에 원재료 이력추적을 보장한다. 농장을 방문해 농민들을 지도하고 훈련하며 세미나도 열고 우수농산물제도를 알리고 있다. 지역 농민단체와도 소통하면서 칠레 현지와 국제적으로 요구하는 품질보증과 농약사용 기준을 준수하는 제품을 생산한다.

Bayas del Sur는 전체 생산량의 95%를 수출하고, 전체 수출량의 25%를 한국으로 수출하는데, 한-칠레 FTA 발효로 관세 없이 라즈베리, 크랜베리, 블랙베리, 딸기 등을 수출하고 있다.

Bayas del Sur의 모든 유기농제품은 주로 미국과 일본, 한국 등 선진국에 수출하고 있는데, 현재 유기농 생산량의 10~15% 정도를 한국시장에 공급하고 있다.

Bayas del Sur는 한국의 인구가 5000만명이고, 국토는 칠레의 1/4정도인데, 농작물이 자라지 않는 면적이 넓기 때문에 한국시장이 크다고 생각하고 있다.

Miguel Angel Montes General Manager는 "우리는 칠레 유기농식품의 선두 기업이라고 자부하고 있다" 며 "회사 내에 첨단기술을 갖추고 경험이 풍부한 전문팀이 있고, 여름에 야생베리를 수확할 수 있는 지역에 위치해있어 더욱 좋은 제품을 공급할 수 있다." 고 말했다.

일반적으로 Bayas del Sur의 중장기적 목표는 더 많은 다른 국가와 소비자들에게 알려 연 매출을 15% 높이는 것이다. Miguel Angel Montes General Manager는 "제품 품질을 유지· 혁신시키고, 수익의 30%를 차지하는 유기농식품 사업을 성장시킬 계획" 이라며 "유기농식품은 세계적으로도 수요가 늘고 있다." 고 말했다.

Prunesco

독보적인 품질과 안전성 · 기술 갖춘 건자두 가공업체

Prunesco는 세계 3대 건자두 가공업체 중 하나로 모든 시장에서 미국업체들과 경쟁하고 있는 칠레기업이다.
현재 전체 생산량의 2% 정도를 한국에 수출하고 있지만 식품첨가물을 넣지 않은 새로운 제품으로 시장점유율을 더욱 늘려나갈 계획이다.

Prunesco는 전세계 소매 시장에 20년 이상 건자두와 다양한 건과일을 수출하고 있다. 현재 프룬 시장은 캘리포니아산이 선도하고 있으나 이 회사는 틈새시장을 개척해 왔으며, 칠레가 세계 건자두 수출 선도국으로 자리매김하고 있다고 자신하고 있다. Prunesco의 Pedro Monti Commercial Manager는 "미국은 좋은 자두 공급 업체로서 입지를 위해 지난 20년 동안 마케팅을 해왔으나 칠레가 품질· 안전· 최첨단 기술 측면에서 좋은 실적을 보이며 견고한 입지를 굳히고 있다." 고 말했다.

칠레 수출 건자두의 20%를 Prunesco가 생산

CEO에 따르면 칠레는 변함없는 주요 수출국으로서 정상을 향해 달리고 있다. Monti Commercial Manager는 "미국과 프랑스는 매년 20만톤 이상의 과일을 수확하면서 프룬 시장을 지배해왔는데, 칠레가 시장에 진입한 후 미국과 프랑스의 프룬 생산량은 감소하기 시작했다." 며 "칠레의 잠재 생산량은 9만톤에 달하며 점점 증가해 미국과 프랑스의 프룬 생산량이 칠레와 비슷해지고 있다." 고 말했다.
칠레의 프룬 생산량은 세계에서 가장 안정적이다. 안정적인 기후로 생산량이 계속 늘어나고 있으며, 생산량이 감소할 때에도 감소폭이 매우 적다. 반면, 아르헨티나의 생산량은 3만5000톤에서 1만톤으로 2/3 이상 감소했고, 같은 기간 미국의 생산량은 40% 감소했다.
칠레는 현지에서 생산하는 모든 것을 수출하고 있으며, 칠레가 수출하는 건자두의 20%를 Prunesco가 생산하고 있다. 2014년 칠레가 총 8만톤을 생산한 것에 대해 미국 내 소비량은 7만톤을 차지하고 있다.
Prunesco는 1941년 건자두재배자협회(Asprocica)로서 설립됐다. 6명의 회원으로 구성됐던 협회 본래 목적은 소수의 몇몇 시장에만 과일을 수출하는 것이었다. 그러나 점차 성장해 현재는 110명의 재배자로 구성된 강력한 단체로 발전했다. 우수한 농업지역으로 알려진 Region V, VI에 있는 산티아고 메트로폴리탄에서 농지를 운영하고 있다.
Monti Commercial Manager는 "1994년 회사의 구조가 법적으로 변화함에 따라 하나의 독립적인 기업법인의 형태로 변모했다. 주주의 대부분은 자두 생산자였다. 우리가 농지를 소유하는지 질문을 받을 때 나는 언제나 그것은 거꾸로 됐다고 말한다. 농지는 Prunesco가 소유하며 우리는 가공, 수출, 판매를 맡고 있다." 고 말했다.

국제건조과일협회의 기준 철저히 준수

Prunesco는 품질과 안전을 최우선시하며, 국제건조과일협회가 규정하는 엄격한 기준을 준수하고 있다. 이것은 Metropolitan Region의 Pirque지역에 위치한 가공처리센터에 과일이 운반될 때 농지와 공장 수준에 적용할 수 있다. Monti Commercial Manager는 "20명 이상의 직원이 여러 생산가공단계에서 품질관리를 한다. 온라인 매개변수를 이용해 품질을 5분마다 확인한다" 고 말했다. 재배자로부터 받은 과일을 모두 확인하고, Prunesco의 농업 경제학자들은 화학물질과 농약의 사용· 관리에 대해 재배농가에 지속적인 지원을 하고 있다.
모든 제품은 수출에 초점을 두기 때문에 전 세계 50여개 시장의 요구사항과 민감한 시장 이슈들에 철저히 대응하고 있다.
Monti Commercial Manager는 "과일 재배자의 생산능력을 더욱 끌어올리기 위해 생산 계획을 통해 모든 생산 채널을 지원하고 있다. 2월과 3월, 심지어 4월에도 2만톤 이상의 과일을 공장으로 운반했다. 회사의 품질관리 방법의 하나로 일단 공장으로 들어온 자두 한 묶음은 잔류 물질과 중금속 테스트를 위해 실험실로 이동된다." 고 말했다. 가공 공장에서는 고품질의 자두 2만톤 이상을 저장· 처리할 수 있다. Commercial Manager는 "우리의 수출이 정점에 이르렀을 때, 세계 건자두업계에서 두 번째로 큰 회사가 되었다." 고 말했다. Monti General Commercial Manager는 "우리 회사는 국제 식품 생산 기준을 충족하기 위해 약 300만 달러를 투자해 미국, 이탈리아, 독일산 최첨단 기계를 도입해 3년 동안 공장을 재건했다"며 "실수 예방을 위해 제품 포장은 지능형 시스템으로 하고 저울, 금속 탐지기, 광학 분석기 등 여러 첨단 장비를 사용한다." 고 강조했다.

무첨가제품으로 한국 건과일 시장 진출

Prunesco는 씨를 제거하거나 제거하지 않은 프룬을 부드럽게 만든 자두 제품과 천연 건 프룬, 프룬 주스를 판매한다. 씨를 제거한 60/70, 50/60 크기의 프룬이 한국에서 가장 반응이 좋은데, 이 제품은 폴리페이퍼 용기 또는 밀봉 파우치에 포장한다.
Prunesco의 모든 프룬은 Pirque 공장에서 처리된다. 이 공장은 제품을 물리적으로 분리, 보관하고 HACCP, IFC, BCS 등을 비롯한 엄격한 품질 및 안전 기준을 지키고 있다. 공정은 연육과정, 씨앗제거, 소르빈산 응용 프로그램, 포장 및 유통 과정 등으로 나뉘어져 있다.
Monti Commercial Manager는 "우리는 칠레에서 IFS 인증을 획득한 최초의 기업으로서 인증 자격을 유지하기 위해 1년에 두 번 유럽의 회계감사에 가져간다." 고 말했다.
Prunesco 사업의 20~25%를 소매 부문이 차지한다. Prunesco는 비록 성장이 느린 제품이라도 중단기적으로는 40% 증가할 것으로 예상하며, 10년 전 유럽 슈퍼마켓 체인에 건자두를 판매하기 시작할 때와 같다고 말한다. "현재 유럽을 넘어 아시아와 미국 전역에 15개 이상 소매점 체인에 건자두를 선보이며 입지를 확고히 하고 있다." 고 말했다.
Prunesco는 식품첨가물을 넣지 않은 건자두 제품 등으로 신뢰를 높여 한국 시장의 문을 열어 나갈 계획이다.
미국에서 직접 수입한 최신 살균기술에 200만 달러를 투자한 후 회사는 건자두를 소르브산칼륨 없이 생산할 수 있게 됐다. 무첨가 제품은 Prunesco의 씨를 제거한 유기농 건자두제품 대열에 들어있으며, 전체 매출의 3%를 차지한다.
새롭고 다양한 제품을 선보이는 것은 건강한 생각을 가진 한국 소비자에게 그들이 원하는 것을 제공하기 위해서이다. Monti Commercial Manager는 "트렌드가 있는 곳에 시장 잠재력이 가장 크다. 사람들은 제품 라벨을 읽고 제품에 여러 보존제가 들어 있다는 것을 안다. 비록 식품첨가물이 없는 제품이 차별화된 가격으로 나온다면 소비자들은 더 많이 가치를 둘 것" 이라고 말했다.

PRUNESCO

A Growers' Company

Founded in 1941 by a group of producers seeking better conditions to export their products, the company has grown and become the biggest exporter of top quality prunes in the Southern Hemisphere.

www.prunesco.com

Agrozzi

풀 서비스로 시장 개척

Agrozzi는 세계 최대 지중해 과일로 만든 주스농축액, 퓌레 생산업체로 237만 달러 이상의 매출을 올리고 있다. 한국을 비롯한 다른 시장에서 한층 더 성장하겠다는 목표를 갖고 있는데, 특히 한국으로 토마토 페이스트와 으깬 과일 수출이 기하급수적으로 늘고 있다.

칠레는 한국 수출에 많은 장점을 가지고 있다. 한-칠레 FTA로 관세 없이 수출할 수 있으며, 대규모 업체들에게는 보다 많은 인센티브를 창출할 수 있다.

Agrozzi는 Carozzi 주식회사의 농공부문 회사로 과일, 채소 펄프와 토마토 페이스트, 농축주스를 해외 수출하고 있다. 부대서비스가 완비된 생산라인을 갖추고 있으며 Carozzi를 비롯한 식품산업의 주요 기업에 제품을 공급하고 있다. 2014년엔 한국 시장으로 기회가 확대돼 토마토 페이스트와 과일 펄프 매출이 늘었다.

Agrozzi는 2014년 총 10만 톤의 과일 펄프를 생산해 500톤을 수출했는데, 이는 2013년보다 30% 증가한 양이다. 토마토 페이스트 수출도 2014년 50% 증가했다. Agrozzi는 한국에서 시장 점유율을 늘리기 위해 노력하고 있다. 지난 해 100% 자연 사과농축주스 판매를 시작으로 2016년까지 한국 수출량을 50% 늘리겠다는 계획이다.

이를 위해 Agrozzi는 바이어와 만나기 위해 한국에서 열리는 무역박람회에도 참가할 예정이다. Cristian Alemparte Commercial Manager는 "전통적으로 우리 시장은 라틴 아메리카와 일본에 있지만 유동성이 부족하고 수입에 장벽이 있는 복잡한 정치 상황에 놓여있는 베네수엘라, 아르헨티나, 에콰도르 같은 지역 전체에도 있다. 다른 지역에서도 새로운 기회를 잡고 우리를 알리기 위해 노력하고 있다" 고 말했다.

1일 7000톤 검증된 품질의 제품 생산

Agrozzi는 1990년부터 토마토를 기반으로 한 식품과 과일·채소 펄프를 남반구에서 가장 큰 가공 공장에서 생산하고 있다.

칠레의 장점은 환율이 낮고, 토마토 페이스트 생산비용이 적으며, 진보된 관개시설과 작물 관리기술로 높은 수율의 새로운 품종 도입이 성공적이라는 것이다. 칠레는 토마토 생산에 있어 세계에서 가장 경쟁력 있는 국가 중 하나로 자리매김하고 있으며, 특히 Agrozzi는 높은 경쟁력을 가진 업체로 손꼽힌다.

Agrozzi는 자체적인 개발에 집중하고 있으며, 매년 1972명이 넘는 토마토·과일·농작물 생산자와 계약을 체결했다. 이를 통해 Agrozzi

는 원재료를 충분히 확보해 우수한 제품을 생산하고 있다. "우리는 모든 생산자에게 공장, 씨앗, 농약, 기술지원 등을 제공함으로써 품질과 생산시기, 제품 종류를 조절할 수 있다." 고 Alemparte는 말했다.

Agrozzi 공장은 과일과 채소 재배로 잘 알려진 Teno지역의 중심부에 있는데, 일단 시즌이 중단되면 모든 원재료는 공장으로 운송된다. 이 공장은 현대적인 설비로 유명한데, 최첨단 기술과 프리미엄 과일과 채소 펄프를 만들기 위한 저온 공정 기술, 최신 생산 공정을 갖추고 있으며, 1일 7000톤의 제품을 생산한다. Agrozzi의 다음 계획은 가공능력을 더욱 키우는 데 투자해서 2016년까지 토마토 페이스트 생산량을 20% 늘리는 것이다.

Agrozzi는 올해 8000㏊의 농장을 늘려 경영하고 있으며, 10년 내에 농장규모를 더욱 확대할 계획이다.

Alemparte Commercial Manager는 "한국 소비자는 토마토주스를 많이 구매하는데, 결과적으로 여러 제품은 경쟁력 있는 가격과 품질에 달려있다." 고 말했다. Agrozzi 제품들은 HACCP, BRC,

NFPA, HALAL, KOSHER 등의 인증을 받았으며, 회사가 갖춘 이력추적시스템과 최첨단 기술로 경쟁력을 갖추고 있다. Alemparte Commercial Manager는 "우리는 구입한 과일이 어디서 왔는지, 어떻게 신선 과일과 가공 과일을 조절하고 적용할지 알고 있다. 기본적으로 우리는 전체 생산체인을 조절해야 하며, 장기적인 관계를 유지하는 과일 생산자와 함께 일해야 한다." 고 말했다.

풀 서비스 제품으로 시장 공략

Agrozzi는 북미, 남미, 유럽, 오세아니아, 아프리카, 아시아 지역을 포함한 50여 국가에 제품을 수출하고 있다. 소비재의 생산업체와 수출업체로서 역할에 집중하고 있지만, 부가가치가 높은 제품을 판매하고 통합적인 접근으로 사업을 펼쳐왔다.

Alemparte Commercial Manager는 "우리 회사의 사업은 공산품에 기반을 두고 있지만 레스토랑에는 풀 서비스 제품을 공급함으로써 사업영역을 넓히고 있다." 고 말했다.

2004년 Agrozzi가 풀서비스 라인을 추가한 이래로 케첩, 피자소스, 토마토소스 등 토마토를 이용한 제품 생산량을 늘려 자사의 브랜드 Carozzi, Costa, Vivo 등으로도 판매하고 있다. 이들 제품은 칠레와 페루에서 만드는데, 현지 시장과 라틴 아메리카 시장, 미국 시장에 들어갈 제품을 생산하는 차별화된 공장을 운영한다.

Agrozzi가 3년간 개발한 새 제품으로 회사는 비약적인 발전을 이뤘다. 과일 펄프와 농축주스가 가득 담긴 파우치 형태의 제품은 처음부터 끝까지 생산 체인에서 완성된다.

90g 용량의 파우치마다 건강하고 영양을 생각한 100% 과일 디저트가 들어있는데, 여기에는 설탕, 첨가제, 인공향료, 인공색소를 첨가하지 않았다. 이 파우치는 Agrozzi가 자사의 스타일로 만들어낸 브랜드 'Vivo' 제품으로, 현재 칠레 현지 전역 슈퍼마켓에서 사과, 배, 복숭아 제품을 판매하고 있다. 올해 Agrozzi는 딸기와 바나나, 열대혼합과일을 포함해 맛을 다양화하고 요거트와 시리얼 파우치로 소비자의 선택의 폭을 넓히기 위해 노력하고 있다.

Alemparte Commercial Manager는 "유럽에서 처음 파우치 형태의 제품이 나왔는데, 오늘날 소비자들 사이에 건강한 습관에 대한 트렌드가 떠오르면서 파우치 형태 제품의 시장점유율이 높아지고 있다" 고 말했다. 현재 파우치 제품은 칠레 현지에서만 구할 수 있지만 Agrozzi는 해외업체와 함께 공동 포장하는 방법으로 수출해 매출을 늘릴 계획이다.

시장 개척을 통해 새 고객과 일하고, 신제품과 기술 개발에 투자하는 것은 Agrozzi가 생산량의 수출량을 85%까지 끌어 올린 비결이자 회사 전체의 정책이다. Alemparte Commercial Manager는 "우리는 거대한 잠재력을 갖고 있다. 상대적으로 회사를 알리는 일이 드물었던 남아시아, 인도, 중국, 북아프리카 시장을 확대하는 것에 관심이 있다" 고 말했다.

Sugal Chile

Tomato Paste & Fruit Purées

SUGAL CHILE PART OF SUGAL GROUP

TWO HEMISPHERES, THE SAME FRESHNESS.

5 factories . 3 countries . 2 crops

www.sugal-group.com

Sugal Group

YOUR PARTENER IN BOTH HEMISPHERES

www.sugal-group.com