

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-11
품목 | 간편 고구마(Procssed Sweet Potato)
HS CODE | 0714.20-3000
국가 | 프랑스(France)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 프랑스 채소 시장규모	06
2. 프랑스 가공 및 냉동 채소 시장규모	07
3. 프랑스 고구마 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 프랑스 고구마 수요	10
2. 프랑스 식품 섭취 트렌드	11
3. 프랑스 식품 규제 현황	12
3. 프랑스 식품 유통매장 트렌드	13

IV. 유통채널

1. 프랑스 고구마 유통채널 점유율	
2. 프랑스 고구마 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 프랑스 간편 고구마 통관 및 검역 절차	23
2. 프랑스 간편 고구마 품질 인증	27
3. 프랑스 간편 고구마 라벨링	34
4. 프랑스 간편 고구마 성분 및 유해물질	39

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 까르푸(Carrefour)	43
2. 에이스마트(Acemart)	45
3. 비앙망제(Bien Manger)	47

※ 참고문헌	49
--------	----

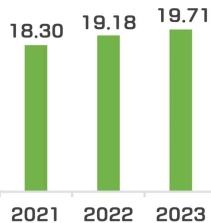


프랑스 간편 고구마 시장

시장 현황

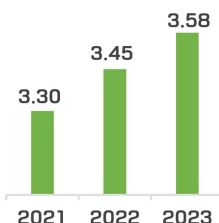
채소 시장규모

단위 : 십억 달러



가공 및 냉동 채소 시장규모

단위 : 십억 달러

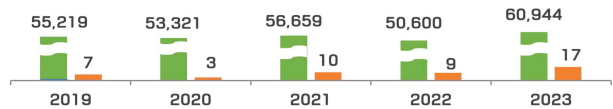


수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 0714.20 기준)

■ 프랑스 ▶ 세계 ■ 프랑스 ▶ 한국

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

고구마 수요

프랑스 소비자, 높은 영양가와 유통업체의 적극적인 마케팅으로 고구마 소비 증가

식품 섭취 동향

레스토랑에서 맛본 음식을 슈퍼마켓에서 구매하며, 편리한 식사를 선호하고 있음

식품 규제

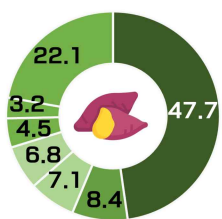
프랑스, 플라스틱 포장 금지 및 식품 유통기한 표시 규정 수정으로 환경 보호 목표

유통시장

프랑스 식품 유통시장, 2027년까지 2,636억 달러 규모로 성장 예상

주요 유통채널

유통채널 점유율



- 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 전문점
- 농산물 직판장
- 할인점
- 드럭스토어
- 편의점
- 기타

통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한·EU FTA 협정세율 0%

사전 준비
특혜세율 혜택 수혜 시
원산지증명서 발급 必
세관등록번호(EORI) 발급 必

권장 인증

 HACCP

 ISO 22000

 IFS

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 프랑스 내 즉석 고구마 제품의 인지도는 아직 낮으나, 최근 몇 년간 한국 간편 식품에 대한 호기심이 높아지고 있음
유통채널 프랑스 시장에 진입하려면 대형 슈퍼마켓과 아시아 식품 전문 소매점을 통한 유통을 추천함
마케팅 전략 프랑스 소비자들은 건강에 대한 관심이 높으며 가공이 적은 식품을 선호하므로, 이를 강조하는 것이 좋음

Point 02.

인증 제도 프랑스 소비자들에게 신뢰를 줄 수 있는 식품 인증 제도로 HACCP와 유기농 인증이 있음. 특히 프랑스 소비자들은 유기농 제품에 대한 관심이 높으므로 유기농 인증을 취득한다면 소비자 신뢰도 향상에 큰 도움이 될 것임
통관 규제 프랑스에 간편 고구마 제품을 수출하기 위해서는 EU와 프랑스의 식품 안전 기준과 라벨링 규정을 준수해야 함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 프랑스 채소 시장규모
2. 프랑스 가공 및 냉동 채소 시장규모
3. 프랑스 고구마 수입규모

1. 프랑스 채소 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 채소 시장규모 25.8조 원²⁾³⁾⁴⁾

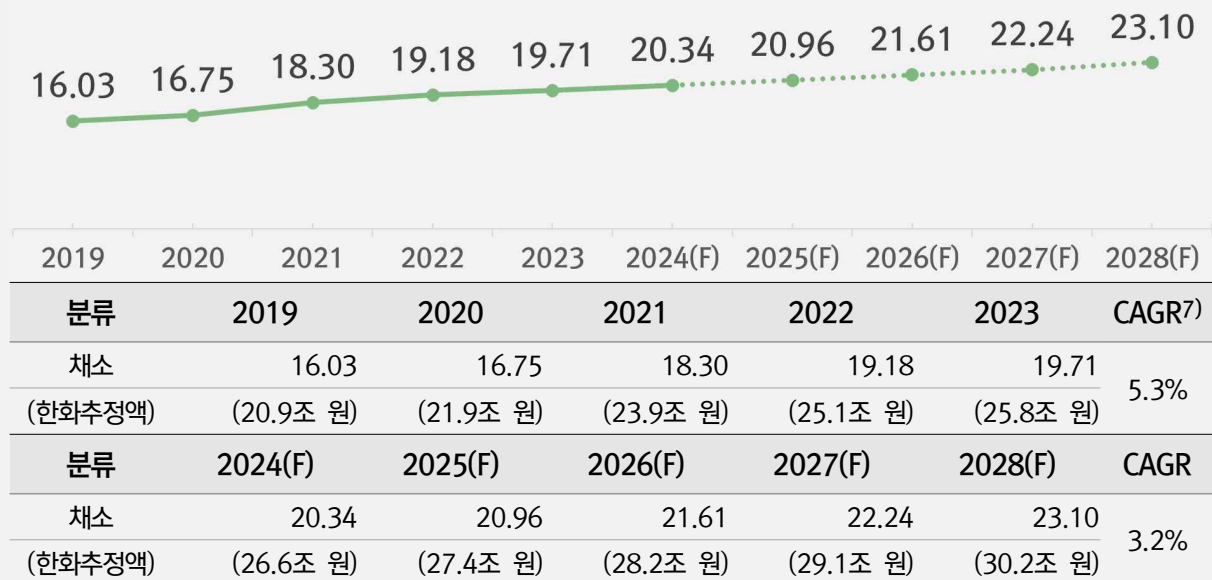
프랑스의 채소 시장규모는 2023년 기준 25.8조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 5.3%씩 증가한 수치임. 프랑스의 채소 시장은 같은 해 19.4조 원 규모로 집계된 한국 채소 시장의 1.3배 수준의 규모를 가진 것으로 파악됨

▶ 프랑스 채소 시장, 향후 연평균 3.2% 성장 전망

프랑스의 채소 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.2%씩 성장하여 2028년에는 30.2조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 건강과 환경 등의 문제로 육류 및 해산물의 소비는 감소하고, 채소나 대체 식품의 소비가 증가하는 현상은 과거 육류 중심 음식 문화를 가졌던 프랑스에서도 관찰되고 있음

[표 2.1] 프랑스 채소 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Vegetables - France', 2024.10

3) 스탯ISTA에 따르면, '채소(Vegetables)'는 영양 섭취 목적으로 소비되는 신선이나 냉동, 혹은 가공된 식용 식물을 포함함

4) 조사제품 '고구마'의 제품 유형을 고려해 '가공 및 냉동 채소(Processed & Frozen Vegetables)'와 상위항목인 '채소'의 시장규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 프랑스 가공 및 냉동 채소 시장규모

▶ 프랑스 2023년 가공 및 냉동 채소 시장규모 4.7조 원⁸⁾⁹⁾

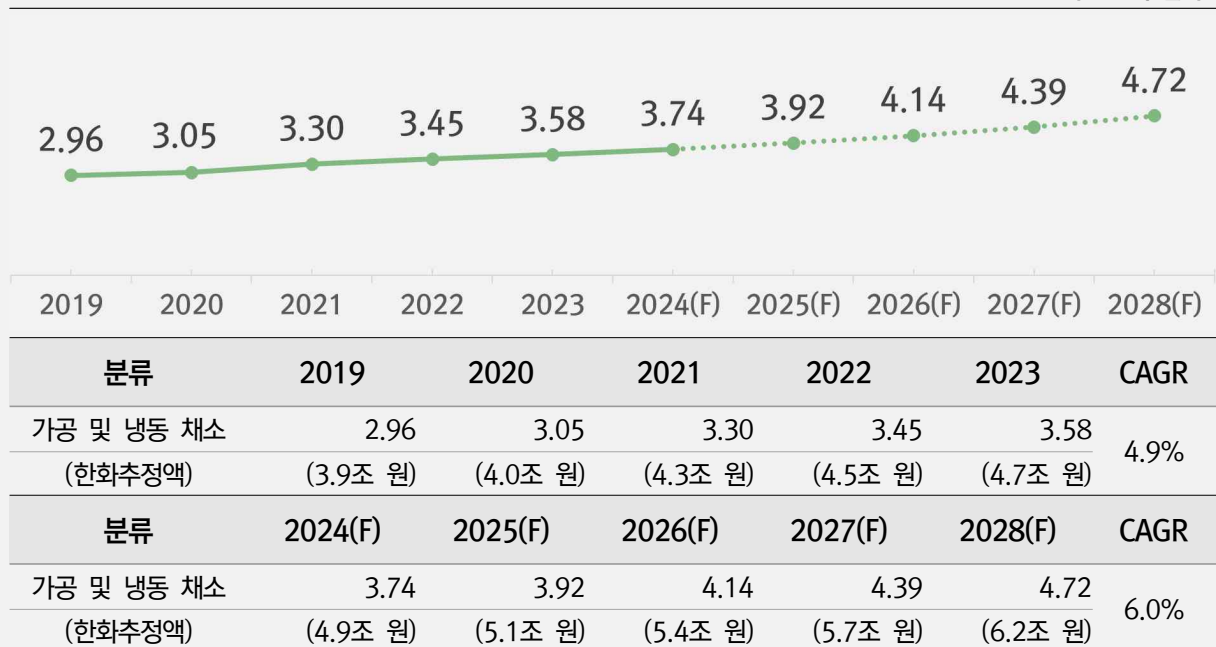
2023년 기준 프랑스의 가공 및 냉동 채소 시장규모는 4.7조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 4.9%씩 증가한 수치임. 프랑스의 가공 및 냉동 채소 시장은 같은 해 2.1조 원 규모로 집계된 한국의 약 2.3배 규모로 파악됨

▶ 프랑스 가공 및 냉동 채소 시장, 향후 연평균 6.0% 성장 전망

프랑스의 가공 및 냉동 채소 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 6.0%씩 성장하여 2028년에는 6.2조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 프랑스는 독일이나 영국에 비해서는 늦게 시작된 채식 트렌드의 확산으로 가공 채소나 냉동 채소의 소비가 최근 점차 늘고 있는 것으로 확인됨. 비건 문화와 고기와 생선 없이 운영되는 채식 레스토랑 또한 증가하고 있어, 프랑스의 가공 및 냉동 채소 수요는 꾸준히 성장할 것으로 기대됨¹⁰⁾

[표 2.2] 프랑스 가공 및 냉동 채소 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 스태티스타(Statista), 'Processed & Frozen Vegetables - France', 2024.10

9) 스태티스타에 따르면, '가공 및 냉동 채소(Processed & Frozen Vegetables)'는 통조림, 냉동, 건조, 염장된 식용 식물 제품을 포함함

10) 자료: KOTRA해외시장뉴스, "미식의 나라" 프랑스에 뒤늦게 부는 채식 바람, 2023.11

3. 프랑스 고구마 수입규모

HS CODE 0714.20

해당 장에서 조사제품 고구마는 HS CODE 0714.20으로 분류됨. HS CODE 제0714호의 품명은 '매니옥·찰뿌리·샬렙·돼지감자·고구마와 그 밖에 이와 유사한 전분이나 이눌린을 다량 함유한 뿌리·과경·사과야자의 심'이며, HS CODE 0714.20의 품명은 '고구마'로 확인됨

▶ HS CODE 0714.20 프랑스의 對글로벌 수입액, 796억 원

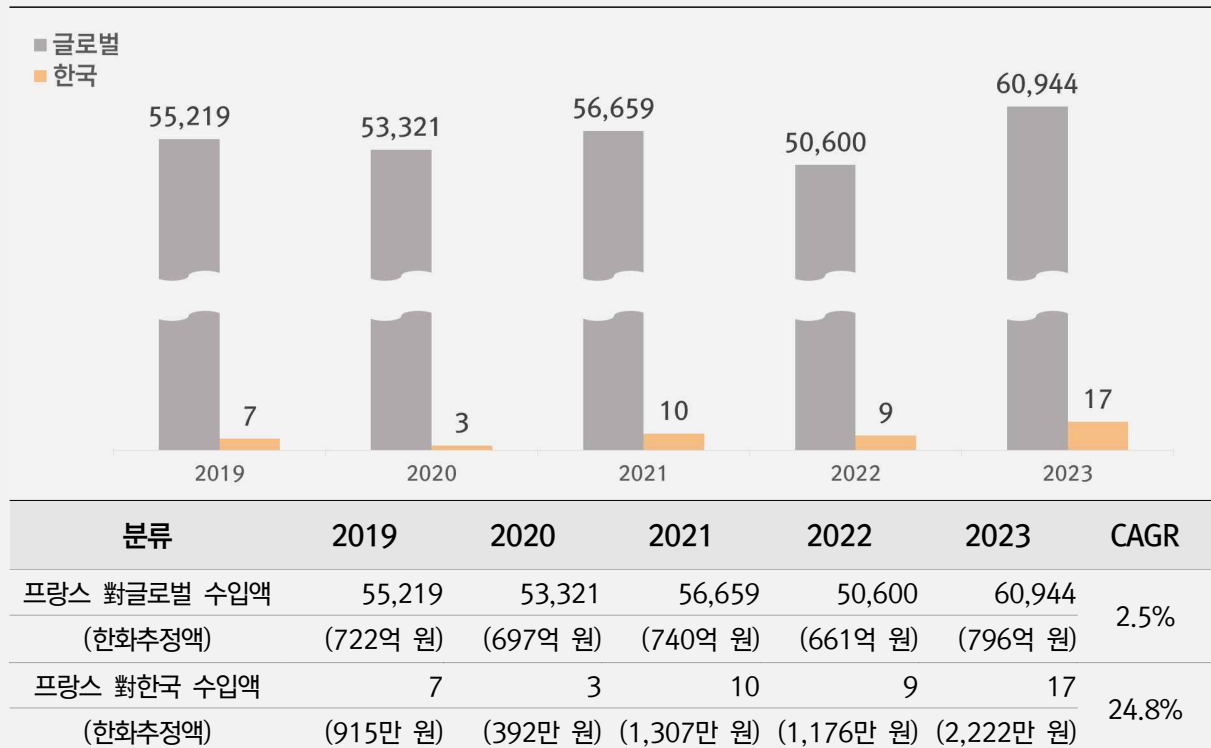
2023년 기준 HS CODE 0714.20 품목에 대한 프랑스의 對글로벌 수입액은 796억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 프랑스의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 증가와 감소를 거듭해 연평균 2.5%씩 증가한 것으로 확인되었음

▶ HS CODE 0714.20 프랑스의 對한국 수입액, 글로벌 27위

2023년 기준 해당 품목에 대한 프랑스의 對한국 수입액은 2,222만 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 27위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 프랑스의 對한국 수입은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 24.8%씩 증가함. 한편, 해당 품목에 대한 프랑스의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 이집트(185억 원), 2위 네덜란드(172억 원), 3위 스페인(172억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 프랑스 HS CODE 0714.20 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 프랑스 고구마 수요
2. 프랑스 식품 섭취 트렌드
3. 프랑스 식품 규제 현황
4. 프랑스 식품 유통매장 트렌드

1. 프랑스 고구마 수요

▶ 프랑스 소비자, 고구마 소비 증가

최근 몇 년간 고구마는 프랑스를 비롯한 유럽 시장에서 큰 인기를 얻고 있음. 조사에 따르면, 2019년에서 2022년까지 프랑스의 고구마 소비율이 18% 증가함. 현재 프랑스의 고구마는 주로 미국, 스페인, 이스라엘 등에서 수입되고 있으며, 2013년부터 2021년까지 수입량이 224% 증가하여 4만 6,000톤에 달함. 또한, 프랑스 내 고구마 생산량은 약 1만 톤으로 추정됨. 이와 같이 고구마의 인기가 높아지면서 고구마를 판매하는 매장도 증가하고 있는데, 현재 프랑스 내 식품 매장의 72%가 고구마를 판매하고 있는 것으로 조사됨

▶ 높은 영양가와 적극적인 마케팅이 인기 요인

고구마가 인기를 끄는 주요 요인은 풍부한 영양가임. 고구마는 베타카로틴, 비타민 A, 섬유질, 항산화제가 풍부한 식품으로 잘 알려져 있으며, 혈당 지수가 낮아 당뇨병 환자들 사이에서도 인기가 많음. 아울러 최근에는 비건 식단 선호 등 식단의 다양화로 인해 젊은 세대를 중심으로 고구마 섭취가 증가하고 있는 추세임. 뿐만 아니라, 고구마 생산 및 유통업체의 적극적인 마케팅도 고구마에 대한 인지도를 높이는 데 일조하고 있음. 특히, TV와 소셜미디어를 통해 고구마를 이용한 요리 레시피가 인기를 끌면서 고구마에 대한 관심과 수요는 더욱 증가하고 있음. 유럽의 주요 식량인 감자와 비슷한 조리법을 활용할 수 있으면서도 달콤한 맛이 소비자들의 관심을 끌고 있음. 프랑스 소비자들은 주로 오븐 구이, 퓨레, 그라탕, 머핀 등의 요리에 고구마를 활용하고 있음¹¹⁾¹²⁾

[표 3.1] 프랑스에서 판매 중인 고구마



자료: 웨스트프랑스(Ouest France)

11) 웨스트프랑스(Ouest France), 'Plébiscitée par les consommateurs, la patate douce s'ancre en France', 2023.03

12) 프레시프라자(Fresh Plaza), 'Continuous craze for sweet potatoes in France', 2023.09

2. 프랑스 식품 섭취 트렌드

▶ 프랑스 소비자, 슈퍼마켓에서 레스토랑 음식 구매

- 프랑스는 미식 문화가 발달한 나라로 소비자들은 다양한 음식에 관심이 많음. 특히, 레스토랑에서 맛본 음식을 슈퍼마켓에서도 구입하려는 경향이 있으며, 프랑스 소비자의 46%가 레스토랑에서 접한 음식을 슈퍼마켓에서 구매해 본 적이 있다고 응답함. 이에 식품 기업들은 현지 재료를 활용한 다국적 요리 출시에 앞장서고 있음
- 대부분의 소비자가 슈퍼마켓을 통해 식료품을 구입할 수 있는 점도 이러한 트렌드에 기여하고 있음. 고도로 도시화된 프랑스에서는 대부분의 도시 내 슈퍼마켓에서 다양한 식료품을 구매할 수 있음. 최근 프랑스에서는 규모가 작은 미니 슈퍼마켓을 통한 식료품 구입이 증가하고 있으며, 이는 코로나19 확산 당시 가까운 곳에서 식료품을 구매하던 트렌드가 반영된 결과로 보이며 식료품을 편리하게 구매하려는 소비자의 성향을 잘 보여줌. 또한, 편리한 구매를 선호하는 이러한 트렌드는 전자상거래 사이트를 통한 구매 증가에도 영향을 미치고 있음

▶ 맛있으면서도 편리하고 건강한 음식에 대한 수요 증가

- 편리한 식사에 대한 수요도 증가하고 있음. 프랑스 사람들은 주로 집에서 요리하여 음식을 먹지만, 포장이나 배달 서비스를 이용해 음식을 주문하는 사람도 증가하고 있음. 즉석식품을 데워 먹거나 시간 절약을 위해 식사를 간단한 간식으로 대체하는 소비자도 늘어나는 추세임. 특히 젊은 세대들의 절반 가까이는 시간 절약을 위해 돈을 쓸 의향이 있다고 응답하면서 집에서 요리하는 대신 음식을 주문해 먹는 경향을 보이고 있음
- 건강하면서도 맛있는 음식을 선호하는 현상도 강해지고 있음. 체중 관리, 심장 건강, 뼈와 관절 건강 등에 도움이 되는 음식을 찾는 소비자가 증가하면서 에너지 증진 식품, 고단백, 팜유 무첨가, 식물성 식품에 대한 선호도가 증가하고 있음. 건강을 해치지 않으면서도 맛있는 음식에 대한 수요는 앞으로도 지속적으로 증가할 것으로 전망됨¹³⁾¹⁴⁾

13) 익스포트커넥트(Export Connect), 'What's Happening in the French Food & Beverage Market?'

14) 이노바마켓인사이트(Innova Market Insights), 'Top Food Trends in France', 2024.07

3. 프랑스 식품 규제 현황

▶ 프랑스, 일부 식품 플라스틱 포장 금지 시행

프랑스는 2022년부터 일부 식품에 대해 플라스틱 포장을 금지하고 있음. 이는 2020년에 발효된 ‘낭비방지 순환경제법(Loi anti-gaspillage pour une économie circulaire)’의 일환으로, 2040년까지 4단계에 걸쳐 일회용 플라스틱을 단계적으로 퇴출하려는 계획임. 1단계 목표는 2025년 말까지 일회용 플라스틱 포장 사용량을 20% 감축하고, 2025년까지 일회용 플라스틱 포장재의 100% 재활용을 달성하는 것임, 이에 따라 시중에 출시되는 플라스틱 포장재는 재활용이 가능하고 재사용을 방해하는 성분이 포함되지 않아야 함. 2021년부터는 산화 분해성 플라스틱으로 만든 빨대와 일회용 포크 등의 식기, 음식용 꼬치 등의 사용이 금지되었으며 1.5kg 미만 단위의 신선 과일과 채소는 플라스틱 포장 금지됨. 또한, 과일과 야채 표면에 퇴비화할 수 없는 원료나 친환경 소재가 아닌 소재로 만든 스티커는 부착할 수 없음¹⁵⁾

▶ 식품 유통기한 표시 규정 수정

프랑스는 유통기한이 지나 버려지는 식품 폐기물을 줄이기 위해 식품 기업의 유통기한 자율 표시사항을 보완하기로 결정함. 현재 프랑스에서 유통되는 사전포장 식품의 유통기한 표시는 ‘사용기한(DLE: Date limite de consommation)’과 ‘최소보존기한(DDM: Date de durabilité minimale)’으로 구분되며, 사용기한이 표시된 제품은 해당 기한이 지난 후 판매가 금지됨. 프랑스 정부는 식품 폐기물의 20%가 섭취 가능함에도 불구하고 소비자들이 라벨을 잘못 해석하여 버려지는 경우가 있어 규정 수정을 결정함. 이번 규정 개정으로 최소보존기한을 표시하는 식품 기업은 소비자가 유통기한을 쉽게 식별하고, 해당 날짜 이후에도 제품을 안전하게 섭취할 수 있음을 인식할 수 있도록 시행령에서 정한 특정 문구를 자율적으로 제품 포장에 표시할 수 있음¹⁶⁾

15) KOTRA해외시장뉴스, ‘프랑스, 2022년부터 일부 식품 플라스틱 포장 금지 시행’, 2021.11

16) 해양수산해양산업정보포털, ‘프랑스, 식품 유통기한 표시 규정 수정’, 2023.01

4. 프랑스 식품 유통매장 트렌드

▶ 프랑스 식품 유통시장, 2027년 2,636억 달러 전망

프랑스 식품 유통시장은 최근 5년간 꾸준히 성장하고 있음. 시장조사 기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2022년 프랑스 식품 유통시장 규모는 2,444억 달러(약 319조 4,064만 원¹⁷⁾)로, 미국, 중국, 인도, 일본, 독일에 이어 세계 6위를 차지함. 또한, 세계 식품 유통업체 상위 100개 중 5개가 프랑스 유통업체로, 이들의 시장 점유율은 2%에 달함. 2021년과 2022년에는 코로나19와 우크라이나 전쟁으로 인한 원자재 가격 상승, 에너지 위기, 인플레이션 등의 영향으로 시장규모가 다소 축소됨. 2023년부터는 시장이 다시 성장세를 보이며, 2027년에는 2022년 대비 7.8% 증가한 2,636억 달러(약 344조 4,988만 원)에 이를 것으로 전망됨. 프랑스 식품 유통업 시장에서 점유율 1위 기업은 르클레어(E. Leclerc)이며, 인터마크셰(Intermarché)와 까르푸(Carrefour)가 그 뒤를 잇고 있음

▶ 대형, 중형, 소형으로 구분되는 프랑스 슈퍼마켓

프랑스의 유통매장은 대형 슈퍼마켓(Hypermarché), 중형 슈퍼마켓(Supermarché), 소형 슈퍼마켓(Superette)으로 구분됨. 대형 슈퍼마켓은 주로 도심 외곽에 위치하며, 묶음형 제품을 저렴한 가격에 제공하지만 접근성이 떨어짐. 중형 슈퍼마켓은 대형 슈퍼마켓보다 가격이 다소 높지만, 도심에 위치해 접근성이 우수함. 소형 슈퍼마켓은 대규모 유통 체인이 운영하며, 도심 곳곳에서 찾아볼 수 있으나 가격이 상대적으로 높은 편임. 프랑스 소비자들이 언급한 주요 유통 기업별 특징을 살펴보면, 까르푸는 야채나 과일의 신선도가 뛰어나고, 인터마크셰는 가격이 대체로 저렴하며 과일과 야채가 매우 신선하다는 호평을 받음. 독일 할인 판매점인 Lidl(리들)과 알디(Aldi)는 가격 대비 높은 가성비로 좋은 평가를 받고 있음. 한편, 프랑스의 여러 대형 유통매장 체인은 자체 샐러드 바를 운영하여 소비자들이 매장 내에서 저렴하고 간편하게 샐러드를 구매할 수 있음. 또한, 소비자들은 샌드위치나 스시 등 간편식을 구매하여 점심을 해결하는 경우도 많음¹⁸⁾

17) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

18) KATI농식품수출정보, '프랑스 식품유통시장 규모와 전망: 유통매장과 소비자 트렌드 분석', 2023.08

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



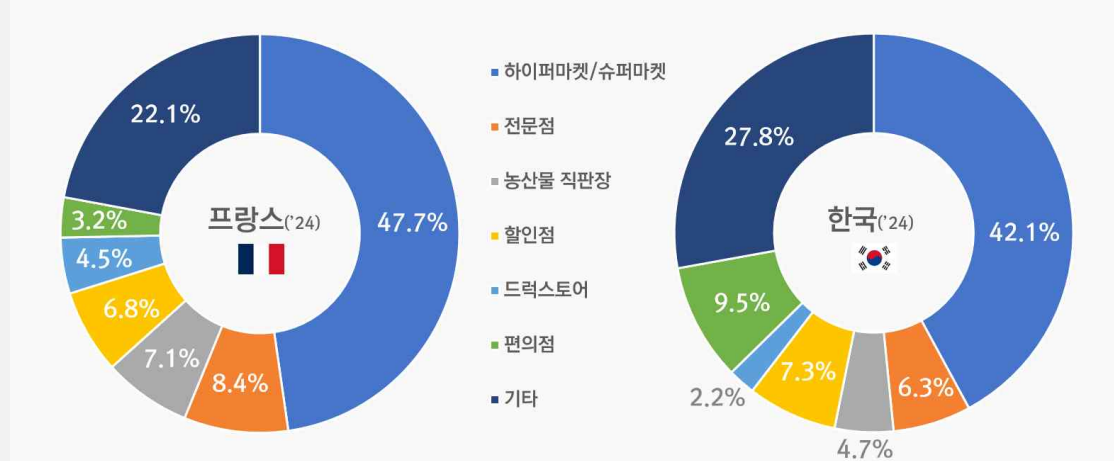
1. 프랑스 고구마 유통채널 점유율
2. 프랑스 고구마 주요 유통채널

1. 프랑스 고구마 유통채널 점유율

▶ 프랑스 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2022년 기준, 프랑스 내 고구마를 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 47.7%로 가장 높은 점유율을 기록함. 이어서 온라인과 유기농 매장 등이 포함된 ‘기타’가 22.1%로 2위, ‘전문점’이 8.4%로 3위를 차지함. 한국의 경우, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.1%로 1위, ‘기타’가 27.8%로 2위, ‘편의점’이 9.5%로 3위인 것으로 조사됨. 프랑스는 특히 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 식료품 유통의 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 프랑스뿐 아니라 유럽 내 유통 대기업들의 경쟁이 활발한 상황임. 농업이 발달함에 따라 지역 상점과 전통시장 또한 활발히 운영되고 있으며, 최근 프리미엄 유기농 매장 또한 점유율을 높여가는 추세임¹⁹⁾

[표 4.1] 프랑스 및 한국 고구마 B2C 소매유통채널 점유율 비교²⁰⁾²¹⁾²²⁾



B2C 소매유통채널 점유율 비교		
프랑스 점유율	유형	한국 점유율
47.7%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	42.1%
8.4%	전문점	6.3%
7.1%	농산물 직판장	4.7%
6.8%	할인점	7.3%
4.5%	드럭스토어	2.2%
3.2%	편의점	9.5%
22.1%	기타 ²³⁾	27.8%

자료: 스탯ISTA(Statista)

19) 자료: 로이드뱅크(Lloyds Bank), 'France: Buying and Selling, The distribution network in France', 2024.09

20) 해당 장에서 '고구마' 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 이를 포함하는 카테고리인 식료품(Grocery)의 유통채널 정보를 확인함

21) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Grocery shopping by store type in France as of September 2024', 2024.10

22) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10

23) '기타'는 온라인, 유기농 매장 등을 포함함

2. 프랑스 고구마 주요 유통채널 ① 라그랑드에피세리

기업 기본 정보	기업명	라그랑드에피세리(La Grande Epicerie)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.lagrandeepicerie.com	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액('24) • 950만 달러(약 124억 원 ²⁴⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 2개	
기업 요약		• 1838년 설립된 파리 최초의 현대적 백화점 르봉마르쉐(Le Bon Marche)의 고급 식료품 코너였으며, 현재는 독립적인 브랜드로 성장함 • 백화점 내의 지점과 독립된 지점을 각각 하나씩 보유함 • 독특하고 고급스러운 인테리어로 유명하며, 세계 각지의 고급 식자재, 고급 주류, 유기농 및 현지 생산 제품 등 다양한 고품질 식료품을 판매함 • 자체 온라인 몰도 운영 중임	
매장정보	입점 가능 품목	• 고급 식료품, 베이커리 및 디저트, 고급 주류, 수입 식료품 등	
	선호 제품	• 프리미엄 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 및 유선 연락을 통한 문의 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +33-1-44-39-81-00(본점) - 이메일: relationsclientele@la-grande-epicerie.fr(본점)	

자료: 라그랑드에피세리(La Grande Epicerie), 로켓리치(RocketReach)

사진 자료: 라그랑드에피세리(La Grande Epicerie)

24) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 프랑스 고구마 주요 유통채널 ② 르끌레어

기업 기본 정보	기업명	르끌레어(E.Leclerc)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.e-leclerc.com	
	위치	프랑스 전역	
	규모	매출액('22) • 439억 유로(약 63조 4,860억 원 ²⁵⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 5,879개	
기업 요약		• 프랑스의 대표적인 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드로 1948년 브르타뉴(Bretagne) 지방에서 시작됨 • 2022년 기준 프랑스 내 점유율 23.9%로 1위 슈퍼마켓 브랜드임 • 폴란드, 이탈리아, 포르투갈 등 일부 유럽 국가에도 진출함 • 저렴한 가격 및 넓은 상품군 확보를 주 경쟁력으로 삼음	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 생활용품, 식기류 등	
	선호제품	• 현지 식품, 유기농 식품, 공정 무역 제품 등	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 메뉴 'Contactez-nous' 클릭 - 'L'Enseigne / Votre magasin E.Leclerc' 통해 문의사항 등록 - 공급자 정보(매장명, 담당자명, 이메일, 주소, 연락처, 문의 내용 등) • 유의사항 및 문의사항 연락처 - 전화번호: +33-(0)9-69-32-42-52 - 매장마다 자체적인 판매 및 마케팅 정책을 실시하므로 입점 희망 매장으로 직접 문의	

자료: 르끌레어(E.Leclerc), 스크랩히어로(Scrapehero), 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine)

사진 자료: 르끌레어(E.Leclerc)

25) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 프랑스 고구마 주요 유통채널 ③ 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.carrefour.fr		
	위치	파리(Paris)		
	규모	매출액('23) • 420억 유로(60조 7,383억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 1,225개		
기업 요약	• 1960년 프랑스 안시(Annecy)에서 시작된 다국적 소매유통기업 • 2022년 기준 프랑스 내 18.8%의 점유율로 르플레어(E.Leclerc)에 이은 2위 기업이며, 현재 전 세계 30개 이상의 국가에 진출해 있음 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점과 온라인 등 다양한 플랫폼을 활용 중임 • 라벨 부착이나 바코드 스캔, 재고 관리 등의 분야에서 AI 및 디지털 솔루션 기술 사용방안을 시험 중임			
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 유제품, 냉동식품, 스낵류, 음료류, 건강보조식품, 생활용품, 잡화류 등		
	선호제품	• 현지식품, 유기농 식품 등		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 정보 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 - 공급업체 포털(suppliersportal.be.carrefour.eu) 접속 - ‘Create account’ 클릭 - 양식에 맞춰 작성 • 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 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), 스태티스타(Statista), 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine)

사진 자료: 까르푸(Carrefour)

2. 프랑스 고구마 주요 유통채널 ④ 프랑프리

기업 기본 정보	기업명	프랑프리(Franprix)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.franprix.fr	
	위치	일드프랑스(Ile-de-France)	
	규모	매출액('23) • 15억 2,200만 유로(약 2조 2,010억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 1,191개	
	기업 요약	1958년 설립된 프랑스의 소규모 슈퍼마켓 브랜드 - 건강, 친환경(패키징, 생산 방식 등), 사회적 요소(공정 무역 등) 등 최신 소비 트렌드를 적극 반영한 제품 구입 원칙을 강조함 - 주거지역 인근 입점이 주요 입지 전략이며, 높은 접근성이 주요 경쟁력임 - 빠르고 편리한 쇼핑에 강점이 있지만, 비교적 가격대가 높은 브랜드로 분류됨	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 유제품, 음료류, 스낵류 등	
	선호제품	• 유기농 제품, 지속 가능한 제품, 공정무역 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 'Contact Us' 메뉴 접속 - 인적사항 및 문의 내용 작성해 제출 - 문의 시 일반적으로 필요한 정보 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 - 이메일: contact@franprix.fr	

자료: 프랑프리(Franprix),

사진 자료: 프랑프리(Franprix), 포스퀘어(Foursquare)

2. 프랑스 고구마 주요 유통채널 ⑤ 에이스마트

기업 기본 정보	기업명	에이스마트(Ace Mart)
	기업구분	한인마트
	홈페이지	acemartmall.com
	위치	파리(Paris)
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 4개
	기업 요약	1998년 파리(Paris)에 설립된 한인마트 - 한국과 일본 식료품과 식재료를 주로 유통함 - 현재 파리 내 4개의 슈퍼마켓 매장이 있으며, 반찬 가게와 분식점도 운영 중임 - 온라인 몰도 운영되어 온라인 주문 및 배송이 가능함
매장정보	입점가능품목	• 한국 및 일본산 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 주류 등
	선호제품	• 현지 수요가 높은 한국 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 우측 상단 'Contact Us' 접속 - 인적사항 및 문의 내용 작성해 제출 - 문의 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) - 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +33-1-42-97-56-80(본점) - 이메일: contact@acemartmall.com

자료: 에이스마트(Ace Mart)

사진 자료: 에이스마트(Ace Mart), 투어라이브(Tourlive)

2. 프랑스 고구마 주요 유통채널 ⑥ 케이마트

기업 기본 정보	기업명	케이마트(K Mart)		
	기업구분	한인마트		
	홈페이지	www.k-mart.fr		
	위치	파리(Paris)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 5개		
	기업 요약	• 2006년 1호점을 시작으로 현재 파리(Paris) 내 5개 매장을 보유한 한인마트 • 한국과 일본 식품 및 식재료를 판매하며, 정육 코너가 잘 갖춰진 편임 • 김밥, 초밥, 비빔밥 등 조리된 즉석식품을 판매하는 코너가 운영됨 • 온라인 몰도 운영되어 온라인 주문 및 배송이 가능함		
매장정보	입점가능품목	• 한국 및 일본산 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 주류 등		
	선호제품	• 현지 수요가 높은 한국 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 'Contact Us' 접속 - 'Department' 항목 B2B(k-commerce) 선택 후 문의 내용 작성해 제출 - 문의 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +33-1-40-59-42-72 - 이메일: online@k-mart.fr		

자료: 케이마트(K Mart)

사진 자료: 페이스북(Facebook), 케이마트(K Mart)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



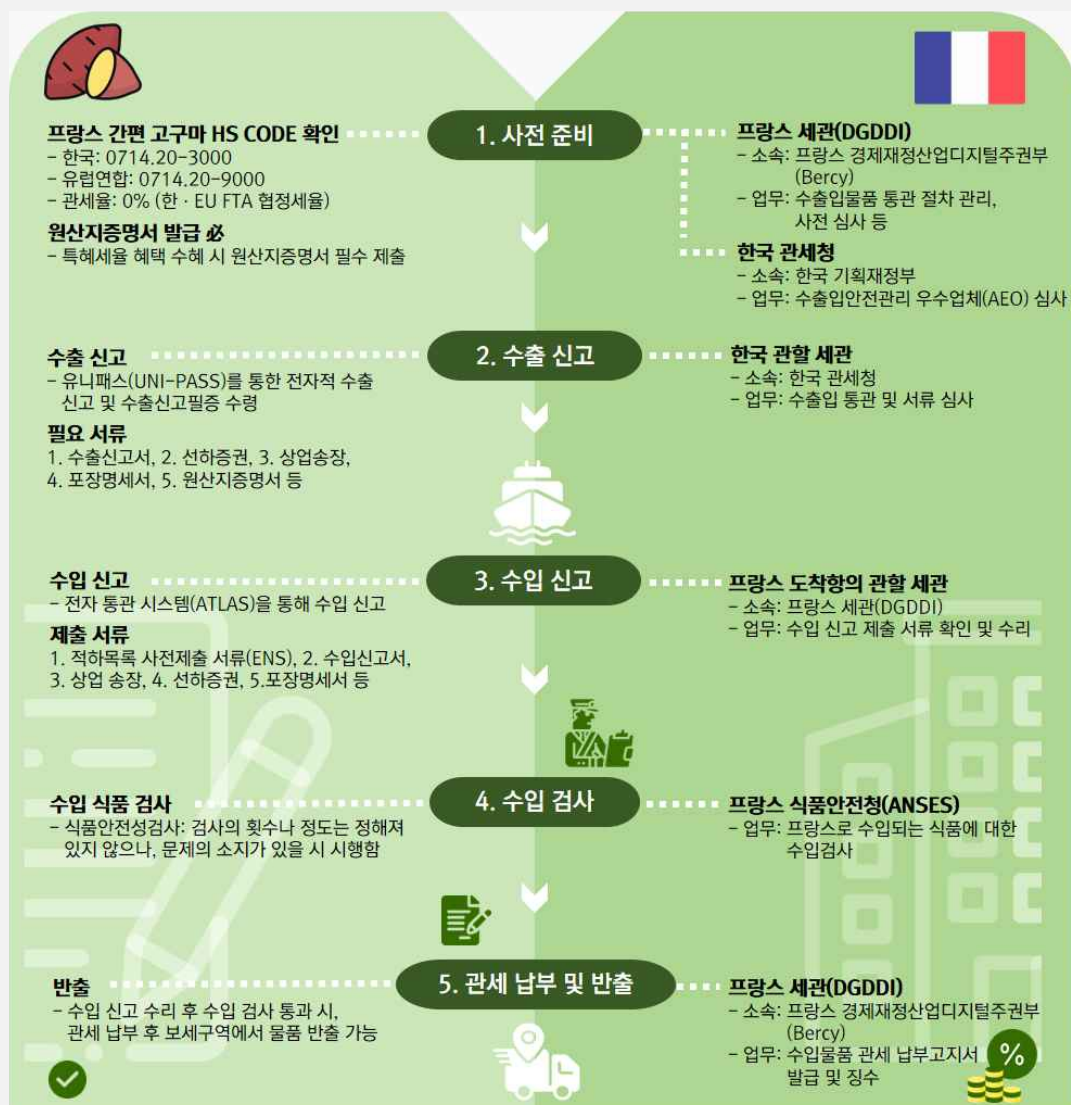
1. 프랑스 간편 고구마 통관 및 검역 절차
2. 프랑스 간편 고구마 품질 인증
3. 프랑스 간편 고구마 라벨링
4. 프랑스 간편 고구마 성분 및 유해물질

1. 프랑스 간편 고구마 통관 및 검역 절차²⁶⁾

▶ 프랑스 간편 고구마 수출 시, 통관 절차별 주요사항

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

[표 5.1] 프랑스 간편 고구마 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

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

▶ 프랑스 간편 고구마 수출 시, 세관등록번호(EORI) 발급 必

EORI(Economic Operator Registration and Identification)은 경제사업자 등록 및 식별번호로, 직접 통관을 진행하고자 하는 사업체와 개인은 모든 세관 절차에서 식별번호로써 EORI 번호를 사용해야 함. 또한, 2009년 7월부터 EU 수출입업자는 통관과 관련된 서류에 EU 공동의 세관등록번호인 EORI를 의무로 사용해야 함. 하나의 EU 회원국 세관 당국에 등록된 번호는 전체 EU 회원국에서 공동으로 통용되므로 다른 회원국으로 수출입 시 해당 회원국 세관에서 다시 세관등록번호를 받을 필요는 없음. 고객사가 프랑스로 간편 고구마를 수출할 때 직접 통관을 진행하려는 경우, 한국이 비EU 회원국이기 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	- 프랑스 관세청 사이트(www.douane.gouv.fr)에서 Web form을 통해 온라인으로 신청 가능 - 신청받은 서류를 심사하여 EORI 번호 발급		
소요기간	- 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 간편 고구마, 품목분류 사전심사 신청 가능

프랑스로 간편 고구마 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 수입 물품의 정확한 관세율표상 분류를 세관 당국에 사전 신청하여 그 결정을 받는 제도임. 또한, 해당 결정은 EU 역내국에서 3년간 유효한 것으로 통용됨

[표 5.3] 프랑스 BTI 품목분류 사전심사

적용 규제	(EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 'COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341'
심사 기관	- 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	- BTI 신청 서류(서면 또는 트레이드 포털 통해 신청) - 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	무료 (단, 번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우, 해당 비용은 신청자에게 청구)

자료: 유럽연합 집행위원회, 프랑스 관세청

▶ 프랑스 간편 고구마, 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 대해서 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하고, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비용이 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	- 수입검사를 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	- 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	- 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, 공인최소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청

2. 프랑스 간편 고구마 품질 인증

▶ 프랑스 간편 고구마, 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

 유럽 식품안전청 식품안전관리제도	발행 및 검사기관	유럽 식품안전청(EFSA)
	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 간편 고구마, 필수 인증 無

프랑스로 간편 고구마 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 간편 고구마 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 ²⁷⁾	유기농 식품 인증	유기가공식품 상호 동등성인정 협정에 따른 상호 인증	농림축산식품부	

자료: 각 인증기관

27) 유기가공식품, 유기농 또는 유기식품에 해당함

▶ 프랑스, ESG 경영 실천 식품 인증

유럽연합(EU)의 각종 환경 관련 규제가 강화되면서 식품기업의 ESG(환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance))경영²⁸⁾에 대한 필요성이 증대함. 이에 따라, 소비자에게 ESG 경영을 실천하고 있음을 홍보하기 위한 식품인증을 취득하는 기업이 증가하고 있음. 대표적인 ESG 경영 실천 관련 식품인증으로는 탄소저감라벨(Carbon Reduction Label), 공정무역 인증, 비콥 인증(B Corp) 등이 있음

[표 5.7] 프랑스 간편 고구마 ESG 식품 인증 취득 정보

탄소저감라벨	공정무역 인증	비콥(B Corp) 인증
		

자료: 각 인증기관

28) 기업이 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	• (소비자) 영양정보에 대한 이해 촉진 및 정보에 입각한 제품 선택 장려 • (산업계) 보다 건강한 제품 제조 장려
표시 대상	• 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	• 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011 부록 5호에 규정된 의무 영양표시 대상 제외 식품 - 비가공식품(예: 신선 채소, 과일), 0-3세 영유아용 식품 등
표시 방법	• 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

등록 주체	식품 생산업자 또는 유통업자
등록 방법	관련 사이트 (www.demarches-simplifiees.fr/commencer/ns_international_registration_procedure)를 통해 등록 후 무료 사용
등급 부여 방법	- 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) - 점수: 각 0~10점(총 40점) - 좋은 성분: 과일·채소·콩류·견과류·과일껍질특정오일(유채, 호두유, 올리브유)(%), 섬유질(g), 단백질(g) - 점수: 각 0~5점(총 15점)
표시 형태	The diagram shows five examples of the Nutri-Score logo, each consisting of a green circle with a white letter (A, B, C, D, or E) and a red circle with a white letter (A, B, C, D, or E). Below the logos is a horizontal arrow pointing from left to right, with a green circle containing a white '+' sign at the start and a red circle containing a white '-' sign at the end.

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

▶ 프랑스 간편 고구마 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 유발의 소지가 있는 제품의 일회용 플라스틱 용기에 대한 사용 제한 규정을 숙지하여 대비할 필요가 있음

[표 5.9] 유럽 플라스틱 포장재 규제

규정	Directive (EU) 2019/904
정의	- 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	- 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	• 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	• 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 간편 고구마 라벨링²⁹⁾³⁰⁾

[표 5.10] 프랑스 간편 고구마 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	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	‘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	- 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 - 중량 비율이 높은 순서대로 표시
	4. 순중량	- 무게 단위로 ‘킬로그램’ 또는 ‘그램’으로 표시 - 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시
	5. 보관방법	- 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	- 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	조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용
	8. 사업자 정보	- 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)

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

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

[표 5.10] 프랑스 간편 고구마 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	9. 영양 정보	- 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	- 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	- 명시된 성분 또는 가공보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태론든 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)	- 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	- 프랑스어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 - 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 - 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	14. 글자 크기	- 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 간편 고구마 라벨 샘플31)



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 프랑스어]

- ① Snacks Poppé | Végétarien | Sans Gluten
- ② TOOGOOD - Veggie
- ③ Nature
- ④ -55% De Matières Grasses
- ⑤ Patate Douce
- ⑥ 21g : 380 kj/90 kcal -100g : 1811 kj/430 kcal 85g

[앞면 - 국문]

- ① 포페 스낵 | 채식주의자 | 글루텐 프리
- ② 투굿 - 베지
- ③ 내추럴
- ④ -55% 지방
- ⑤ 고구마
- ⑥ 21g: 380kj/90kcal -100g : 1811kj/430kcal 85g

31) 고객사 제품과 유사한 간편 고구마 제품을 현지에서 찾기 어려워, 해당 고구마 스낵으로 라벨 조사가 이루어짐

[뒷면 - 프랑스어]

①

Valeurs nutritives moyennes	Pour 100.0g	Pour 1 portion 21g	Apport de référence pour un adulte-type 21g
valeur énergétique (kj/kcal)	1811/430	380/90	5%
Matières grasses	10.5	2.3	3%
dont saturés	1.1	0.2	1%
Glucides	76	16	6%
dont Sucres	9.3	2	2%
Fibres alimentaires	3.5	0.7	-
Protéines	6.1	1.3	3%
Sel	0.89	0.19	3%

- ② Snack à base de patate douce, sans huile frite, saveur sel
- ③ farine de riz, patate douce déshydratée, farine de maïs jaune, huile de tournesol, sucre de canne, maltodextrine, sel, colorant : extrait de paprika
- ④ Allergiques : Fabriqué dans une usine qui utilise du LAIT et SOJA
- ⑤ A conserver dans un endroit frais et sec.
- ⑥ Après ouverture, consommer sous 48h pour garantie du croquant.

[뒷면 - 국문]

①

영양성분 표	100.0g 당	1인분 기준 21g	일반 성인 기준 섭취량 21g
열량 (kj/kcal)	1811/430	380/90	5%
지방	10.5	2.3	3%
포화 지방	1.1	0.2	1%
탄수화물	76	16	6%
당	9.3	2	2%
식이섬유	3.5	0.7	-
단백질	6.1	1.3	3%
염분	0.89	0.19	3%

- ② 기름에 튀기지 않은 고구마 스낵, 소금 맛
- ③ 쌀가루, 건조고구마, 노란옥수수가루, 해바라기유, 사탕수수, 말토덱스트린, 소금, 색소: 파프리카추출물
- ④ 알레르기: 우유와 콩을 사용하는 공장에서 제조됩니다.
- ⑤ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.
- ⑥ 개봉 후에는 바삭함을 보장하기 위해 48시간 이내에 섭취하세요.

- | | |
|--|--|
| <p>⑦ La gamme TooGood Veggie est dépourvue de manteau aromatique superflu, pour ne retrouver que la patate douce.</p> <p>⑧ Soufflé à air chaud, sans friture, ce snack est savoureux et croquant.</p> <p>⑨ Car qui a dit que TooGood Veggie n'était pas ultra-gourmand ?</p> <p>⑩ Découvrez également la gamme TooGood Soja, pour un apéritif tout aussi déculpabilisant.</p> <p>⑪ Disponibles en six parfums : Tomate & Herbes, Barbecue, Sel & Poivre, Paprika, Fromage et Truffe.</p> <p>⑫ TSfood service consommateurs, 20 rue royale , 75008 paris , France</p> <p>⑬ www.toogood.fr</p> <p>⑭ Poids net :85 g</p> <p>⑮ À consommer de préférence avant le 28/02/2025</p> | <p>⑦ 투굿 베지 제품군은 불필요한 향을 제거하여 고구마 본연의 맛만 남겼습니다.</p> <p>⑧ 튀기지 않고 뜨거운 공기로 구워낸 이 스낵은 맛있고 바삭합니다.</p> <p>⑨ 투굿 베지가 최고급이 아니라고 누가 말했습니까?</p> <p>⑩ 죄책감 없이 식전주를 즐길 수 있는 투굿 소자 제품군도 만나보세요.</p> <p>⑪ 토마토 & 허브, 바베큐, 솔트 & 페퍼, 파프리카, 치즈, 트러플의 6가지 맛으로 제공됩니다.</p> <p>⑫ TSfood 소비자 서비스, 20 rue royale , 75008 paris , France</p> <p>⑬ www.toogood.fr</p> <p>⑭ 순중량: 85g</p> <p>⑮ 2025년 2월 28일 이전에 섭취하는 것이 가장 좋습니다.</p> |
|--|--|

4. 프랑스 간편 고구마 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 식품첨가물 기준 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 간편 고구마에 적용 가능한 프랑스 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	아산화질소	Nitrous Oxide	GMP ³²⁾	껍질을 벗긴, 절단하거나 조각낸 과일 및 채소
2	산소	Oxygen		
3	질소	Nitrogen		
4	헬륨	Helium		
5	아르곤	Argon		
6	로니세라 케어룰레아 엘. 베리 (하스캡)	Lonicera Caerulea L. Berries (haskap)	모든 식품에 이용 가능	
7	탈각된 디기타리아 엑실리스 곡물 (키피스트) 스타프	Decorticated Grains of Digitaria Exilis (kipist) Stapf		
8	이산화탄소	Carbon Dioxide	GMP / 영·유아 식품에 사용가능	

자료: KATI농식품수출정보

32) 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 간편 고구마에 적용 가능한 프랑스 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	살모넬라균	Salmonella spp.	n ³³⁾ =5, c ³⁴⁾ =0, Vm ³⁵⁾ , M ³⁶⁾ = 0 in 25g	자른 과일 및 채소 (즉석섭취)
2	대장균 O157:H7	Escherichia Coli O157:H7	n=5, c=2, Vm=100 cfu/g, M=1000 cfu/g	자른 과일 및 채소 (즉석섭취)
3	카드뮴	Cadmium(Cd)	0.10mg/kg (wet weight)	뿌리 및 괴경채소 (큰 뿌리 셀러리, 파스닙, 우엉, 서양고추냉이 제외), 줄기채소 (셀러리 제외), 최대 기준은 껍질 벗긴 감자에 적용
4	납	Lead(Pb)	0.10mg/kg	채소류 (배추속 식물, 우엉, 잎채소 및 생허브, 버섯류, 해조류 및 과채류 제외)

자료: KATI농식품수출정보

33) n: 시료 수

34) c: 허용 가능한 시료 수

35) Vm: 미생물 최소 허용 기준

36) M: 미생물 한계 허용 기준

▶ 알레르겐

프랑스는 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대해 해당 사실의 철저한 표기를 규정하고 있으므로, 특정 알레르기 유발물질은 반드시 라벨에 표기되어 있어야 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. 까르푸(Carrefour)
2. 에이스마트(Acemart)
3. 비앙망제(Bien Manger)

Interview ①

37)



까르푸
(Carrefour)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1959년에 설립된 소매업체로 식료품, 과일, 채소, 스낵, 베이커리 제품, 음료, 생활용품 등을 취급하고 있음
 - 다양한 제품군을 통해 고객에게 폭넓은 선택지를 제공하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

까르푸(Carrefour) Sales Manager

Q. 프랑스인들은 간편 고구마에 대한 최근 수요는 어떠한가요?

프랑스 소비자들은 가공된 고구마 제품에 대한 관심은 적은 편이며, 대다수가 신선한 고구마를 선호합니다. 따라서 프랑스에서 즉석 고구마 제품에 대한 수요는 아직 상대적으로 낮습니다. 그러나 까르푸가 고구마 스낵 형태의 튀김을 판매하기 시작한 이후로는 일부 수요가 있으며, 이는 주로 새로운 간식 소비자들 사이에서 인기를 끌었습니다. 가공이 적게 된 고구마의 맛이 살아있는 스낵이 인기를 얻고 있습니다.

Q. 프랑스인들의 한국산 간편 고구마에 대한 인식은 어떠한가요? 특히, 한국산 간편 식품에 대한 구매 의향이 있을까요?

프랑스에서는 한국산 즉석 고구마를 쉽게 구할 수 없으므로 인식이 아직 강하게 자리잡지 못했습니다. 고객사 제품과 같은 간편 고구마 제품은 시장에서 활발히 판매되고 있지 않지만, 라면, 김치, 떡과 같은 다른 한국 제품들은 판매하고 있습니다. 한국 문화에 대한 관심이 커지면서 한국 제품에 대한 관심이 증가하고 있으나, 간편 고구마 제품은 아직 잘 알려져 있지 않습니다.

Q. 프랑스에 간편 고구마 유통 시 필요한 통관 절차나 규제는 무엇인가요?

즉석 고구마 제품은 EU 및 프랑스의 식품 안전, 라벨링, 성분 기준을 준수해야 합니다. 또한, 제품은 프랑스어로 포장되고 라벨링되어야 합니다.

Q. 프랑스에 한국산 간편 고구마를 수출하기 위해 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

간편 고구마 제품은 정기적으로 최신 제품을 발주하는 슈퍼마켓을 통해 판매를 시작하는 것이 좋습니다. 프랑스의 슈퍼마켓은 국제 식품을 제공하여 소비자들에게 다양한 선택지를 제공합니다. 또한, 슈퍼마켓에서 단골 고객이 제품을 자주 접하도록 하여 관심을 끌거나 구매로 이어지게 할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장에 적절한가요? 또한, 프랑스에서 인기가 많은 간편 고구마 제품은 무엇인가요?

고객사의 제품은 가격, 중량, 포장에 한국 시장에서는 적합해 보이지만, 프랑스 소비자가 이를 어떻게 받아들일지는 실제 시장에 출시되기 전까지 명확히 알기 어렵습니다. 프랑스 시장에서 인기있는 고구마 가공 식품은 스트롱루츠(Strong Roots)의 고구마 튀김이며, 500g당 2.9유로(4,194원³⁸⁾)에 판매됩니다. 이 제품은 바삭하고 입에서 녹는 듯한 부드러운 식감과 약간의 단맛으로 사랑받고 있습니다.

Q. 프랑스 소비자에게 신뢰를 줄 수 있는 간편 식품 인증 제도나 표준은 무엇이 있나요?

즉석 식품 제조업체는 프랑스 소비자들에게 신뢰성을 보장해야 합니다. 특히 중요한 시스템 중 하나는 HACCP 인증으로, 이는 식품이 안전함을 보장하는 국제 인정 품질 관리 프로그램입니다. 고객사는 이미 HACCP 인증을 보유하고 있어 이 제품이 글로벌 수준의 식품 안전 기준을 충족하며 프랑스 소비자들에게도 안전하게 인식될 것입니다.

Q. ‘간편식’, ‘촉촉한’, ‘첨가물이 없는 고구마 100%’, ‘한 끼’ 라는 홍보문구가 효과적일까요? 개선할 점이나 강조하면 좋은 점이 있으면 말해주세요.

프랑스 소비자들은 최소한의 가공을 거치고 건강한 고품질 재료를 사용하는 것을 매우 중요하게 여깁니다. 따라서 제품에 이러한 점을 강조하면 프랑스 소비자들의 관심을 확실히 끌 수 있을 것입니다.

38) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Interview ②

39)

에이스마트
(Acemart)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1998년에 설립된 소매업체로 다양한 한국 식품을 취급하고 있음
 - 쌀/곡류, 냉장 및 냉동식품, 소스/조미료, 면/즉석식품, 스낵/디저트, 음료, 해조류/건해산물, 인삼 제품 등을 판매하고 있음

담당자 정보

CEO

에이스마트(Acemart)
CEO

Q. 프랑스인들은 간편 고구마에 대한 최근 수요는 어떠한가요?

프랑스에서는 즉석 고구마를 쉽게 구할 수 없습니다. 슈퍼마켓에서는 주로 신선한 고구마가 판매되기 때문에, 프랑스 소비자들은 고구마와 즉석식품을 연결짓지 못하는 경향이 있습니다.

Q. 프랑스인들의 한국산 간편 고구마에 대한 인식은 어떠한가요? 특히, 한국산 간편 식품에 대한 구매 의향이 있을까요?

최근 몇 년간 소셜 미디어와 온라인 콘텐츠를 통해 프랑스 소비자들 사이에서 한국 요리와 문화에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 이에 따라 한국산 즉석식품에 대한 호기심도 커지고 있으며, 이러한 제품을 찾는 소비자층이 형성되고 있습니다. 프랑스 소비자들은 새로운 맛을 경험하기 위해 한국산 편의식품을 구매하며, 그 결과 프랑스에서 판매되는 한국 즉석식품의 매출이 증가하고 있습니다.

Q. 프랑스에 간편 고구마 유통 시 필요한 통관 절차나 규제는 무엇인가요?

프랑스로 수출 시 EU 품질 기준을 준수해야 하며, 세관 통관 전 국경에서 검사를 받아야 합니다. 또한, 고구마와 같은 농산물은 식물 위생 검역 요건을 충족해야 합니다. 발송 시 상업 송장, 원산지 증명서와 같은 표준 수입 서류가 필요합니다. 또한, 프랑스 법에 따라 정보를 프랑스어로 적절히 표기해야 합니다.

Q. 프랑스에 한국산 간편 고구마를 수출하기 위해 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

대도시 지역의 아시아-한국 소매점을 통해 제품을 소개하는 것이 좋습니다. 프랑스 소비자들은 한국 정통 음식을 이러한 소매점에서 구매하는 것을 선호하기 때문입니다. 다른 일반 소매점에서도 아시아 식품의 판매를 확대하고 있지만, 판매를 시작할 때는 아시아 소매점을 선택하는 것을 권장합니다.

Q. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장에 적절한가요? 또한, 프랑스에서 인기가 많은 간편 고구마 제품은 무엇인가요?

고객사 제품의 가격은 프랑스 소비자들에게 합리적인 것 같습니다. 에이스마트에서 판매 중인 고객사 제품과 유사한 제품으로는 온드림의 냉동 군고구마가 있으며, 90g에 3.1유로(4,483원)로 판매하고 있습니다. 그 외 인기 있는 고구마 가공식품은 블렌디나툼 자색고구마라떼(Blendy Natume Purple Sweet Potato Latté)가 있으며, 13g씩 4팩에 5.9유로(8,532원)로 판매되고 있습니다.

Q. 프랑스 소비자에게 신뢰를 줄 수 있는 간편 식품 인증 제도나 표준은 무엇이 있나요?

고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있어 식품 생산 기준과 수입 요건을 충족합니다. 또한, 프랑스의 규정을 준수하는 것이 중요합니다. 고객사는 추가적인 인증을 획득하여 제품 가치를 높일 수도 있습니다.

Q. ‘간편식’, ‘촉촉한’, ‘첨가물이 없는 고구마 100%’, ‘한 끼’ 라는 홍보문구가 효과적일까요? 개선할 점이나 강조하면 좋은 점이 있으면 말해주세요.

해당 홍보문구는 프랑스 소비자에게 제품의 주요 특성을 소개하는 데 적합해보입니다. 또한, 편리하게 먹을 수 있으며 무첨가 제품임을 알리는 효과적인 방법인 것 같습니다.

Interview ③

40)


**비앙망제
(Bien Manger)**

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2000년에 설립된
소매업체로 유기농 식품,
고급 식료품,
델리카트스, 초콜릿 및
과자, 프랑스 음식,
아시아 식료품 등을
취급하고 있음

담당자 정보

Sales Representative

**비앙망제(Bien Manger)
Sales Representative**
Q. 프랑스인들은 간편 고구마에 대한 최근 수요는 어떠한가요?

즉석 고구마 제품은 최근 소비자들에게 주목받는 새로운 간식 옵션으로 자리 잡고 있습니다. 특히, 고객사 제품과 같은 간편 고구마는 유기농 간식이라는 점이 주요 판매 포인트입니다. 이처럼 소비자들의 유기농 선호 트렌드에 맞춰 다양한 제품이 출시되면서 고구마 제품의 새로운 하위 시장이 형성되고 있습니다.

Q. 프랑스인들의 한국산 간편 고구마에 대한 인식은 어떠한가요? 특히, 한국산 간편 식품에 대한 구매 의향이 있을까요?

프랑스 소비자들은 한국산 간편 고구마를 긍정적으로 여길 것입니다. 특히 한국산 간편 식품은 준비 과정이 복잡하지 않으면서 편리하게 먹을 수 있는 제품을 찾는 소비자들 선호하고 있습니다. 또한, 외국 식품의 경우 대다수의 프랑스 소비자 취향에 맞아야 하며, 너무 독특한 제품이라면 소비자들 구매를 망설일 수 있습니다. 간식 분야는 소비자들 많은 관심을 가지고 있는 분야이므로 간편 고구마 제품은 시장에 쉽게 접근할 수 있을 것입니다.

Q. 프랑스에 간편 고구마 유통 시 필요한 통관 절차나 규제는 무엇인가요?

일반적으로 식품을 유통할 때는 제품이 안전하고 적합하다는 증빙을 제공해야 합니다. 고객사 제품의 경우 인증이 필수는 아니며, EU와 프랑스의 기본적인 규제 절차를 통과하면 판매가 가능할 것으로 보입니다.

Q. 프랑스에 한국산 간편 고구마를 수출하기 위해 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

다양한 국가의 제품을 취급하는 슈퍼마켓을 통해 간편 고구마 제품을 판매할 수 있습니다. 또한, 고객사는 특별한 수입 제품을 취급하는 전문 식료품점에서도 제품을 판매할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장에 적절한가요? 또한, 프랑스에서 인기가 많은 간편 고구마 제품은 무엇인가요?

고객사의 제품은 가격 면에서 경쟁력이 있으나 소비자들이 이러한 간편 고구마 형태를 긍정적으로 받아들여야 할 것입니다. 또한, 프랑스에서 인기있는 고구마 가공품은 라파렌테스바이오(La Parenthèse Bio) 브랜드의 유기농 고구마 칩입니다. 이 제품은 프랑스에서만 생산되며 75g에 5.65유로(8,171원)에 판매됩니다.

Q. 프랑스 소비자에게 신뢰를 줄 수 있는 간편 식품 인증 제도나 표준은 무엇이 있나요?

프랑스 소비자들은 유기농 제품에 매우 관심이 많기 때문에 유기농 인증을 받거나 유기농 제품을 출시하는 것을 권장합니다. 또한, 고객사가 보유한 HACCP 인증은 신제품의 안전성과 품질을 보장하는 품질 관리 절차를 확인할 수 있어 신뢰를 줄 수 있습니다. 추가로 프랑스 소비자들이 높이 평가하는 AB 인증을 받는 것도 좋습니다.

Q. ‘간편식’, ‘촉촉한’, ‘첨가물이 없는 고구마 100%’, ‘한 끼’ 라는 홍보문구가 효과적일까요? 개선할 점이나 강조하면 좋은 점이 있으면 말해주세요.

해당 문구들은 간결하고 직접적이며 제품의 기본적인 사항을 설명하고 있습니다. ‘촉촉한’이라는 표현은 다른 표현으로 대체하는 것을 권장합니다. 홍보문구를 정할 때는 소비자들에게 불필요한 우려를 줄 수 있는 표현을 피하는 것이 중요합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 'Revenue in the Vegetables market - France', 2024.10
2. 스탓티스타(Statista), 'Revenue in the Processed & Frozen Vegetables market - France', 2024.10
3. KOTRA해외시장뉴스, "미식의 나라' 프랑스에 뒤늦게 부는 채식 바람", 2023.11
4. 웨스트프랑스(Ouest France), 'Plébiscitée par les consommateurs, la patate douce s'ancre en France', 2023.03
5. 프레시프라자(Fresh Plaza), 'Continuous craze for sweet potatoes in France', 2023.09
6. 익스포트커넥트(Export Connect), 'What's Happening in the French Food & Beverage Market?', 2024.07
7. 이노바마켓인사이트(Innova Market Insights), 'Top Food Trends in France', 2024.07
8. KOTRA해외시장뉴스, '프랑스, 2022년부터 일부 식품 플라스틱 포장 금지 시행', 2021.11
9. 해양수산해양산업정보포털, '프랑스, 식품 유통기한 표시 규정 수정', 2023.01
10. KATI농식품수출정보, '프랑스 식품유통시장 규모와 전망: 유통매장과 소비자 트렌드 분석', 2023.08
11. 스탓티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in France as of September 2024', 2024.10
12. 스탓티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10
13. 로이드뱅크(Lloyds Bank), 'France: Buying and Selling, The distribution network in France', 2024.09
14. KATI농식품수출정보, '프랑스 대형 아시아식품 유통매장 탐방 및 한국수출식품 진출 조사', 2023.04
15. EU 법령포털(EUR-LEX), 'REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL', 2011
16. 한국농수산식품유통공사, '2020년 EU 식품 라벨링 제도', 2020.11
17. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템, '글로벌 식품안전 브리프 제3호', 2021.08
18. KATI농식품수출정보, '[유럽연합, 쇠고기, 커피 등 산림 별채로 생산되는 식품의 수입을 규제하는 산림 전용 방지 규정 시행', 2023.06
19. KATI농식품수출정보, '[EU] 국정통제소에서 공식 통제가 면제되는 복합식품 목록 개정안 발표(2023년 9월 21일 발효)' 2023.09
20. EU 집행위원회(EC) 'EU 2023/1674', 2023.06
21. aT한국농수산식품유통공사, '2021 농식품 수출국가정보 프랑스', 2021.12
22. aT한국농수산식품유통공사, '2021 농식품 해외인증·등록정보 종합가이드', 2021.12
23. aT한국농수산식품유통공사, '2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황', 2023.07
24. aT한국농수산식품유통공사, '유럽 식품시장 2022년 분석 및 2023년 전망', 2022.11

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 웨스트프랑스(Ouest France) (ouest-france.fr)
7. 프레시프라자(Fresh Plaza) (www.freshplaza.com)
8. 익스포트커넥트(Export Connect) (exportconnect.com.au)
9. 이노바마켓인사이트(Innova Market Insights) (www.innovamarketinsights.com)
10. 해양수산해양산업정보포털 (www.kmi.re.kr)
11. 로이드뱅크(Lloyds Bank) (www.lloydsbank.com)
12. 라그랑드에피세리(La Grande Epicerie) (www.lagrandeepicerie.com)
13. 로켓리치(RocketReach) (www.rocketreach.co)
14. 르끌레어(E.Leclerc) (www.e-leclerc.com)
15. 스크랩히어로(Scrapehero) (www.scrapehero.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

16. 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine) (www.esmmagazine.com)
17. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.fr)
18. 프랑프리(Franprix) (www.franprix.fr)
19. 포스퀘어(Foursquare) (foursquare.com)
20. 에이스마트(Ace Mart) (acemartmall.com)
21. 투어라이브(Tourlive) (www.tourlive.co.kr)
22. 케이마트(K Mart) (www.k-mart.fr)
23. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
24. 관세청 (www.customs.go.kr)
25. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
26. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
27. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
28. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
29. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템 (foodlaw.foodinfo.or.kr)
30. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
31. 에코라벨 인덱스(Ecolabel Index) (www.ecolabelindex.com)
32. 페어트레이드 인터내셔널(Fairtrade International) (www.fairtrade.net)
33. 베네피트 코퍼레이션(Benefit Corporation) (usca.bcorporation.net/benefit-corporation)
34. 프랑스 관세청 (www.douane.gouv.fr)
25. 유럽 식품안전청(EFSA) (www.efsa.europa.eu/en)
26. 비앙망제(Bien Manger) (www.bienmanger.com)
27. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.08

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