

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-23
품목 | 석류 콜라겐 젤리(Pomegranate Collagen Jelly)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 프랑스(France)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 프랑스 일반의약품 시장규모	06
2. 프랑스 비타민 및 미네랄 시장규모	07
3. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인기브랜드 1위 : '글로우25'	11
2. 맛 키워드 1위 : '부드러운'	12
3. 성분 키워드 1위 : '비타민'	13

IV. 유통채널

1. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 유통채널 점유율	15
2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널	16



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 통관 및 검역 절차	25
2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 품질 인증	29
3. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 라벨링	36
4. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 성분 및 유해물질	41

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 아티다(Atida)	45
2. 이지파라(Easypara)	47
3. 라상떼(LaSante)	49
※ 참고문헌	51

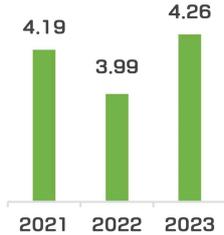


프랑스 석류 콜라겐 젤리 시장

시장 현황

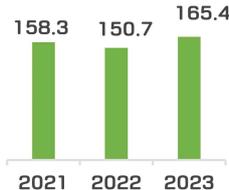
일반의약품 시장규모

단위 : 십억 달러



비타민 및 미네랄 시장규모

단위 : 백만 달러

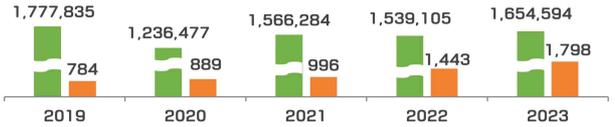


수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

■ 프랑스 對 세계 ■ 프랑스 對 한국

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

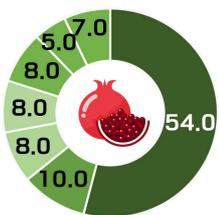
빅데이터 분석



* 프랑스 아마존 콜라겐 젤리 256건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



- 약국
- 직접 판매
- 소매업체
- 유기농 매장
- 온라인
- 건강기능식품 전문점
- 기타

통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한-EU 협정 세율 0%

사전 준비
특혜세율 혜택 수혜 시
원산지증명서 발급 **必**
품목분류 사전심사 신청 가능

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 성분 목록, 첨가물, 순중량, 보관방법, 원산지, 조리방법, 사업자 정보, 영양 정보, 유통기한, 알레르기 유발물질, 제조 번호 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

시장 수요 콜라겐 젤리와 보충제는 프랑스 시장에서 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 소비자들은 바이오사이트, 포르테 파마 등의 브랜드 콜라겐 젤리에 익숙함. 또한, 외모와 건강에 관심이 많은 프랑스 여성 소비자에게 수요가 증가하고 있음

유통채널 콜라겐 제품을 주로 취급하는 약국 유통망을 활용한 진출 전략을 권장하며 건강 및 웰니스 전문 소매업체를 추천함

Point 02.

제품 마케팅 전략 콜라겐 제품의 효과와 성분을 알리기 위해 온라인 광고, 소셜 미디어, 오프라인 샘플링 이벤트를 제안함

제품 성분 조인 프랑스 시장에서 고객사 제품을 판매하기 적합하나, 어류 콜라겐은 비건 소비자들에게 민감할 수 있으므로 성분에 대한 명확한 설명이 필요할 수 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 프랑스 일반의약품 시장규모
2. 프랑스 비타민 및 미네랄 시장규모
3. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 수입규모

1. 프랑스 일반의약품 시장규모

프랑스 국가 일반 정보¹⁾

면적	67만 5,417km ²
인구	6,800만 명
GDP	3조 317억 달러
GDP (1인당)	4만 6,000달러

▶ 프랑스 2023년 일반의약품 시장규모 5.7조 원²⁾³⁾⁴⁾

프랑스의 일반의약품 시장규모는 2023년 기준 5.7조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 2.1%씩 성장한 수치임. 프랑스의 일반의약품 시장은 같은 해 6.1조 원으로 집계된 한국의 일반의약품 시장규모에 약간 미치지 못하고 있는 것으로 확인됨

▶ 프랑스 일반의약품 시장, 향후 성장세 유지 전망

프랑스의 일반의약품 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.8%씩 성장하여 2028년에는 6.6조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 프랑스는 현재 팬데믹 이후 일반의약품의 수요가 급격히 증가하고 있는 데 반해 원가 상승과 공급 불안, 강력한 규제와 제조기업 소수 집중화 등의 요인으로 국내 공급이 늘어나는 수요에 충분히 대응하지 못하는 상황임. 따라서 프랑스 내 일반의약품 시장은 점차 수입 비중의 증가와 함께 성장할 것으로 전망됨⁵⁾

[표 2.1] 프랑스 일반의약품 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스태티스타(Statista), 'OTC Pharmaceuticals - France', 2024.09
- 3) 스태티스타에 따르면, '일반의약품(OTC Pharmaceuticals)'은 의사의 처방 없이 구입할 수 있는 비처방 약물, 치료제 및 헬스케어 제품을 포함함
- 4) 조사제품 '석류 콜라겐 젤리'의 제품 유형을 고려해 '비타민 및 미네랄(Vitamins & Minerals)'의 시장규모와 상위 시장인 '일반의약품'의 시장규모를 조사함
- 5) 자료: 약업신문, '프랑스, 공급망 취약-품질 약 증가...한국 의약품 수입액 큰 폭↑', 2024.07
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 7) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 프랑스 비타민 및 미네랄 시장규모

▶ 프랑스 2023년 비타민 및 미네랄 시장규모 2,208억 원⁹⁾¹⁰⁾

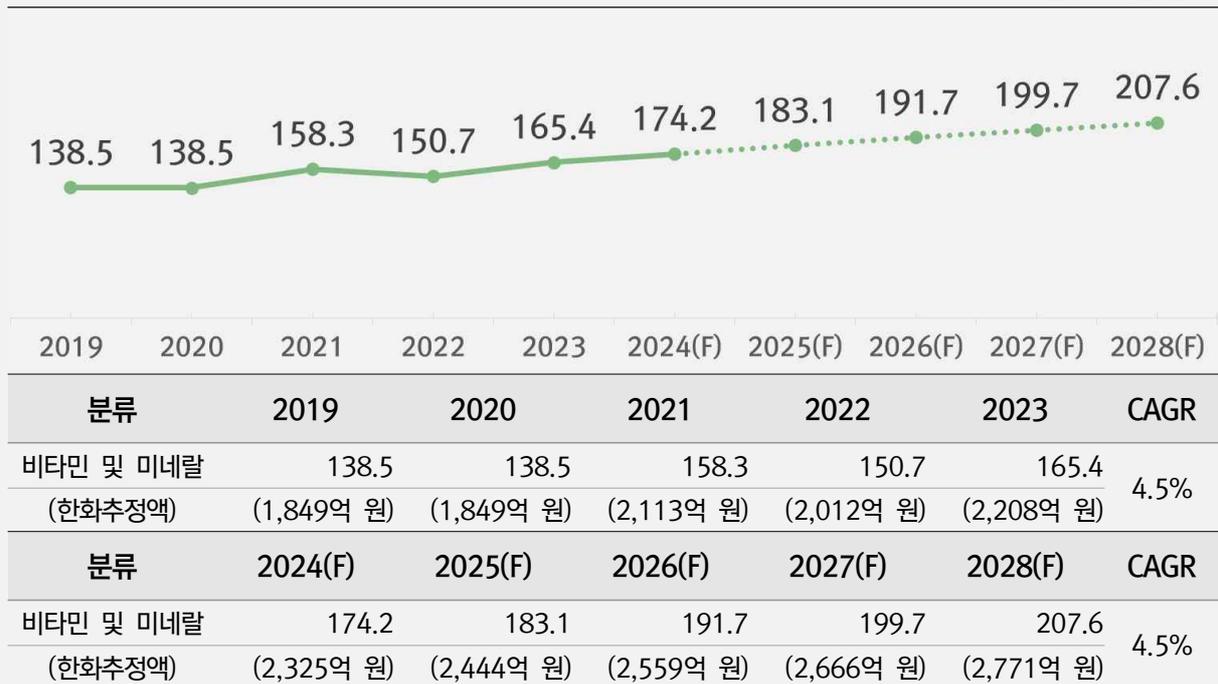
2023년 기준 프랑스의 비타민 및 미네랄 시장규모는 2,208억 원으로 집계되었으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 4.5%씩 성장한 것으로 확인됨. 이는 같은 해 한국 수치의 약 4분의 1에 불과한 것으로 나타나 프랑스의 비타민 및 미네랄 시장은 비교적 풍부한 성장성을 보유한 상황임

▶ 프랑스 비타민 및 미네랄 시장, 향후 연평균 4.5% 성장 전망

프랑스의 비타민 및 미네랄 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.5%씩 성장하여 2028년에는 2,771억 원에 이를 것으로 예측됨. 프랑스의 경우 건강보조식품 분야에 있어 늘어날 것으로 전망되는 해외의존도를 낮추기 위해 정부가 노력 중임. 그러나 약품 제조에 필수적인 원료의약품의 해외의존도가 높은 상황으로 당분간 프랑스 소비자들의 수요 충족에 수입품의 비중이 클 것으로 보임. 따라서 이러한 현지의 공급 부족 현상을 충분히 고려한 수출 전략이 효과적일 것으로 판단됨¹¹⁾

[표 2.2] 프랑스 비타민 및 미네랄 시장규모

단위 : 백만 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Vitamins & Minerals - France', 2024.09

10) 스태티스타에 따르면, '비타민 및 미네랄(Vitamins & Minerals)'은 의사의 처방 없이 구할 수 있는 종합 비타민, 미네랄, 강장제 등의 천연 및 합성 식이 보충제를 포함함

11) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '프랑스 의약품 시장동향', 2024.07

3. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 수입규모

● HS CODE 2106.90

해당 장에서 조사제품 석류 콜라겐 젤리는 HS CODE 2106.90으로 분류됨. HS CODE 제2106호의 품명은 '따로 분류되지 않은 조제 식품'이며, HS CODE 2106.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 2106.90 프랑스의 對글로벌 수입액, 2.2조 원

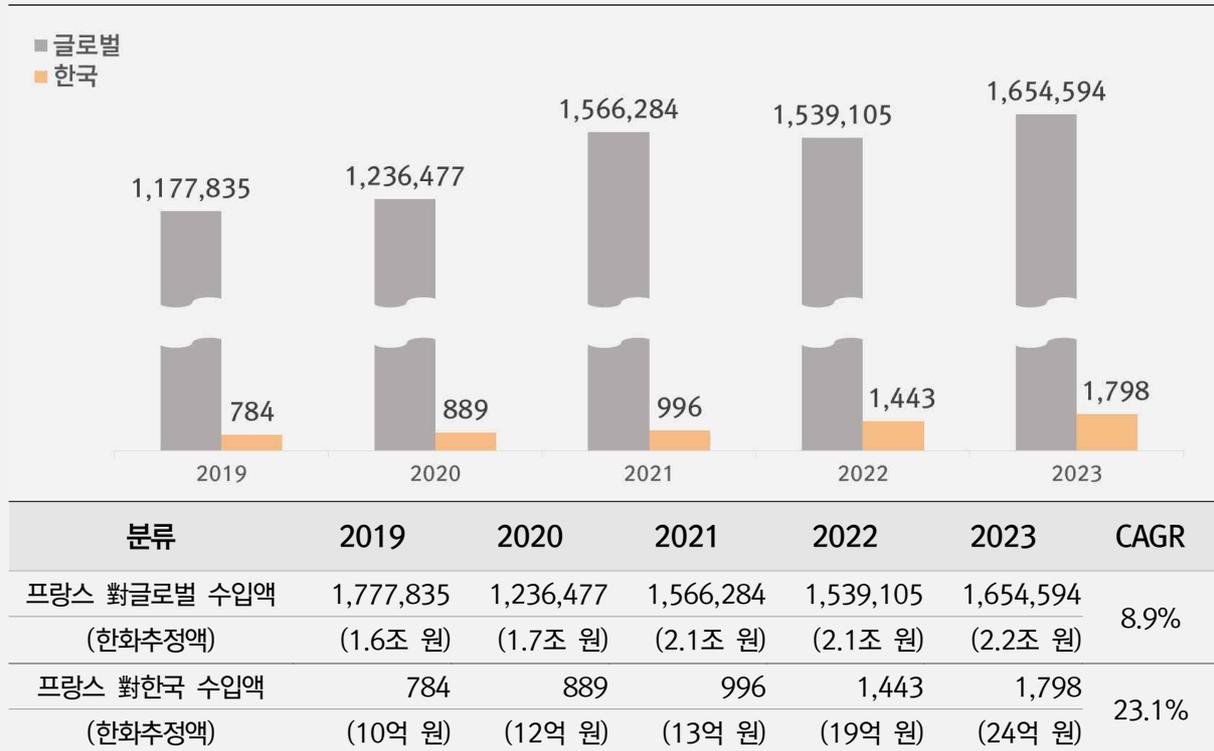
2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 프랑스의 對글로벌 수입액은 2.2조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 프랑스의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 8.9%씩 증가한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2106.90 프랑스의 對한국 수입액, 글로벌 43위

2023년 기준 해당 품목에 대한 프랑스의 對한국 수입액은 24억 원으로 집계되었음. 이는 글로벌 43위에 해당하는 수치로, 프랑스의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23)간 연평균 23.1%씩 증가함. 전체 품목에 대한 프랑스의 총수입액에서 한국이 글로벌 14위를 기록한 것을 감안하면 해당 품목의 수출은 비교적 활발하지 않은 상황임. 한편, 해당 품목에 대한 프랑스의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 네덜란드(3,108억 원), 2위 독일(3,038억 원), 3위 영국(2,741억 원) 순으로 확인되어 유럽 내 전통적 수출 강국들로부터의 수입이 활발한 것으로 나타남

[표 2.3] 프랑스 HS CODE 2106.90 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인기브랜드 1위 : '글로우25'
2. 맛 키워드 1위 : '부드러운'
3. 성분 키워드 1위 : '비타민'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 프랑스 온라인 쇼핑몰 입점 콜라겐 젤리

- 데이터 수집 키워드 : 콜라겐 젤리(Collagen Jelly)
- 데이터 수집량 : 256건
- 데이터 수집원 : 프랑스 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 프랑스 온라인 쇼핑몰 입점 콜라겐 젤리 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 브랜드 ② 맛 ③ 성분

항목	키워드 (국문/프랑스어)		빈도	키워드 (국문/프랑스어)		빈도
브랜드	글로우25	Glow25	16	스웨디시콜라겐	Swedish Collagen	3
	웨이트월드	Weightworld	11	함초록	Hamchorok	1
	글로리필	Gloryfeel	10	노보마	Novoma	1
	그라니온스	Granions	8	젤리필스	Jelly Pills	1
	뉴트리머슬	Nutrimuscle	7	뉴트라클	Nutracle	1
맛	부드러운	Smooth	65	석류	Pomegranate	9
	달콤한	Sweet	38	신선한	Fresh	5
	과일	Fruit	38	상쾌한	Refreshing	2
	풍부한	Rich	27	카라멜	Caramel	1
성분	비타민	Vitamin	186	미네랄	Mineral	39
	히알루론산	Hyaluronic Acid	155	코엔자임	Coenzyme	35
	해양 콜라겐	Marine Collagen	134	아미노산	Amino Acids	30
	펩타이드	Peptide	116	식물성 콜라겐	Vegan Collagen	9
	단백질	Protein	96	항산화제	Antioxidants	4

1. 인기 브랜드 1위 : ‘글로우25’

▶ ‘글로우25’, ‘웨이트월드’ 등 브랜드 빈출

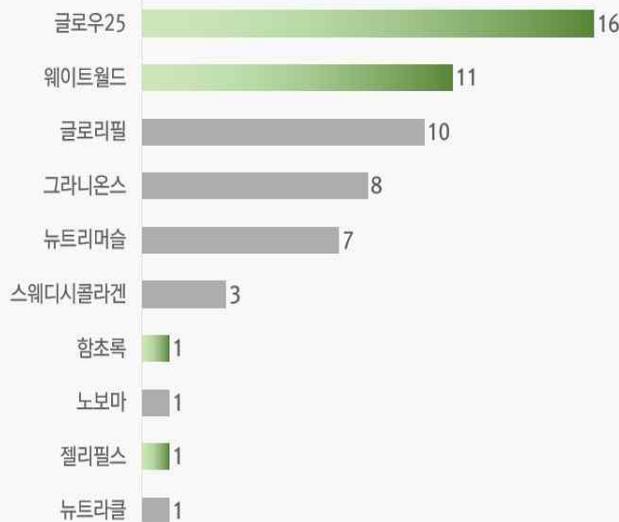
- 프랑스 콜라겐 젤리 브랜드 분석 결과 독일 브랜드 ‘글로우25’와 영국 브랜드 ‘웨이트월드’가 각각 16, 11건 도출되었음
- 프랑스 내에서 판매 중인 콜라겐 제품의 경우, 파우더 제형의 제품 판매 브랜드가 빈출됨. 또한, 프랑스 브랜드 뿐 아니라 독일과 영국 등 유럽 내 다양한 국가 제품이 다수 확인되었음

▶ 콜라겐 젤리 브랜드로 ‘함초록’과 ‘젤리필스’ 도출

- 콜라겐 젤리를 판매 중인 브랜드로는 ‘함초록’과 ‘젤리필스’가 각각 1건씩 도출되었음
- 프랑스에서 판매 중인 콜라겐 젤리 제품의 경우, 구미 형태의 제품이 다수 확인되었으며 짜먹는 젤리 제품은 ‘함초록’의 제품이 유일함

브랜드 ①		브랜드 ②		브랜드 ③	
					
제품명	콜라겐 파우더 (Collagen Powder)	제품명	콜라겐 젤리 석류 (Pomegranate Collagen Jelly)	제품명	뷰티 스킨 구미 (Beauty Skin Gummies)
브랜드	글로우25(Glow 25)	브랜드	함초록(HAMCHOROK)	브랜드	젤리필스(Jelly Pills)
용량	450g	용량	20g x 14개	용량	60정
가격	25.49유로(37,581원 ¹²⁾)	가격	24.99유로(36,844원)	가격	13.59유로(20,036원)

[표 3.1] 프랑스 판매 콜라겐 젤리 브랜드 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘콜라겐 젤리’ 관련 게시물 256건 분석

12) 1유로=1,474.35원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 맛 키워드 1위 : ‘부드러운’

▶ 식감과 관련된 키워드 ‘부드러운’ 빈출

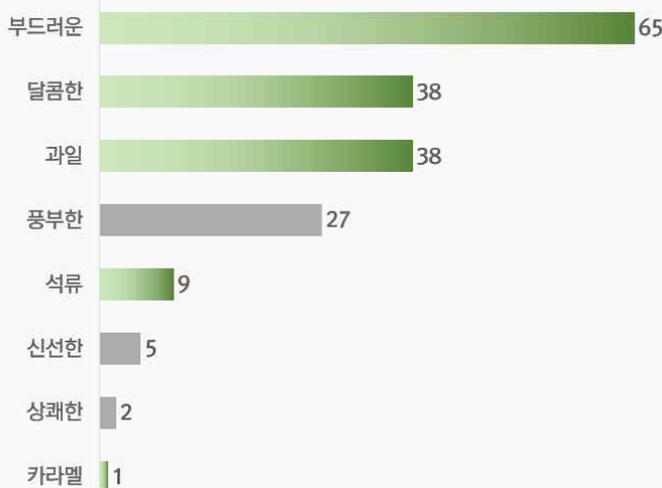
- 콜라겐 젤리 맛 관련 키워드 분석 결과 ‘부드러운’ 키워드가 65건으로 1위, 그 뒤를 이어 ‘달콤한’ 관련 키워드가 38건 도출되었음
- 파우더 제품도 일부 달콤한 맛을 가미해서 판매하고 있으며, ‘카라멜’ 키워드 데이터 확인 결과 카라멜 향을 넣어 먹기 쉽게 만든 파우더 제품을 판매 중인 것으로 확인됨

▶ ‘과일’, ‘석류’ 등의 키워드 확인

- ‘과일’과 ‘석류’ 등 과일 관련 키워드가 각각 38건, 9건 도출됨
- 실제 데이터 확인 결과, 콜라겐 젤리 제품에 석류나 파인애플, 포도 등의 과일 향을 가미하여 먹기 쉽게 만든 제품이 다수 확인됨

달콤한		과일		카라멜	
					
제품명	콜라겐 구미 (Collagen Gums)	제품명	콜라겐 익스프레스 구미 (Collagen Express Gummies)	제품명	마린 콜라겐 파우더 (Marine Collagen Powder)
브랜드	칼리우 구미 (Caliu Gummy)	브랜드	바이오사이트(BIOCYTE)	브랜드	노보마 (NOVOMA)
용량	90정	용량	45정	용량	258g
가격	17.99유로(26,524원)	가격	19.50유로(28,750원)	가격	25.12유로(37,036원)

[표 3.2] 프랑스 판매 콜라겐 젤리 맛 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘콜라겐 젤리’ 관련 게시글 256건 분석

3. 성분 키워드 1위 : ‘비타민’

▶ 주요 성분으로 ‘비타민’, ‘해양 콜라겐’ 빈출

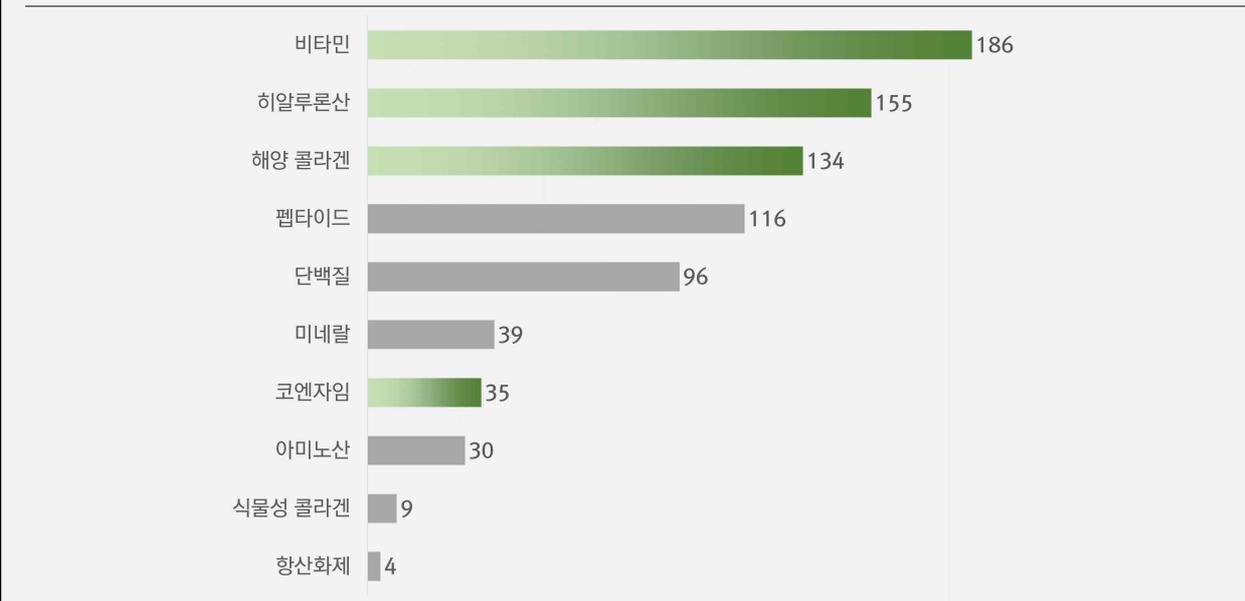
- 성분 관련 키워드 분석 결과 ‘비타민’ 키워드가 186건으로 가장 빈도가 높았으며, ‘해양 콜라겐’ 키워드가 134건으로 빈출되었음
- 데이터 확인 결과 콜라겐 젤리 주성분으로 ‘해양 콜라겐’을 사용하는 빈도가 높았으며, 비타민을 함유한 제품도 다수 확인됨

▶ ‘히알루론산’과 ‘코엔자임’ 등 피부 미용에 좋은 제품 다수

- 피부 미용과 관련된 영양소인 ‘히알루론산’과 ‘코엔자임’ 키워드가 각각 155, 35건 도출되었으며 ‘미네랄’과 ‘아미노산’ 등의 키워드도 다수 확인됨
- 시중에서 판매 중인 콜라겐 제품의 경우, 대부분 피부 미용 효과를 앞세워 판매하고 있는 것으로 확인됨

비타민		해양 콜라겐		히알루론산, 코엔자임	
					
제품명	뉴트리미아 (Nutrimea)	제품명	콜라겐 구미 (Collagen Gummies)	제품명	안티에이징 구미 (Anti-Aging Gummies)
브랜드	콜라겐 구미 (COLLAGEN GUMMIES)	브랜드	아스페릴린 (ASPERILLEN)	브랜드	베어스 위드 베네피트 (Bears with Benefits)
용량	60정	용량	60정	용량	90정
가격	19.99유로(29,472원)	가격	18.39유로(27,113원)	가격	21.15유로(31,183원)

[표 3.3] 프랑스 판매 콜라겐 젤리 성분 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘콜라겐 젤리’ 관련 게시글 256건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



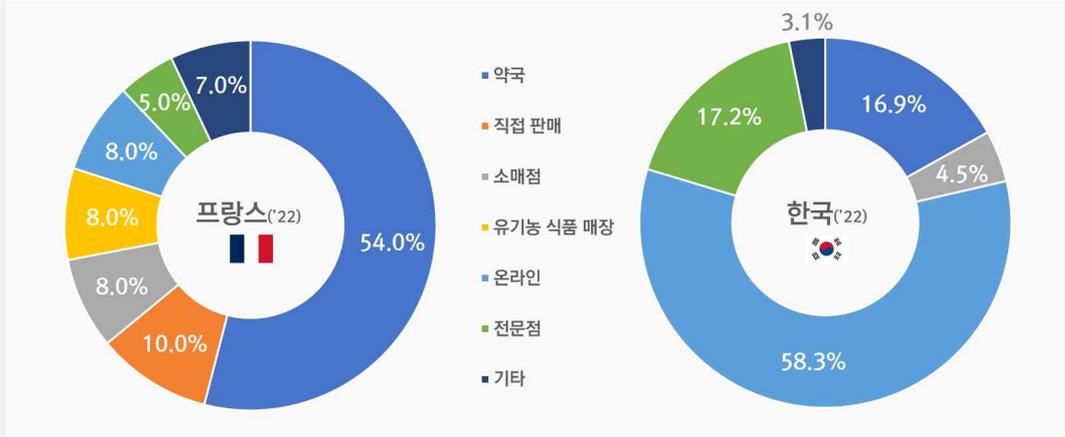
1. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 유통채널 점유율
2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널

1. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 유통채널 점유율

▶ 프랑스 석류 콜라겐 젤리 유통채널, ‘약국’이 1위

2022년 기준, 프랑스 내 석류 콜라겐 젤리를 비롯한 식이보충제 유통채널 중 ‘약국’이 54.0%의 점유율로 가장 높은 점유율을 기록함. 이어서 ‘직접 판매’가 10.0%의 점유율로 2위, ‘소매점’, ‘유기농 식품 매장’, ‘온라인’은 각 8.0%의 점유율로 3위를 차지함. 한국의 경우, ‘온라인’이 58.3%로 1위, ‘전문점’이 17.2%로 2위, ‘약국’이 16.9%로 3위를 기록함. 프랑스의 경우 아직 오프라인 유통이 우세한 상황이나, 의약품을 제외한 식이보충제 등 카테고리에서는 온라인과 오프라인의 경쟁이 증가하는 추세임. 따라서 수출 전략 수립 시 온라인과 오프라인 채널 모두 고려하는 것이 효과적일 것으로 판단됨¹³⁾

[표 4.1] 프랑스 및 한국 석류 콜라겐 젤리 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾



B2C 소매유통채널 점유율 비교		
프랑스 점유율	유형	한국 점유율
54.0%	약국	16.9%
10.0%	직접 판매	(-)
8.0%	소매업체	4.5%
8.0%	유기농 매장	(-)
8.0%	온라인	58.3%
5.0%	건강기능식품 전문점	17.2%
7.0%	기타 ¹⁷⁾	3.1%

자료: 스탯티스타(Statista)

13) 자료: KOTRA해외시장뉴스, ‘프랑스 의약품 시장동향’, 2024.07

14) 해당 장에서 ‘석류 콜라겐 젤리’ 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 이를 포함하는 카테고리인 ‘식이보충제’ 유통채널 정보를 확인함

15) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Distribution of the food supplements market France 2022, by sales channel’, 2023.04

16) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Purchase channels for dietary supplements South Korea 2022’, 2024.06

17) ‘기타’는 우편 판매, 드럭스토어 등을 포함함

2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ① 르끌레어

기업 기본 정보	기업명	르끌레어(E.Leclerc)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.e-leclerc.com	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액('23) • 480억 유로 ¹⁸⁾ (70조 7,688억 원)	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 대표적인 프랑스 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드로 1948년 브르타뉴 지방에 처음 설립 프랑스 온라인 식료품 시장의 선두주자로서, 드라이브스루(커브 사이드 픽업) 시스템 적극 활용 중 2020년 기준 프랑스 내 하이퍼마켓 브랜드 점유율 33.9%로 1위에 해당함 폴란드, 이탈리아, 포르투갈 등 일부 유럽 국가에서도 매장 운영 중임 저렴한 가격 및 넓은 상품군 확보를 주 경쟁력으로 삼음 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 생활용품, 식기류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 현지 식품, 유기농 식품, 공정 무역 제품 등 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Contactez-nous' 클릭 - 'L'Enseigne / Votre magasin ELeclerc' 통해 문의사항 등록 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(매장명, 담당자명, 이메일, 주소, 연락처, 문의 내용 등) 유의사항 및 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-(0)9-69-32-42-52 - 매장마다 자체적인 판매 및 마케팅 정책을 실시하므로 입점 희망 매장으로 직접 문의 	

자료: 르끌레어(E.Leclerc), aT농수산물유통공사

사진 자료: 르끌레어(E.Leclerc)

18) 1유로=1,474.35원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ② 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.carrefour.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액('23) • 425억 1,800만 유로(62조 6,864억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 1,290개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1960년 프랑스 안시(Annecy)에 첫 매장을 설립한 다국적 소매유통기업 • 현재 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 몰 등을 운영 중임 • 2020년 11월 유기농 식품 전문 판매점인 비오세봉을 인수하여, 유기농 자체 브랜드 상품군을 확대함 • 라벨 부착이나 바코드 스캔, 재고 관리 등의 분야에서 AI 및 디지털 솔루션 기술 사용방안을 시험 중임 • 온, 오프라인 매장 모든 곳에서 신선식품의 맛과 신선도 확보에 집중함 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 유제품, 냉동식품, 스낵류, 음료류, 건강보조식품, 생활용품, 잡화류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 현지식품, 유기농 식품 등 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름 및 사진, 할인가, 소비자가격 등) ③ 제품 경쟁력 보고서(제품이 까르푸에 이익이 되는지에 대한 내용, 카탈로그 등) • 홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 공급업체 포털(suppliersportal.be.carrefour.eu) 접속 - 'Create account' 클릭 - 양식에 맞춰 작성 • 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-(0)69-39-70-00 - 까르푸 마켓 플레이스(Carrefour Marketplace)의 담당 유닛 - 이메일: Suppliers_portal_be@carrefour.com, joellebejjani@carrefour.com(상품 담당 이사) 	

자료: 까르푸(Carrefour), aT농수산물유통공사
사진 자료: 까르푸(Carrefour)

2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ③ 까르푸 익스프레스

기업 기본 정보	기업명	까르푸 익스프레스(Carrefour Express)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.carrefour.fr		
	위치	마씨(Massy) 등		
	규모	매출액('23)		• 77억 1,900만 유로(약 11조 3,805억 원)
		기타 규모		• 매장 수('23): 4,561개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스 소매업체인 까르푸(Carrefour) 그룹이 전개 중인 편의점 체인 까르푸(Carrefour)가 소유한 막셰(Marché), 챔피언(Champion) 등 다수의 편의점 브랜드를 까르푸 익스프레스(Carrefour Express)라는 브랜드 이름으로 통합함 주 7일로 기존 슈퍼마켓보다 확장된 영업 시간이 장점임 다양한 유기농 제품, 고품질의 신선한 과일과 야채, 간단한 휴식을 위한 케이터링 공간 제공 			
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 유기농 식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품 등		
	선호제품	• 품질 및 가격 경쟁력을 지닌 제품, 유기농 식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름 및 사진, 할인가, 소비자가격 등) ③ 제품 경쟁력 보고서(제품이 까르푸에 이익이 되는지에 대한 내용, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: portail@serviceclients-carrefour.com 		

자료: 까르푸(Carrefour), 스탯티스타(Statista)

사진 자료: 까르푸(Carrefour)

2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ④ 프랑프리

기업 기본 정보	기업명	프랑프리(Franprix)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.franprix.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액('23) • 15억 2,200만 유로(약 2조 2,440억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 1,191개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1958년 설립되었으며 현재는 카지노귀사드프레송그룹 소속의 편의점 브랜드 • 건강, 친환경(패키징, 생산 방식 등), 사회적 요소(공정 무역 등) 최신 소비 트렌드를 적극 반영한 소싱 원칙을 강조함 • 주거지역 인근 입점이 주요 입지 전략이며 ‘간편한 장보기’ 컨셉 • 2023년 퀵커머스 분야에서 전년 대비 40%의 성장률을 기록함 		
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 유제품, 음료류, 스낵류 등	
	선호제품	• 환경 및 사회 요소 고려(유기농, 지속가능성, 공정무역 등)	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (casinointernationalpartnerships.com/en/contact-us) - 이름 및 기본 연락처 기입 후 문의사항 기입 • 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보(브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: contact@franprix.fr 	

자료: 프랑프리(Franprix), 포스퀘어(Foursquare)

사진 자료: 프랑프리(Franprix)

2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ⑤ 몽쥬약국

기업 기본 정보	기업명	몽쥬약국(Pharmacie Monge)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	pharmacie-monge.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 2개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 파리 내 2시간 이내 배송을 보장하는 서비스 제공 • 처방전 스캔을 통한 비대면 의약품 처방 가능 • 의료 장비 대여 서비스 제공 • 오프라인 뿐만 아니라 온라인 서비스도 제공하며 각종 프로모션 실시 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 의약품, 건강기능식품, 위생용품, 동물용 의약품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 영양 및 안정성이 확보된 신뢰도 높은 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 희망 지점의 'CONTACTER LA PHARMACIE' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(담당자 이름, 이메일, 연락처, 회사명, 주소, 홈페이지 등) ② 공급 제품 정보(제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 희망 입고량, 매출액 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-1-43-31-39-44 	

자료: 몽쥬약국(Pharmacie Monge)

사진 자료: 몽쥬약국(Pharmacie Monge)

2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ⑥ 아마존 프랑스

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon) 프랑스		
	기업구분	온라인 쇼핑몰		
	홈페이지	www.amazon.fr		
	규모	매출액('23)	• 61억 6,470만 달러(약 9조 889억 원)	
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 ¹⁹⁾): 1억 8,720만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스 내 온라인 유통채널 중 점유율 및 매출액 기준 모두 1위를 기록함 1994년 미국에서 설립된 전 세계적인 이커머스 기업으로, 프랑스에는 2000년에 진출함 아마존프라임나우(Amazon Prime Now) 서비스를 통해 오프라인 매장과 파트너십을 맺고 확대된 제품군을 확보함 '추가 포장 없이 배송'을 늘려 2015년부터 200만 톤 이상의 포장재를 제거하는 등 친환경적 서비스 혁신에 집중함 			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	알파푸드(Alpha Foods) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	<ul style="list-style-type: none"> 기간별 및 품목별 할인, 멤버십 가입 시 할인 적용, 쿠폰 지급 등 		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 메뉴 'Gagnez de l'argent' 카테고리 'Vendez sur Amazon' 클릭 'To put for sale' 클릭 아마존 셀러 계정 생성 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) 평가 기준 <ol style="list-style-type: none"> 아마존 행동 강령 준수 평가 기준 EU Regulation on the Provision of Food Information to Consumers 준수 유의사항 <ul style="list-style-type: none"> 입점 가능한 카테고리 20개 중 식음료를 포함한 10개 부문은 승인 후 등록 가능
-------------	---------------------	---

자료: 아마존(Amazon) 프랑스, 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존(Amazon) 프랑스

19) 2024년 9월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차
UI ①

기본 담당자 정보

이름 중간 이름 성
 이름 중간 이름 성

여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 전체 이름을 입력하십시오.

회원 보유 국가

출생 국가

생년월일(BB/MM/YYYY)
 일 월 년

거주지 주소
 가장한 표준 주소 보기

대한민국

우편번호

주소란 1

아이티/간음/로/기타

시/도

시/도/지역

연락처 전화번호
 +82

+ 새 휴대폰 번호 추가

주 연락 담당자가 있는지 확인
 회사의 실질 소유자
 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실질 소유자입니다.
 Yes No

본인은 본인임을 대신하여 또는 등록된 비즈니스를 대리하여 활동하며, 변경 사항이 발생할 때마다 실질 소유자 정보를 업데이트해야 함을 확인합니다.

이전 다음

① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 출생일, 출생 국가, 국적, 신분증) 입력

입점 등록 절차
UI ②

amazon seller central

1 회사 정보 2 שלי 정보 3 장구 4 스토어 5 인증

판매대금 인출 정보
 신용 카드 또는 직불 카드 상세 정보

Monthly Subscription Fee
 You will be charged a Professional selling subscription fee of 39.99 USD for the first month. You will continue to be charged this fee each month if you have active listings. If you do not have active listings, you will not be charged a subscription fee in that month. If you expand to sell in other stores, you will pay the equivalent of 39.99 USD per month, split proportionately across each country or region in which you have an active listing and charged separately in each local currency. You can downgrade at any time. For more information, see this page.

Limited Period Offer - Register and get six-month subscription at 1 USD. Refer here for details.

Card number Expires on 1 2024
 Card holder's name

② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)
 - 글로벌셀링 가입 첫 6개월 수수료 39.99달러(53,379원) 부과

자료: 아마존(Amazon)
 사진 자료: 아마존(Amazon)

▶ **아마존 석류 콜라겐 젤리 베스트셀러**

- 검색 키워드: 콜라겐 젤리(Gelée de collagène)

- 등록 제품 수: 23건

아마존 프랑스 석류 콜라겐 젤리 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	말차&코 (Matcha & Co)	말차 콜라겐 파우더 (Matcha Collagen Powder)	일본 등	300g	28.95유로 (42,682원)	200건 이상	99건	
2	알파푸드 (Alpha Foods)	콜라겐 파우더 (Collagen Powder)	(-)	400g	27.90유로 (41,134원)	50건 미만	198건	
3	앱솔루트콜라겐 (Absolute Collagen)	리퀴드 콜라겐 보충제 (Liquid Collagen Supplement)	(-)	235g	44.99유로 (66,331원)	50건 미만	1,824건	
4	스웨디시콜라겐 (Swedish Collagen)	콜라겐 디럭스 샷 (Collagen Deluxe Shots)	(-)	25ml (각)	72.00유로 (106,153원)	50건 미만	1,047건	
5	주바민 (Juvamine)	마린 콜라겐 히알루론산 (Marine Collagen and Hyaluronic Acid)	프랑스	30g	13.82유로 (20,376원)	400건 이상	334건	
6	위더 (Weider)	콜라겐 (Collagen)	(-)	300g	16.50유로 (24,327원)	100건 이상	1,258건	
7	뉴트라비타 (Nutravita)	마린 콜라겐 (Marine Collagen)	(-)	65g	17.95유로 (26,465원)	50건 이상	5,596건	
8	스웨디시콜라겐 (Swedish Collagen)	콜라겐 리페어 (Collagen Repair)	(-)	500ml	34.45유로 (50,791원)	50건 이상	284건	
9	위더 (Weider)	콜라겐 구미 (Collagen Gummies)	(-)	200g	17.10유로 (25,211원)	50건 미만	195건	
10	스웨디시뉴트라 (Swedish Nutra)	마린 콜라겐 (Marine Collagen)	(-)	500ml	24.99유로 (36,844원)	50건 미만	111건	

자료: 아마존(Amazon) 프랑스

사진 자료: 아마존(Amazon) 프랑스

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



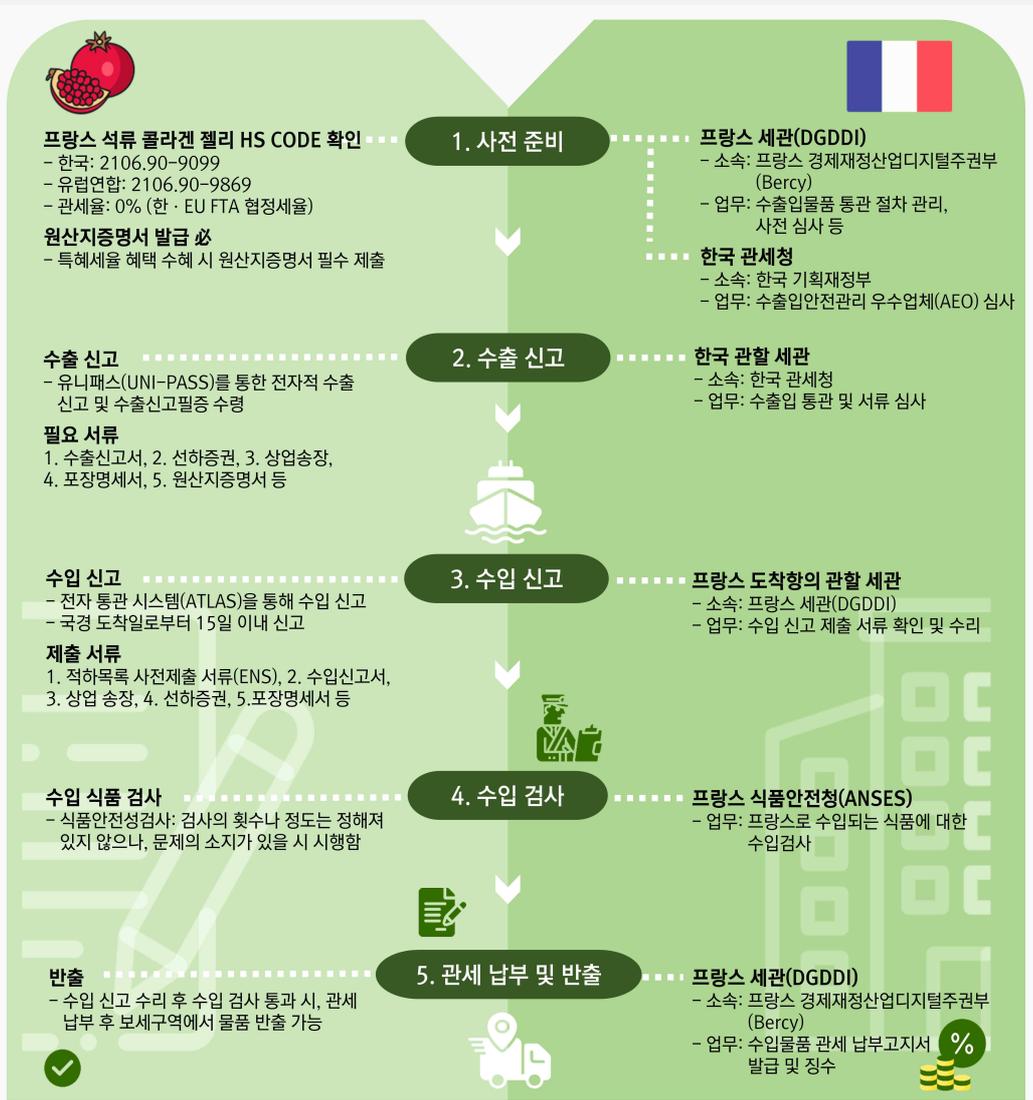
1. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 통관 및 검역 절차
2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 품질 인증
3. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 라벨링
4. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 성분 및 유해물질

1. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 통관 및 검역 절차²⁰⁾

▶ 프랑스 석류 콜라겐 젤리 수출 시, 통관 절차별 주요사항

프랑스는 유럽연합(EU: European Union)의 회원국으로 한국과 한-EU FTA를 맺고 있음. 이에 따라 프랑스로 석류 콜라겐 젤리 수출 시, 한-EU FTA 협정세율인 0% 관세율 적용을 받음. 최근 유럽연합 식품 위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정이 강화 추세이므로 현지 긴급 검역, 통관지연 등을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 프랑스 석류 콜라겐 젤리 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

20) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ **프랑스 석류 콜라겐 젤리 수출 시, 세관등록번호(EORI) 발급 必**

EORI(Economic Operator Registration and Identification)은 경제사업자 등록 및 식별번호로, 직접 통관을 진행하고자 하는 사업체 및 개인은 모든 세관 절차에서 식별번호로 EORI 번호를 사용해야 함. 또한 2009년 7월부터 EU 수출입업자는 통관과 관련된 서류에 EU 공동의 세관 등록번호인 EORI를 의무로 사용해야 함. 한 EU 회원국 세관 당국에 등록된 번호는 전 EU 회원국에서 공동으로 통용되므로 다른 회원국 수출입 시 해당 회원국 세관에 다시 세관등록번호를 받을 필요는 없음. 고객사가 프랑스로 석류 콜라겐 젤리 수출 시 직접 통관을 하려는 경우, 한국이 EU 비회원국이기 때문에 프랑스의 세관 당국에 EORI 번호 할당을 요청해야 함

[표 5.2] 유럽연합 경제사업자 등록 및 식별번호(EORI)

번호명	EORI	발급 성격	EU 내 수출입업체 식별번호
양식	국가코드 2자리 + SIRET 번호	발급 기관	해당 국가 관세 당국 또는 유럽연합 관세 당국
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스 관세청 사이트(www.douane.gouv.fr)에서 Web form을 통해 온라인으로 신청 가능 신청받은 서류를 심사하여 EORI 번호 발급 		
소요기간	<ul style="list-style-type: none"> 신청 완료 시점으로부터 최대 30일 EORI 번호는 EU 회원국 통합이기 때문에 EU 국가 중 어느 한 국가에서 발급받은 경우 그 번호가 계속 유효하며 중복신청이 불가함 		

자료: 유럽연합 집행위원회, 프랑스 관세청

▶ 프랑스 석류 콜라겐 젤리, 품목분류 사전심사 신청 가능

프랑스로 석류 콜라겐 젤리 수출 시, 해당 제품의 정확한 품목분류를 위해 품목분류 사전심사(BTI: Binding Tariff Information)를 진행할 수 있음. 해당 사전심사의 경우, 수입을 진행하는 과정에서 필수적으로 부과되는 심사는 아니지만 적정 관세부과 및 기타 수입 관련 규제 파악 등을 위해 세관 당국에 수입 물품의 정확한 관세율표상 분류를 사전 신청하여 그 결정을 받는 제도임. 또한, 해당 결정은 EU 역내국에서 3년간 유효한 것으로 통용됨

[표 5.3] 프랑스 BTI 품목분류 사전심사

적용 규제	<ul style="list-style-type: none"> • (EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 'COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341'
심사 기관	<ul style="list-style-type: none"> • 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 • 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우, 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> • BTI 신청 서류(서면 또는 트레이드 포털 통해 신청) <ul style="list-style-type: none"> - 여러 개의 제품인 경우, 각각의 제품 타입별로 별도 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 제공되는 정보는 정확하고 완전한 정보일 것
비용	<ul style="list-style-type: none"> • 무료 (단, 번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우, 해당 비용은 신청자에게 청구)

자료: 유럽연합 집행위원회, 프랑스 관세청

▶ **프랑스 석류 콜라겐 젤리, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택** **多**
수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)란 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 동시에, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업은 물품 검사비율이 축소되고, 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해짐. 또한, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 프랑스의 경우 AEO 제도 시행국가로 우리 수출 물품이 상대국 수입통관 시 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.4] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> 수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치-통관해 줌 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청, 공인경제운영자(TW AEO)

2. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 품질 인증

▶ 프랑스 석류 콜라겐 젤리, 유럽 식품안전청 식품안전관리제도 준수 필요

유럽 식품안전청(EFSA: European Food Safety Authority) 식품안전관리제도는 EU의 식품안전기본법에 따른 식품 위생 기준, 라벨링 규정, 오염물질 허용 기준 등의 준수 여부를 확인하는 인증 제도임. 가공, 부분 가공, 비가공 등 모든 제품에 적용되며, 프랑스를 포함한 EU 역내국으로 수출 시 준수해야 하는 인증 사항임

[표 5.5] 유럽 식품안전청 식품안전관리제도

 <p>유럽 식품안전청 식품안전관리제도</p>	발행 및 검사기관	유럽 식품안전청 (EFSA: European Food Safety Authority)
	강제유무	필수
	제출 서류	인증 신청서
	비용	없음
	소요기간	없음
	절차	별도의 신청 절차는 없으나, 불시검사를 통해 EU 식품 관련 규칙 위반 시 수입거부 및 반송, 폐기될 수 있음

자료: aT한국농수산물유통공사, 유럽 식품안전청(EFSA)

▶ 프랑스 석류 콜라겐 젤리, 필수 인증 無

프랑스로 석류 콜라겐 젤리 수출 시 필수로 취득해야 하는 인증은 없으나, 수입 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보를 제출해야 함. 위생 관리 기준은 국제기준인 HACCP을 따르도록 하고 있으며, HACCP 인증 취득이 필수는 아니나, 그 기준에 준하는 위생 요건을 요구하고 있음. 또한, 식품 생산 안전 및 유기농 인증을 자율적으로 취득해 활용할 수 있음

[표 5.6] 프랑스 석류 콜라겐 젤리 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	영국 소매업 협회 (BRC: British Retail Consortium Standard) 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처	
유기가공식품 ²¹⁾	유기농 식품 인증	유기가공식품 상호 동등성인정 협정에 따른 상호 인증	농림축산식품부	

자료: 각 인증기관

21) 유기가공식품, 유기농 또는 유기식품에 해당함

▶ 프랑스, ESG 경영 실천 식품인증

유럽연합(EU)의 각종 환경 관련 규제가 강화되며, 식품기업의 ESG(환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance))경영²²⁾에 대한 필요성이 증대함. 이에 따라, ESG 경영을 실천하고 있음을 소비자에게 홍보하기 위한 식품인증을 취득하는 기업이 증가하고 있음. 대표적인 ESG 경영 실천 관련 식품인증으로는 탄소저감라벨, 공정무역 인증, 비콥 인증(B Corp) 등이 있음

[표 5.7] 프랑스 석류 콜라겐 젤리 ESG 식품인증 취득 정보

탄소저감라벨	공정무역 인증	비콥(B Corp) 인증
		

자료: 각 인증기관

22) 기업의 친환경 경영(E), 사회적 책임(S), 투명한 경영·지배구조(G)를 지향함으로써 지속가능한 발전을 추구하는 것

▶ **프랑스 뉴트리-스코어 의무화**

뉴트리-스코어(Nutri-Score)는 프랑스에서 개발된 자발적인 추가 영양성분 표시 시스템으로, 소비자가 더 건강한 식료품을 구입할 수 있도록 도와줌. 제품 100g당 설탕, 지방, 섬유질, 단백질 등 성분을 종합하여 5단계의 점수를 부여함. 2019년 프랑스에서 판매되는 식품에 뉴트리-스코어 시스템 사용이 의무화됨에 따라 관련 규정에 유의할 필요가 있음

[표 5.8] 뉴트리-스코어 사용 방법

목적	<ul style="list-style-type: none"> • (소비자) 영양정보에 대한 이해 촉진 및 정보에 입각한 제품 선택 장려 • (산업계) 보다 건강한 제품 제조 장려
표시 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011에 따른 의무 영양표시 대상 식품 - 아로마 허브, 차, 커피, 효모 등 제외한 모든 가공식품
표시 제외 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011 부록 5호에 규정된 의무 영양표시 대상 제외 식품 - 비가공식품(예: 신선채소, 꿀), 0~3세 영유아용 식품 등
표시 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 수직 방향 표시가 기본이며 포장 전면 하단 1/3에 배치 • 로고 너비 = (포장 길이 + 포장 너비) / 10 • 로고 너비 최소 17mm, 최대 45mm

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

[표 5.8] 뉴트리-스코어 사용 방법

<p>등록 주체</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 생산업자 또는 유통업자
<p>등록 방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 사이트 (www.demarches-simplifiees.fr/commencer/ns_international_registration_procedure)를 통해 등록 후 무료 사용
<p>등급 부여 방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 100g 또는 100ml 당 좋지 않은 성분과 좋은 성분의 각 항목별 점수를 토대로 산출된 최종점수에 따라 A~E등급 부여 • 좋지 않은 성분(0-40점) - 좋은 성분(0-15점) = 최종점수 • A: -1 이하 / B: 0-2 / C: 3-10 / D: 11-18 / E: 19 이상 • 좋지 않은 성분: 열량(KJ), 설탕(g), 포화지방산(g), 나트륨(g) <ul style="list-style-type: none"> - 점수: 각 0-10점(총 40점) • 좋은 성분: 과일·채소·콩류·견과류·과일껍질·특정오일(유채, 호두유, 올리브유)(%), 섬유질(g), 단백질(g) <ul style="list-style-type: none"> - 점수: 각 0-5점(총 15점)
<p>표시 형태</p>	 <p>The diagram illustrates the Nutri-Score labeling system. It shows five examples of the label, each consisting of the word 'NUTRI-SCORE' above a row of five colored boxes labeled A, B, C, D, and E. The boxes are color-coded: A (green), B (yellow-green), C (yellow), D (orange), and E (red). Below the labels, a horizontal scale is shown with a green circle containing a '+' sign on the left and a red circle containing a '-' sign on the right. A double-headed arrow spans the distance between these two circles, indicating the range of scores from positive to negative.</p>

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

▶ 프랑스 석류 콜라겐 젤리 수출 시, 포장재 안정성 확인 권장

EU는 플라스틱 쓰레기 문제를 해결하기 위해 대체 가능한 소재가 있는 일회용 플라스틱의 사용을 금지하고 있음. 2019년 6월, Directive (EU) 2019/904 「환경을 위한 특정 플라스틱 제품 영향 저감에 관한 지침(이하 플라스틱 지침)」을 제정해 유럽 해변에서 가장 많이 발견되는 일회용 플라스틱 제품 상위 10개와 어구를 제한함. 각 규정은 순차적으로 적용되고 있으며, 유럽 내 식품유통업계는 단계적으로 대체 포장재를 개발해 사용하고 있음. 앞으로도 플라스틱 사용 규제가 강화될 것으로 보임에 따라, 환경문제 소지가 있는 제품의 일회용 플라스틱 용기에 대한 사용 제한 규정을 숙지하여 대비할 필요가 있음

[표 5.9] 유럽 플라스틱 포장재 규제

규정	<ul style="list-style-type: none"> • Directive (EU) 2019/904
정의	<ul style="list-style-type: none"> • 플라스틱: 천연 폴리머를 제외한 첨가제나 Regulation (EC) No 1907/2006의 3조 5항에 정의된 폴리머로 구성된 재료 • 일회용 플라스틱 제품: 전체 또는 일부가 플라스틱으로 만들어지고 재활용을 위해 생산자에게 반납되어 수명이 다할 때까지 여러 차례 순환하도록 고안 또는 설계되지 않은 제품 • 어구: 어업 또는 양식업에서 해양 생물 자원의 포획 등에 사용하는 것과 관련된 모든 장비 • 산화분해성 플라스틱: 산화를 통해 플라스틱 재료를 미세 조각으로 분해하거나 화학적 분해를 일으키는 첨가제를 포함하는 플라스틱 재료 • 생분해 플라스틱: 물리적, 생물학적 분해를 거쳐 최종적으로 이산화탄소, 바이오매스 및 물로 분해될 수 있는 플라스틱. 유럽 포장 표준에 따라 퇴비화 또는 혐기성 소화를 통해 회수될 수 있음
지침 지정품목	<ul style="list-style-type: none"> • 면봉 막대 • 식품 용기 • 음료 컵(뚜껑 포함) • 식기 도구, 접시, 빨대, 음료 젓는 막대 • 풍선, 풍선 막대 • 판매용 음료 용기(겉 포장지와 뚜껑 포함) • 담배꽂초 • 비닐봉지 • 포장물 및 포장지 • 물티슈, 위생용품

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

[표 5.9] 유럽 플라스틱 포장재 규제

규정 목록	<ul style="list-style-type: none"> • 제4조 일회용 플라스틱 소비 저감 • 제5조 시판(시장 출시) 제한 • 제6조 제품 요구사항 • 제7조 제품 표시 요건 • 제8조 생산자 책임확대 • 제9조 분리수거 강화 • 제10조 소비자 인식 제고 조치
주요사항	<ul style="list-style-type: none"> • 회원국은 일회용 플라스틱, 산화분해성 플라스틱 소재의 제품을 시판하는 것이 금지됨 • 시장에 대체품이 나와 있는 제품들을 선별하여 시장 출시를 금지하고 있음 • 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위해 소비자에게 정보를 제공하고 책임 있는 소비자 행동을 장려하도록 지정품목에 대한 조치를 취해야 함 • 일회용 플라스틱 제품의 적절한 폐기물 관리 방법, 그 제품이 피해야 하는 폐기물 처리방법, 제품의 플라스틱 함유 여부, 해당 제품을 쓰레기로 버리거나 다른 부적합한 폐기물 처리방법을 사용하는 경우 자연환경에 미치는 부정적인 영향에 대해 소비자가 알 수 있도록 눈에 띄고 명확하게 읽을 수 있고, 지워지지 않도록 표시해야 함

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

3. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 라벨링²³⁾²⁴⁾

[표 5.10] 프랑스 석류 콜라겐 젤리 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 식품의 이름은 법적 이름이어야 하나 그러한 이름이 없는 경우 관습적인 이름을 사용해야 하며, 관습적인 이름이 없는 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(Descriptive Name)을 사용해야 함
	2. 성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> ‘성분’이라는 단어로 구성되거나 성분을 포함하는 적절한 제목이 앞에 와야 함 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시해야 함 완제품의 5% 이상의 원료만 순중량 순으로 기재해야 함 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기해야 함
	3. 첨가물	<ul style="list-style-type: none"> 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 중량 비율이 높은 순서대로 표시
	4. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> 무게 단위로 ‘킬로그램’ 또는 ‘그램’으로 표시 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시
	5. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> 제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시 필요한 경우 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재
	6. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주요 성분의 원산지가 다른 경우에는 해당 주원료의 원산지를 기재하거나 ‘(주원료)는 (최종 제품의 원산지)에서 유래하지 않음’을 기재 위원회 실시 규칙(EU) 2018/775에 따라서 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어 있는 경우에는 규제 대상임
	7. 조리방법	<ul style="list-style-type: none"> 조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용
	8. 사업자 정보	<ul style="list-style-type: none"> 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것이 원칙 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

23) EU 전체의 지침 및 규정을 기반으로 하며, 모든 EU 회원국에 적용됨

24) EU 법령포털(EUR-LEX), 「소비자에 대한 식품 정보 제공에 관한 규정」(EU) No 1169/2011

[표 5.10] 프랑스 석류 콜라겐 젤리 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량 • 의무 기재사항은 포장지 겉면에 눈에 띄게 표로 만들어 한눈에 다 들어오도록 표시해야 함. 포장지 겉면에 충분한 공간이 없을 경우, 단순한 일직선의 형태로 영양 정보를 기재함. 영양 정보는 제품 100g 또는 100ml를 기준으로 표시함(예: 100g당 나트륨 1g). 영양 정보는 비율(%)로 표시할 수 있으며, 성인 일일 영양 권장량과 함께 표시 가능(권장 영양소 함량은 100g 또는 100ml 당, 또는 비율(%)로 표시) • 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 또는 미네랄 함량 • 영양 정보는 100g 또는 100ml 기준으로 표기할 것
	10. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재 • 최소 보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재
	11. 알레르기 유발물질	<ul style="list-style-type: none"> • 명시된 성분 또는 가공보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품 성분 리스트에 포함 • 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 'Contains'라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기 • 유럽연합 표시 대상 알레르기 유발물질: ① 글루텐 함유 곡물, ② 갑각류, ③ 난류, ④ 어류, ⑤ 땅콩, ⑥ 대두, ⑦ 우유(유당 포함) ⑧ 견과류, ⑨ 셀러리, ⑩ 겨자, ⑪ 참깨, ⑫ 이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상) ⑬ 루핀, ⑭ 연체동물
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	<ul style="list-style-type: none"> • 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적 가능 • 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작 • 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님
	13. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 프랑스어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 • 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 • 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	14. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> • 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 • 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

▶ 프랑스 석류 콜라겐 젤리 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 프랑스어]

- ① BIOCYTE laboratoire
- ② Collagen Express
- ③ gummies
- ④ collagene de type 2.5g/jour
- ⑤ vitamine c 80 mg
- ⑥ anti-âge & Beauté de la peau
- ⑦ 45 gommes
- ⑧ Complément alimentaire
- ⑨ Sans sucres

[앞면 - 국문]

- ① 비오시트 연구실
- ② 콜라겐 익스프레스
- ③ 젤리
- ④ 타입 콜라겐 2.5g/일
- ⑤ 비타민 C 80mg
- ⑥ 안티에이징 & 피부미용
- ⑦ 젤리 45개
- ⑧ 식품 보충제
- ⑨ 설탕 없음

[뒷면 - 프랑스어]

- ① Gout cassis, fraise, pastèque
- ② conseils d'utilisation : 3 gommes à mâcher par jour en dehors des repas
- ③ Grace au collagène contenu dans ces gommes, vous redonnez un coup de jeune à votre peau et estompez les signes visibles de l'âge
- ④ La vitamine C contribue à la formation normale du collagène pour assurer la fonction normale de la peau
- ⑤ Ingrédients par dose journalière recommandée (3 gommes)
: Edulcorants : maltitols, glycosides de stéviol issus de Stevia ; Eau ; Hydrolysate de collagène ; Gélatine ; Ascorbate de sodium (dont vitamine C) ; Acidifiant : acide citrique ; Arômes ; Concentré colorant de carotte et cassis ; Huile de tournesol ; Colorant : anthocyanes ; Concentré colorant de spiruline et carthame ; Agent d'enrobage : cire de carnauba ; Amidon de blé. *VNR : Valeurs Nutritionnelles de Référence.
Ingrédients par dose journalière recommandée (3 gommes) :
Hydrolysate de collagène 2500 mg
Ascorbate de sodium : dont vitamine C 80 mg /100% VNR*
*VNR : Valeurs Nutritionnelles de Référence.

[뒷면 - 국문]

- ① 블랙커런트, 딸기, 수박맛
- ② 사용방법 : 식사 외에 하루에 젤리 3개
- ③ 젤리에 함유된 콜라겐으로 피부에 활력을 주고 눈에 보이는 노화의 징후를 열어지게 합니다
- ④ 비타민 C는 콜라겐의 정상적인 형성에 기여하여 정상적인 피부 기능을 보장합니다
- ⑤ 1일 권장 섭취량당 성분 (구미 3개)
: 감미료 : 말티톨, 스테비아(Stevia)의 스테비올 배당체 ; 물 ; 콜라겐 가수분해물 ; 젤라틴 ; 아스코르브산나트륨(비타민 C 포함) ; 산성화제 : 구연산 ; 향료 ; 당근 및 블랙커런트 색소 농축액 ; 해바라기유 ; 색소 : 안토시아닌 ; 스피루리나 및 홍화 색 농축액 ; 코팅제 : 카르나우바 왁스 ; 밀 전분. *NRV: 영양소 기준치. 하루 권장 복용량 당 성분 (구미 3개)
: 콜라겐가수분해물 2500mg
아스코르브산 나트륨 : 비타민 C 포함 80 mg /100% NRV*
*NRV: 영양소 기준치

- ⑥ Complément alimentaire à base de collagène et de vitamine C avec édulcorants.
- ⑦ Un complément alimentaire ne doit pas se substituer à une alimentation variée et équilibrée et à un mode de vie sain, et équilibrée et à un mode de vie sain.
- ⑧ Ne pas dépasser la dose journalière conseillée. Tenir hors de portée des jeunes enfants.
- ⑨ Déconseillé aux femmes enceintes ou qui allaitent et aux enfants, sans l'avis d'un professionnel de santé.
- ⑩ Une consommation excessive peut avoir des effets laxatifs.
- ⑪ A conserver à une température inférieure à 25°C, dans son emballage hermétiquement fermé, à l'abri de la lumière.
- ⑫ Fabriqué en France
Hydrolysate de collagène
Origine UE
- ⑥ 감미료가 함유된 콜라겐 및 비타민 C 기반 식품 보충제입니다.
- ⑦ 식품 보충제는 다양하고 균형 잡힌 식단과 건강한 생활방식을 대체해서는 안 됩니다.
- ⑧ 일일 권장 복용량을 초과하지 마십시오. 어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관하세요.
- ⑨ 의료 전문가의 조언 없이 임신 또는 수유 중인 여성과 어린이에게는 권장되지 않습니다.
- ⑩ 과도한 섭취는 설사 효과를 유발할 수 있습니다.
- ⑪ 25°C 이하의 온도에서 밀폐된 포장에 넣어 빛으로부터 보호하여 보관하세요..
- ⑫ 프랑스산
콜라겐 가수분해물
원산지 EU

4. 프랑스 석류 콜라겐 젤리 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

EU는 (EC) No. 1333/2008에 의해 식품첨가물 기준치를 규정하고 있음. ‘EUR-LEX’는 EU의 기존 조약, 현행 법령 및 유럽법원의 판례를 검색할 수 있는 사이트로, 식품별 첨가물 규정을 상세하게 공시함. EU의 식품첨가물 목록에 등재되어 있지 않은 첨가물은 EU 위원회의 사용허가를 받아 E-번호를 부여받은 후에만 사용이 가능함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 프랑스를 포함한 EU의 ‘캔디류’ 식품첨가물 기준의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 석류 콜라겐 젤리에 적용 가능한 프랑스 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	소르비톨	Sorbitol	GMP ²⁵⁾ (감미료가 아닌 목적으로만)	기타 당과류, 구강청결용 작은사탕 포함
2	탄산나트륨	Sodium Carbonate	GMP	
3	아세트산칼륨	Potassium Acetate	GMP	
4	알긴산프로필렌글리콜	Propylene Glycol Alginate	1,500 (mg/l or mg/kg) / 설탕 당과에만 사용가능	
5	질소	Nitrogen	GMP	
6	메틸 셀룰로오스	Methyl Cellulose	GMP	
7	다이메틸 폴리실록산	Dimethyl Polysiloxane	10mg/L or mg/kg	
8	셀룰로오스	Cellulose	GMP	
9	대두 헤미셀룰로오스	Soybean Hemicellulose	GMP	당과류
10	수소	Hydrogen	GMP	

자료: KATI농식품수출정보

25) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **유해물질**

프랑스를 포함한 EU 회원국은 (EC) No. 2073/2005에 식품 중 미생물에 관하여 규정함. 또한, (EC) No. 1881/2006에 식품 중 오염에 관하여 규정하고 있음. 이 규정들을 준수한 식품만이 EU의 식품 시장에서 유통 가능함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 프랑스 유해물질 규정 중 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.12] 고객사 석류 콜라겐 젤리에 적용 가능한 프랑스 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	수은	Mercury(Hg)	0.10mg/kg (wet weight)	식품보충제
2	납	Lead(Pb)	3.0mg/kg (wet weight)	식품보충제

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

프랑스는 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대해 철저한 표기를 규정함. 특정 알레르기 유발물질은 반드시 라벨에 표기해야 함. 또한, 성분 대부분을 차지하는 비율 순서로 포장 라벨에 기록해야 하며 소량이라도 반드시 표기해야 함. 알레르기 유발물질 보유 사실을 누락한 식품에 대해서는 경고 및 리콜 조치가 진행됨

[표 5.13] 프랑스 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐을 포함한 곡물
2	의무	갑각류
3	의무	계란
4	의무	어류
5	의무	땅콩
6	의무	대두
7	의무	우유(유당 포함)
8	의무	견과류
9	의무	셀러리
10	의무	겨자
11	의무	참깨
12	의무	이산화황
13	의무	루핀
14	의무	연체동물

자료: EU 법령포털(EUR-LEX)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 아티다(Atida)
2. 이지파라(Easypara)
3. 라상떼(LaSante)

Interview ①

26)



아티다(Atida)
Category Manager

아티다
(Atida)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2008년에 설립된 건강 및 개인 관리 제품 소매업체
 - 프랑스 몽트라베에 위치하고 있음

담당자 정보

Category Manager

Q. 프랑스 내 콜라겐 및 콜라겐 젤리에 대한 최근 수요와 동향은 어떠한가요?

최근 프랑스에서 콜라겐 제품의 수요가 증가하고 있습니다. 프랑스 소비자들은 피부 건강을 증진하고 젊음을 유지할 수 있는 뷰티 제품에 관심이 높아지고 있습니다. 이에 따라 화장품 업계는 크림을 비롯한 다양한 노화 방지 제품에 콜라겐을 포함시키고 있습니다. 콜라겐은 노화 방지, 화장품, 헤어 케어 분야에서 효능이 입증되었으며, 보충제로도 인기를 끌고 있습니다.

Q. 프랑스에서 콜라겐이 포함된 식품을 건강기능식품으로 분류하나요? 제품을 판매할 때 필요한 서류나 식품 규정이 있을까요?

프랑스에서 콜라겐 제품을 판매하려면 특정 규제를 준수해야 합니다. 식품이나 보충제로 사용되는 콜라겐은 신규 식품 규정(Novel Food Regulation)에 따라 평가 및 승인을 받아야 합니다. 이 규정은 EU 시장에 새로 도입되는 식품이나 보충제의 안전성을 확인하기 위한 것입니다. 제조업체는 제품의 안전성을 증명할 수 있는 문서와 시험 결과를 규제 당국에 제출해야 합니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 프랑스 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 프랑스 내 콜라겐 식품의 평균 가격대는 어떤가요?

고객사 제품은 유사 제품과 비교했을 때 가격대가 비교적 높긴 하지만, 합리적인 가격대라고 할 수 있습니다. 고객사 제품은 콜라겐 펩타이드, 석류 농축액, 흑삼 추출물 등의 고품질 성분을 강조할 수 있으며, 이는 가격을 정당화하는 중요한 요소가 될 수 있습니다. 프랑스 내 유사 제품의 가격은 주로 12-15유로 (17,692-22,115원²⁷⁾) 사이에 형성되어 있습니다.

Q. 프랑스 소비자에게 고객사 제품을 효과적으로 어필할 수 있는 패키징은 무엇일까요?

고객사의 제품처럼 여러 개의 단위가 들어있는 상자 포장 방식도 소비자들에게 큰 문제가 되지 않을 것입니다. 하지만 대부분의 콜라겐 제품은 병에 포장하여 판매되고 있으므로 고객사의 제품도 병 포장을 고려해볼 만합니다. 그리고 한 상자에 들어가는 제품의 양은 소비자들이 선호하는 한 달 분량이 좋습니다.

26) 사진 자료: 아티다(Atida) 홈페이지

27) 1유로=1,474.35원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품의 성분이 프랑스 시장에 수출 가능한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다.

고객사의 제품에 포함된 성분은 소비자 입장에서 프랑스 시장에 적합합니다. 그러므로 각 성분의 이점을 소비자들에게 효과적으로 홍보하는 것이 중요합니다. 규제 관점에서는 관련 법규를 준수하고, 제품의 안전성을 입증할 수 있는 자료를 규제 당국에 제출해야 합니다. 프랑스에서는 판매 승인을 받은 후에만 제품을 판매할 수 있으며, 이를 기반으로 소비자들에게 접근할 수 있는 전략을 수립해야 합니다.

Q. 고객사의 제품 수출 시, 프랑스 오프라인 시장 진출을 위해 권장하는 유통채널은 무엇인가요?

프랑스에서는 콜라겐 보충제가 주로 약국을 통해 판매되므로, 고객사도 약국 유통망을 활용하는 것이 좋습니다. 건강 및 보충제 제품을 취급하는 약국들은 이미 콜라겐 제품을 판매하고 있으며, 승인을 받은 제품이라면 유통에 어려움이 없을 것입니다.

Q. 고객사 제품을 프랑스에서 홍보 시, 어떤 방법과 채널이 효과적인가요?

프랑스 소비자들은 할인 프로모션과 1+1 행사에 큰 관심을 보이며, 샘플링 이벤트도 브랜드 인지도를 높이는 데 효과적입니다. 다만, 할인 행사만 진행할 경우 제품의 품질에 대한 의구심을 가질 수 있으므로, 먼저 제품의 특징점에 대한 인식 캠페인을 통해 신뢰를 구축하는 것이 중요합니다. 이후 다양한 할인 혜택을 제공해 소비자들이 제품을 쉽게 경험할 수 있도록 해야 합니다. 온라인 광고와 소셜 미디어, 오프라인 샘플링 이벤트 및 소매업체를 통한 프로모션은 고객사의 예산과 판매 목표에 맞춰 활용할 수 있는 수단입니다.

Interview ②

28)



이지파라 (Easypara)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2007년에 설립된 소매업체로 건강 및 미용 제품, 식품 보조제, 유기농 제품 등을 취급함
 - 프랑스 니스를 기반으로 다양한 제품을 제공함

담당자 정보

Purchasing Manager

이지파라(Easypara) Purchasing Manager

Q. 프랑스 내 콜라겐 및 콜라겐 젤리에 대한 최근 수요와 동향은 어떠한가요?

프랑스에서 콜라겐 젤리가 인기를 끌고 있습니다. 이는 프랑스 소비자들 사이에서 건강에 대한 관심이 증가하면서 뷰티와 건강을 동시에 챙길 수 있는 뉴트리코스메틱 제품에 대한 수요가 증가했기 때문입니다. 특히 씹어 먹는 콜라겐 보충제는 많은 소비자들에게 잘 알려져 있습니다. 프랑스의 여성 소비자들은 외모에 대한 관심이 높아 콜라겐이 인기가 많습니다. 인기 있는 콜라겐 제품으로는 바이오사이트 (Biocyte)의 안티에이징 콜라겐 익스프레스 구미(Anti-Ageing Collagen Express Gummies), 포르테 파마(Forte Pharma)의 엑스퍼트 콜라겐 인텐시브 안티에이징 레드 프루트 맛 구미(Expert Collagen Intensive Anti-Ageing Red Fruit Flavour gummies), 라실레 뷰티(Lashilé Beauty)의 굿 뷰티 콜라겐 구미(Good Beauty Collagène Gummies)가 있습니다.

Q. 프랑스에서 콜라겐이 포함된 식품을 건강기능식품으로 분류하나요? 제품을 판매할 때 필요한 서류나 식품 규정이 있을까요?

콜라겐 함유 식품은 프랑스에서 식품 보충제로 분류되어 관련 EU 법률에 따라 규제됩니다. 이 제품은 비타민과 미네랄을 함유한 식품 보충제에 대한 2002/46/EC 지침의 규제를 받을 가능성이 높습니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 프랑스 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 프랑스 내 콜라겐 식품의 평균 가격대는 어떤가요?

고객사의 제품 가격은 콜라겐 제품의 평균 가격대와 비슷합니다. 콜라겐 젤리 제품의 평균 가격 범위는 15-30유로(22,115-44,231원)입니다. 고객사 제품은 초저분자 어류 콜라겐과 흑삼 농축액, 석류 농축액과 같은 성분을 포함하고 있어 다른 제품과 차별화되며, 이러한 성분은 가격을 정당화하는 데 중요한 요소가 될 것입니다.

Q. 프랑스 소비자에게 고객사 제품을 효과적으로 어필할 수 있는 패키징은 무엇일까요?

고객사 제품과 같은 스틱형 포장은 일반적인 콜라겐 젤리 제품들과는 다르지만, 제품에 포함된 다양한 추가 성분을 고려했을 때 적절한 선택입니다. 이러한 차별화된 포장은 소비자에게 긍정적으로 작용할 수 있습니다. 소비자들이 포장을 어떻게 받아들일지는 초기 판매 성과와 제품 수용도를 통해 평가될 것입니다.

Q. 고객사 제품의 성분이 프랑스 시장에 수출 가능한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다.

제품 성분은 전반적으로 프랑스 시장에 수출하기에 적합하지만, 각 성분의 함량과 농도가 프랑스 및 유럽의 관련 규정을 준수하는지 확인해야 합니다. 석류와 흑삼 같은 과일 및 허브 추출물은 허용될 가능성이 높지만, 특정 식품 첨가물의 경우 허용 기준이 정해져 있어 적절한 신고 승인이 없으면 수입 과정에서 문제가 발생할 수 있습니다. 따라서 최신 규정을 확인하고 허용 수준을 준수해 제품의 안전성을 확보해야 합니다.

Q. 고객사의 제품 수출 시, 프랑스 오프라인 시장 진출을 위해 권장하는 유통채널은 무엇인가요?

추천하는 유통채널은 약국입니다. 프랑스 전역의 약국들은 건강 및 뷰티 제품, 특히 콜라겐 보충제를 취급 상품으로 취급하고 있습니다.

Q. 고객사 제품을 프랑스에서 홍보 시, 어떤 방법과 채널이 효과적인가요?

효과적인 전략은 소비자와 직접 소통하는 것입니다. 고객사의 제품은 시장에 새로 진입하는 제품이므로 특정 도시를 선택하고 소매업체와 파트너 관계를 맺고 소비자와 직접 소통하며 제품의 이점을 알려야 합니다. 이를 위해 샘플링 이벤트가 매우 효과적일 것입니다. 소비자에게 피드백을 수집하고, 시장에 대한 이해를 바탕으로 향후 마케팅 전략을 구축해야 합니다.

Interview ③

29)



라상떼(LaSante)
Marketing Manager

라상떼
(LaSante)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2012년에 설립된 소매업체로 의약품 및 건강 미용 제품을 취급하고 있음
 - 프랑스 내 하이퍼/슈퍼마켓과 H&B/드럭스토어를 통해 유통하고 있음

담당자 정보

Marketing Manager

Q. 프랑스 내 콜라겐 및 콜라겐 젤리에 대한 최근 수요와 동향은 어떠한가요?

프랑스에서 콜라겐 젤리와 보충제가 인기를 끌고 있습니다. 인기 있는 콜라겐 제품으로는 바이오사이트 콜라겐 익스프레스 구미(Biocyte Collagen Express Gummies), 노바 부스트 부스터 콜라겐 하이드로리제 구미(Nova Boost Booster Collagène Hydrolysé Gummies), 바이탈 프로틴 콜라겐 펩타이드(Vital Proteins Collagen Peptides)가 있으며, 가격은 15.5유로(22,852원)에서 25.9유로(38,186원) 사이입니다. 소비자들은 젤리나 음료에 섞어 마실 수 있는 파우더 형태의 제품을 선호하며, 콜라겐 펩타이드 제품도 인기를 얻고 있습니다.

Q. 프랑스에서 콜라겐이 포함된 식품을 건강기능식품으로 분류하나요? 제품을 판매할 때 필요한 서류나 식품 규정이 있을까요?

콜라겐 함유 식품은 식품 보충제로 분류될 가능성이 높습니다. 제품을 판매하려면 유럽연합 집행위원회에 신청서를 제출해야 하며, 유럽식품안전청(EFSA)의 평가를 받게 됩니다. 프랑스에서 제품을 판매하기 위해서는 이와 같은 규정 절차를 따라야 합니다.

Q. 고객사 제품의 가격이 프랑스 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 프랑스 내 콜라겐 식품의 평균 가격대는 어떤가요?

콜라겐 제품의 가격은 약 10유로(14,744원)에서 70유로(103,205원) 이상까지 다양합니다. 이는 브랜드, 제형, 콜라겐 제품의 종류에 따라 크게 좌우됩니다. 그 중 콜라겐 젤리의 가격대는 15-30유로(22,115-44,231원)입니다. 고객사 제품의 가격도 이 범위 내에 속하며, 가격으로 인해 소비자들이 구매를 꺼리는 일은 없을 것입니다.

Q. 프랑스 소비자에게 고객사 제품을 효과적으로 어필할 수 있는 패키징은 무엇일까요?

대부분의 콜라겐 제품은 한 달 분량인 30-60개 단위로 포장되어 있습니다. 고객사 제품도 한 달 소비량에 맞춘 포장 단위를 제공하는 것이 좋습니다. 또한, 포장재는 제품의 보존성을 높이고, 소비자에게 안전한 인상을 줄 수 있도록 해야 합니다.

29) 사진 자료: 라상떼(LaSante) 홈페이지

Q. 고객사 제품의 성분이 프랑스 시장에 수출 가능한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다.

석류 농축액, 어류 콜라겐 펩타이드, 흑삼 농축액과 같은 성분은 프랑스 시장에 적합합니다. 다만, 어류 콜라겐은 대부분의 소비자에게는 적합하나 비건 소비자에게는 우려사항일 수 있습니다. 제품은 주로 프랑스 소비자에게 익숙한 성분으로 구성되어야 하며, 그렇지 않으면 제품을 이해하고 사용하는 데 시간이 걸릴 수 있습니다.

Q. 고객사의 제품 수출 시, 프랑스 오프라인 시장 진출을 위해 권장하는 유통채널은 무엇인가요?

프랑스에서 건강 및 웰니스 제품을 전문으로 하는 소매업체를 통해 진출해야 합니다. 프랑스 시장은 제품의 용도와 혜택에 따라 세분화되어 있기 때문에, 건강 및 웰니스 제품을 주로 다루는 소매업체, 특히 약국이 가장 적합한 유통채널입니다.

Q. 고객사 제품을 프랑스에서 홍보 시, 어떤 방법과 채널이 효과적인가요?

할인 및 샘플링 같은 전략이 제품을 시장에 알리는 데 도움이 될 것입니다. 고객사는 시장에서 새로운 제품이라는 점을 명확히 인식하고, 이미 확립된 제품과 비교하지 말고 실질적으로 접근해야 합니다. 소비자들이 제품을 이해하고 사용할 시간을 주고, 소셜 미디어를 통해 잠재 고객과 소통해야 합니다. 또한, 소매업체가 제품을 효과적으로 이해하고 고객에게 판매할 수 있도록 도와줄 파트너를 구해야 합니다. 이렇듯 초기에는 다양한 홍보 방법을 시도하고 지속적으로 노력을 기울여야 합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the OTC Pharmaceuticals market - France', 2024.09
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Vitamins & Minerals market - France', 2024.09
3. 약업신문, '프랑스, 공급망 취약-품질 약 증가...한국 의약품 수입액 큰 폭↑', 2024.07
4. KOTRA해외시장뉴스, '프랑스 의약품 시장동향', 2024.07
5. 스태티스타(Statista), 'Distribution of the food supplements market France 2022, by sales channel', 2023.04
6. 스태티스타(Statista), 'Purchase channels for dietary supplements South Korea 2022', 2024.06
7. EU 법령포털(EUR-LEX), 'REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL', 2011
8. 한국농수산물유통공사, '2020년 EU 식품 라벨링 제도', 2020.11
9. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템, '글로벌 식품안전 브리프 제3호', 2021.08
10. KATI농식품수출정보, '[유럽연합, 쇠고기, 커피 등 산림 별채로 생산되는 식품의 수입을 규제하는 산림 전용 방지 규정 시행]', 2023.06
11. KATI농식품수출정보, '[EU] 국경통제소에서 공식 통제가 면제되는 복합식품 목록 개정안 발표(2023년 9월 21일 발효)' 2023.09
12. EU 집행위원회(EC) 'EU 2023/1674', 2023.06
13. 한국농수산물유통공사, '2021 농식품 수출국가정보 프랑스', 2021.12
14. 한국농수산물유통공사, '2021 농식품 해외인증·등록정보 종합가이드', 2021.12
15. 한국농수산물유통공사, '2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황', 2023.07
16. 한국농수산물유통공사, '유럽 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망', 2022.11

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. 약업신문 (www.yakup.com)
5. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
6. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
7. 아마존(Amazon) (amazon.fr)
8. 르끌레어(E.Leclerc) (www.e-leclerc.com)
9. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.fr)
10. 프랑프리(Franprix) (www.franprix.fr)
11. 몽주약국(Pharmacie Monge) (pharmacie-monge.fr)
12. 시밀러웹(Similarweb) (similarweb.com)
13. 농수산물유통공사(AT) (www.at.or.kr)
14. 포스퀘어(Foursquare) (foursquare.com)
15. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
16. 관세청 (www.customs.go.kr)
17. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
18. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
19. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
20. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
21. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템 (foodlaw.foodinfo.or.kr)
22. 플라티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
23. 에코라벨 인덱스(Ecolabel Index) (www.ecolabelindex.com)
24. 페어트레이드 인터내셔널(Fairtrade International) (www.fairtrade.net)
25. 베네팩트 코퍼레이션(Benefit Corporation) (usca.bcorporation.net/benefit-corporation)
26. 프랑스 관세청 (www.douane.gouv.fr)
27. 유럽 식품안전청(EFSA) (www.efsa.europa.eu/en)
28. 아티다(Atida) (atida.fr)
29. 이지파라(Easypara) (easypara.com)
30. 라상떼(LaSante) (lasante.net)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.10.18

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea