

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-44

품목 | 단백질파우더(Protein Powder)

HS CODE | 1103.19-9000

국가 | 프랑스(France)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 프랑스 빵 및 곡물 가공품 시장규모	06
2. 프랑스 아침 시리얼 시장규모	07
3. 프랑스 단백질파우더 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인기브랜드 1위, '더프로틴웍스'	11
2. 홍보문구 키워드 1위: '천연'	12
3. 맛/성분 키워드 1위: '바닐라'	13

IV. 유통채널

1. 프랑스 단백질파우더 유통채널 점유율	
2. 프랑스 단백질파우더 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 프랑스 단백질파우더 통관 및 검역 절차	23
2. 프랑스 단백질파우더 품질 인증	27
3. 프랑스 단백질파우더 라벨링	34
4. 프랑스 단백질파우더 성분 및 유해물질	41

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 까르푸(Carrefour)	45
2. 뉴트리메오(Nutrimeo)	48
3. 나투랄리아(Naturalia)	50

※ 참고문헌	52
--------	----



프랑스 단백질파우더 시장

시장 현황

빵 및 곡물 가공품 시장규모

단위 : 십억 달러



아침 시리얼 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1103.19 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

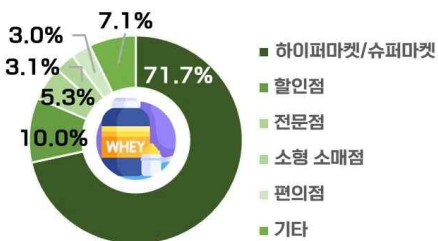
빅데이터 분석



* 프랑스 아마존 단백질 셰이크 파우더 제품 250건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정세율 0%

사전 준비
수출입안전관리 우수공인업체 (AEO) 인증 권장

권장 인증

FSSC 22000

ISO 22000

HACCP

유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 성분 목록, 첨가물, 순중량, 보관방법, 원산지, 조리방법, 사업자 정보, 영양정보, 유통기한, 알레르기 유발물질 등
프랑스어 표기

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



NUTRIMEO

NATURALIA

Point 01.

시장 동향 프랑스 단백질 파우더 시장은 건강과 피트니스에 대한 관심 증가로 빠르게 성장 중임. 주요 소비자는 운동선수, 피트니스 애호가, 직장인, 학생 등으로 구성되며, 식물성 단백질 제품에 대한 선호도가 높음

가격 피드백 프랑스 단백질 파우더 시장에서 경쟁력을 유지하려면 40g x 10개입 기준으로 10~15유로(약 14,442~21,692원)의 가격대가 적합함

포장 피드백 포장은 성분과 효능을 강조할 수 있는 디자인이 중요함. 간편한 스틱형이나 휴대성을 강조한 형태가 소비자들에게 어필할 수 있음

Point 02.

홍보문구 피드백 식물성 단백질의 건강 이점을 강조하는 홍보문구가 효과적임. 예를 들어 "자연에서 온 건강"과 같은 문구가 소비자들에게 신뢰감을 줄 수 있음

유통 피드백 프랑스 내 대형 슈퍼마켓, 전문 보충제 매장, 약국, 그리고 온라인 채널이 주요 유통 경로임. 디지털 광고와 샘플링 이벤트를 통한 홍보가 효과적임

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 프랑스 빵 및 곡물 가공품 시장규모
2. 프랑스 아침 시리얼 시장규모
3. 프랑스 단백질파우더 수입규모

1. 프랑스 빵 및 곡물 가공품 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 빵 및 곡물 가공품 시장규모 37.0조 원²⁾³⁾⁴⁾

프랑스의 빵 및 곡물 가공품 시장규모는 2023년 기준 37.0조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 3.4%씩 증가한 수치임. 프랑스의 빵 및 곡물 가공품 시장은 같은 해 27.0조 원 규모로 집계된 한국 빵 및 곡물 가공품 시장의 약 1.4배 규모인 것으로 확인됨

▶ 프랑스 빵 및 곡물 가공품 시장, 향후 연평균 2.5% 성장 전망

프랑스의 빵 및 곡물 가공품 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.5%씩 성장하여 2028년에는 41.8조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 프랑스는 전통적으로 발달한 빵 문화를 보유했으나, 최근 유럽 내 전쟁으로 인한 에너지 및 원재료 가격 상승에 제빵 업계가 큰 타격을 입은 상황임. 이에 따라 향후 성장치도 7%대로 전망되는 글로벌 빵 및 곡물 가공품 시장의 연평균 성장률 예측치에 비해 낮을 것으로 분석됨⁵⁾

[표 2.1] 프랑스 빵 및 곡물 가공품 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러

	2019	2020	2021	2022	2023	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	2028(F)
	24.78	25.69	27.84	27.59	28.28	29.04	29.76	30.59	31.26	32.01
분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR ⁸⁾				
빵 및 곡물 가공품	24.78	25.69	27.84	27.59	28.28	3.4%				
(한화추정액)	(32.4조 원)	(33.6조 원)	(36.4조 원)	(36.1조 원)	(37.0조 원)					
분류	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	2028(F)	CAGR				
빵 및 곡물 가공품	29.04	29.76	30.59	31.26	32.01	2.5%				
(한화추정액)	(38.0조 원)	(38.9조 원)	(40.0조 원)	(40.9조 원)	(41.8조 원)					

자료: 스탯시타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯시타(Statista), 'Bread & Cereal Products - France', 2024.10

3) 스탯시타에 따르면, '빵 및 곡물 가공품(Bread & Cereal Products)'은 밀가루, 물, 발효제가 들어간 반죽으로 만든 베이커리 제품과 밀, 귀리, 쌀 등 곡물을 가공한 제품을 포함함

4) 조사제품 '단백질파우더'의 제품 용도를 고려해 '아침 시리얼(Breakfast Cereals)'과 상위항목인 '빵 및 곡물 가공품'의 시장규모를 조사함

5) 자료: 주간경향, "오븐이 식는다" 위기의 프랑스 빵, 2023.01

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 프랑스 아침 시리얼 시장규모

▶ 프랑스 2023년 아침 시리얼 시장규모 7.2조 원⁹⁾10)

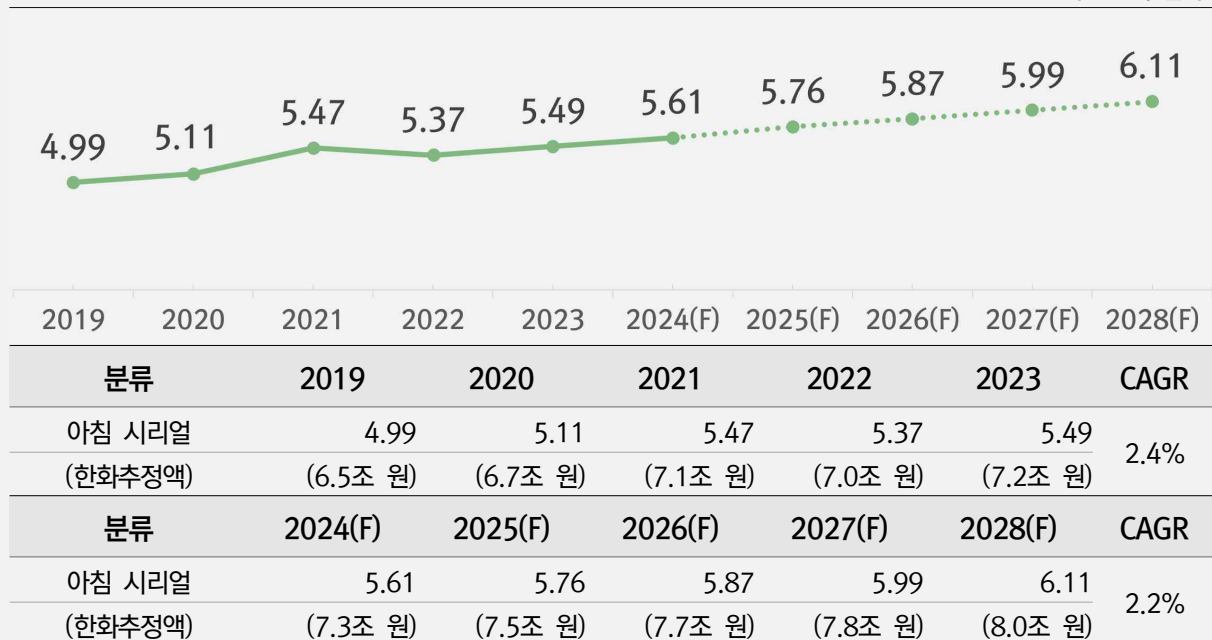
2023년 기준 프랑스의 아침 시리얼 시장규모는 7.2조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 2.4%씩 증가한 수치임. 프랑스의 아침 시리얼 시장은 같은 해 0.6조 원 규모로 집계된 한국의 약 12배 규모로 파악됨. 러시아 우크라이나 전쟁이 발발한 2022년에는 상위 시장과 마찬가지로 시장의 역성장이 관측되기도 하였음

▶ 프랑스 아침 시리얼 시장, 향후 연평균 2.2% 성장 전망

프랑스의 아침 시리얼 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.2%씩 성장하여 2028년에는 8.0조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 프랑스의 빵 및 곡물 가공품 시장의 하위 시장인 아침 시리얼 시장 역시 원가 상승의 여파가 관측되었으며, 이에 따라 5%대로 전망되는 글로벌 아침 시리얼 시장의 연평균 성장률 예측치에 비해 다소 저조한 성장세가 이어질 것으로 분석됨

[표 2.2] 프랑스 아침 시리얼 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Breakfast Cereals - France', 2024.10

10) 스태티스타에 따르면, '아침 시리얼(Breakfast Cereals)'은 밀, 옥수수, 귀리 등 곡물을 원료로 하며, 주로 우유나 요거트와 함께 소비되는 다양한 시리얼 제품을 포함함

3. 프랑스 단백질파우더 수입규모

HS CODE 1103.19

해당 장에서 조사제품 단백질 파우더는 HS CODE 1103.19로 분류됨. HS CODE 제1103호의 품명은 '곡물의 부순 알곡·거친 가루·펠릿'이며, HS CODE 1103.19의 품명은 '그 밖의 곡물로 만든 것'으로 확인됨

▶ HS CODE 1103.19 프랑스의 對글로벌 수입액, 82억 원

2023년 기준 HS CODE 1103.19 품목에 대한 프랑스의 對글로벌 수입액은 82억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 프랑스의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 28.0%씩 증가함. 특히 가장 최근인 2023년 수입액이 전년 대비 65% 급증했으며, 이는 평년의 증가세를 크게 웃도는 수치임

▶ HS CODE 1103.19 프랑스의 對한국 수입액, 미집계

2023년 기준 해당 품목에 대한 프랑스의 對한국 수입액은 집계되지 않음. 해당 품목에 대한 프랑스의 對한국 수입은 조사 기간 중 2020년 131만 원가량의 수입이 유일했던 것으로 확인됨. 한편, 해당 품목에 대한 프랑스의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 독일(31억 원), 2위 벨기에(30억 원), 3위 네덜란드(5억 원) 순으로 확인되어, 유럽 내 인접국으로부터의 수입이 대부분을 차지하는 것으로 나타남

[표 2.3] 프랑스 HS CODE 1103.19 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인기브랜드 1위: '더프로틴웍스'
2. 홍보문구 키워드 1위: '천연'
3. 맛/성분 키워드 1위: '바닐라'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 프랑스 온라인 쇼핑몰 입점 단백질파우더

- 데이터 수집 키워드 : 단백질 셰이크 파우더(Protein Shake Powder)
- 데이터 수집량 : 250건
- 데이터 수집원 : 프랑스 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 프랑스 온라인 쇼핑몰 입점 단백질파우더 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 브랜드 ② 홍보문구 ③ 맛/성분

항목	키워드 (국문/프랑스어)		빈도	키워드 (국문/프랑스어)		빈도
브랜드	더프로틴웍스	The Protein Works	30	에아핏	Eafit	13
	벌크	Bulk	29	바이오테크USA	Biotechusa	10
	푸드스프링	Foodspring	28	아이언맥스	Ironmaxx	6
	옵티멈뉴트리션	Optimum Nutrition	18	피에이치디	Phd	6
홍보문구	천연	Naturel	96	Non GMO	Sans Ogm	23
	근육	Muscle	93	무첨가	Sans Additifs	13
	유기농	Bio	62	지구력	Endurance	8
	건강	Santé	49	무방부제	Sans Conservateurs	5
	글루텐프리	Sans gluten	41	회복	Recovery	2
	비건	Vegan	40	(-)	(-)	(-)
맛/성분	바닐라	Vanille	86	녹차	Thé Vert	15
	초콜릿	Chocolat	83	피치	Pêche	14
	딸기	Fraise	49	커피	Café	12
	카라멜	Caramel	17	코코넛	Noix De Coco	9
	라즈베리	Framboise	17	블루베리	Myrtille	3

1. 인기브랜드 1위: ‘더프로틴웍스’

▶ 프랑스 단백질파우더 브랜드로 ‘더프로틴웍스’ 1위

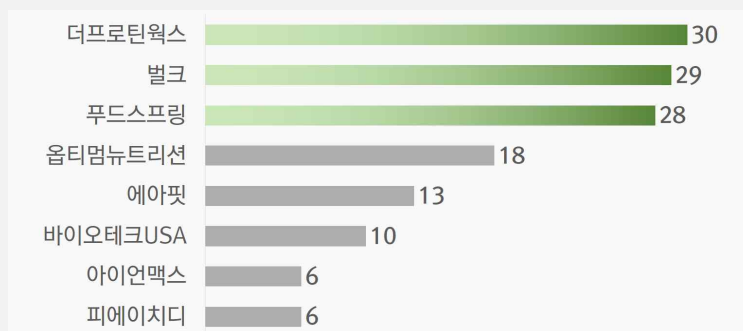
- 프랑스 단백질파우더 시장에서 브랜드 관련 키워드 중 ‘더프로틴웍스’가 30건으로 가장 많이 빈출됨
- ‘더프로틴웍스’는 영국 브랜드로, 다양한 단백질 셰이크 파우더와 스낵 등을 판매하고 있음

▶ ‘벌크’와 ‘푸드스프링’ 빈출

- 다양한 단백질파우더와 비타민, 에너지 음료 등을 판매하는 영국브랜드 ‘벌크’가 29건 도출됨
- 단백질파우더와 팬케익을 비롯한 다양한 영양 제품을 판매하는 독일 브랜드 ‘푸드스프링’이 28건으로 3위를 기록함

더프로틴웍스		벌크		푸드스프링	
					
제품명	익스트림 비건 프로틴 (Extreme Vegan Protein)	제품명	피 프로틴 이이솔레이트 (Pea Protein Isolate)	제품명	웨이 프로틴 (Whey Protein)
브랜드	더프로틴웍스 (The Protein Works)	브랜드	벌크 (bulk)	브랜드	푸드스프링 (Foodspring)
용량	1kg	용량	2.5kg	용량	750g
가격	34.00유로(49,169원 ¹¹⁾)	가격	37.48유로(54,202원)	가격	39.38유로(56,949원)

[표 3.1] 프랑스 판매 단백질파우더 브랜드 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질파우더’ 관련 게시물 250건 분석

11) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

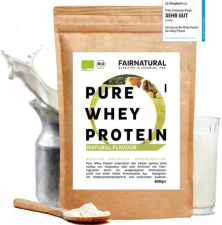
2. 홍보문구 키워드 1위: ‘천연’

▶ 프랑스 단백질파우더 홍보문구로 ‘천연’ 빈출

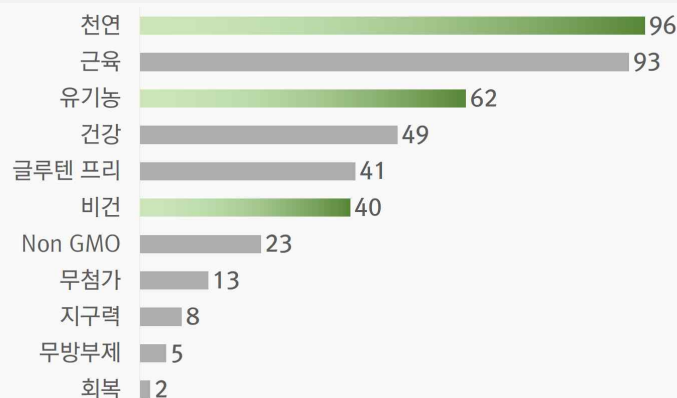
- 현지 온라인 물에서 판매 중인 프랑스 단백질파우더 제품의 홍보문구 관련 키워드로 ‘천연’이 96건으로 가장 많이 도출됨
- 뒤이어 ‘근육’ 관련 키워드가 93건 도출되면서, 단백질 제품 선택 시 천연 제품인지 여부와 근육 강화 기능을 중시하는 것을 알 수 있음

▶ 채식에 대한 관심 증대로 ‘비건’ 키워드 빈출

- 최근 지속가능한 식단 등의 추세로 프랑스 내 채식에 대한 관심이 높아지면서 ‘비건’ 관련 키워드가 40건 도출됨
- 뿐만 아니라 유럽 시장 내 친환경과 투명성 등이 강조되면서 단백질 파우더 제품 홍보문구로 ‘유기농’ 관련 키워드 62건 확인됨¹²⁾

천연		유기농		비건	
					
제품명	골드 스탠다드 100% 웨이 (Gold Standard 100% Whey)	제품명	퓨어 웨이 프로틴 (Pure Whey Protein)	제품명	비건 프로틴 (Vegan Protein)
브랜드	옵티멈뉴트리션 (Optimum Nutrition)	브랜드	페어내추럴 (Fairnatural)	브랜드	바이오테크USA (Biotech USA)
용량	900g	용량	600g	용량	500g
가격	35.00유로(50,615원)	가격	29.99유로(43,370원)	가격	27.90유로(40,348원)

[표 3.2] 프랑스 판매 단백질파우더 홍보문구 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질파우더’ 관련 게시글 250건 분석

12) KOTRA해외시장뉴스, “미식의 나라’ 프랑스에 뒤흔치는 채식 바람”, 2023.11

3. 맛/성분 키워드 1위: ‘바닐라’

▶ 프랑스 단백질파우더 맛/성분 키워드로 ‘바닐라’ 1위

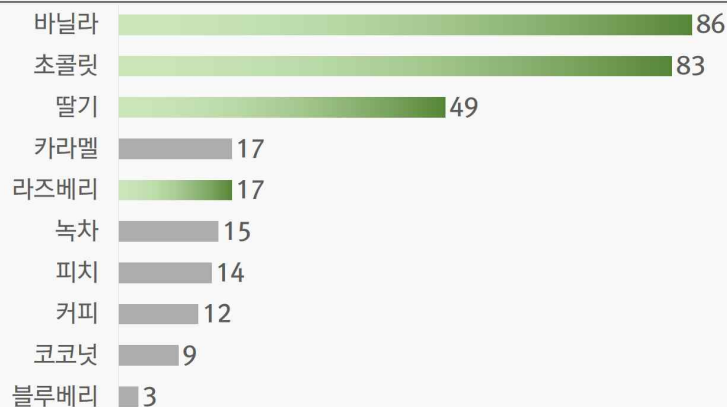
- 프랑스 온라인 매장에서 판매 중인 프랑스 단백질파우더 제품의 맛과 성분 키워드로 ‘바닐라’가 86건으로 가장 많이 도출됨
- 다음으로 ‘초콜릿’ 관련 키워드가 83건으로 나타났으며, 그 외에도 ‘카라멜’과 ‘코코넛’ 등 달콤한 맛 관련 키워드가 다수 확인됨

▶ ‘딸기’와 ‘라즈베리’ 등 과일 관련 키워드 확인

- 프랑스 내 판매 중인 단백질파우더 제품의 맛과 성분으로 과일 관련한 키워드가 다수 확인됨
- 특히 베리류가 인기였는데, ‘딸기’ 키워드가 49건, ‘라즈베리’ 키워드가 17건 도출됨

바닐라		초콜릿		딸기	
					
제품명	웨이 프로틴 파우더 (Whey Protein Powder)	제품명	웨이 프로틴 초콜릿 (Whey Protein Chocolate)	제품명	알파티어 (Alphatier)
브랜드	키네틱카 (Kinetica)	브랜드	매뮷뉴트리션 (Mammut Nutrition)	브랜드	페노메날프로틴 (Phenomenal Protein)
용량	1kg	용량	1kg	용량	1kg
가격	44.99유로(65,062원)	가격	32.99유로(47,708원)	가격	19.99유로(28,909원)

[표 3.3] 프랑스 판매 단백질파우더 맛/성분 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질파우더’ 관련 게시물 250건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널

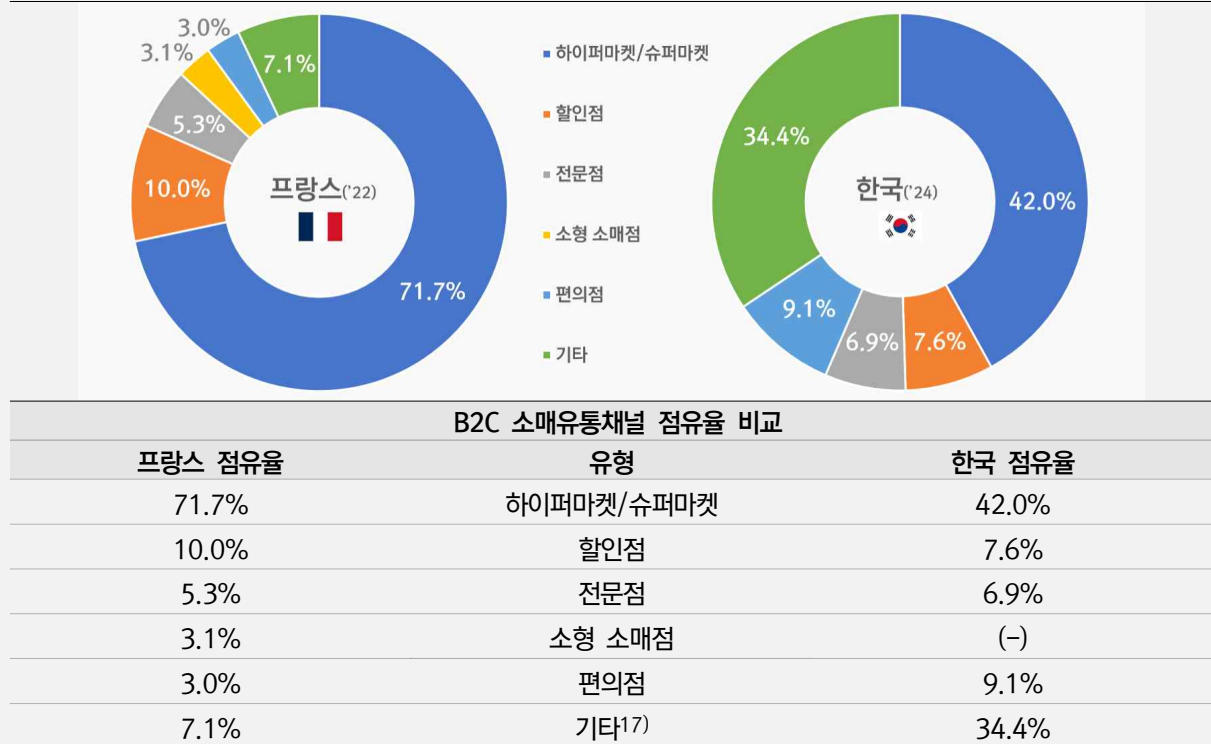


1. 프랑스 단백질파우더 유통채널 점유율
2. 프랑스 단백질파우더 주요 유통채널

1. 프랑스 단백질파우더 유통채널 점유율

- ▶ 프랑스 빵 및 곡물 가공품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위
2022년 기준 프랑스 내 빵 및 곡물 가공품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 71.7%로 가장 높은 점유율을 보유한 것으로 확인됨. ‘할인점’이 10.0%로 2위, ‘기타’가 7.1%로 3위를 차지함. 한국의 경우, 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.0% 점유율로 1위, 온라인이 포함된 ‘기타’가 34.4%로 2위, ‘편의점’이 9.1%로 3위인 것으로 조사됨. 프랑스는 빵 및 곡물 가공품이 대부분 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 통해 유통되는 것으로 나타났으며, 자국 브랜드뿐 아니라 유럽 내 다양한 슈퍼마켓 프랜차이즈의 경쟁이 치열한 상황임. 최근 유럽 내 곡물 및 원자재 수급 불안과 인플레이션으로 소비자들의 가격 민감도가 상승해 할인점으로 분류되는 저가 슈퍼마켓들의 점유율이 꾸준히 상승 중인 것으로 파악됨¹³⁾

[표 4.1] 프랑스 및 한국 단백질파우더 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾



자료: 스탯티스타(Statista)

13) 자료: KATI농식품수출정보, 「[프랑스] 식품유통시장 규모와 전망: 유통매장과 소비자 트렌드 분석」, 2023.08

14) 해당 장에서 ‘단백질파우더’ 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위 카테고리인 ‘빵 및 곡물 가공품(Bread & Cereal Products)’과 ‘식료품(Grocery)’의 유통채널 정보를 각각 확인함

15) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Retail Sales Channels of Bread & Cereal Products in France’, 2024.10

16) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024’, 2024.10

17) ‘기타’는 온라인, 드럭스토어 등을 포함함

2. 프랑스 단백질파우더 주요 유통채널 ① 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 ¹⁸⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 5,879개	
기업 요약		• 1948년 브르타뉴(Bretagne) 지방에서 설립된 프랑스의 대표적 슈퍼마켓 체인 • 2023년 기준 프랑스 내 점유율 22.4%로 업계 점유율 1위 기업임 ¹⁹⁾ • 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) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +33-(0)9-69-32-42-52	

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

사진 자료: 르끌레어(E.Leclerc)

18) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

19) 자료: 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine), 'E.Leclerc, Aldi and U Post Strongest Market Share Gains In France', 2024.01

2. 프랑스 단백질파우더 주요 유통채널 ② 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.carrefour.fr		
	위치	프랑스 전역		
	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 • 2023년 기준 프랑스 내 20.1%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), 스탠티스타(Statista), 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine)

사진 자료: 까르푸(Carrefour)

2. 프랑스 단백질파우더 주요 유통채널 ③ 프랑프리

기업 기본 정보	기업명	프랑프리(Franprix)	
	기업구분	소형 슈퍼마켓(편의점)	
	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) 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 단백질파우더 주요 유통채널 ④ 까르푸 익스프레스

기업 기본 정보	기업명	까르푸 익스프레스(Carrefour Express)	
	기업구분	소형 슈퍼마켓(편의점)	
	홈페이지	www.carrefour.fr	
	위치	프랑스 전역	
	규모	매출액('23) • 77억 1,900만 유로(약 11조 1,628억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 4,438개	
기업 요약		- 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 - 주로 대도시 중심가나 주택가에 입지함 - 여타 슈퍼마켓에 비해 확장된 운영 시간으로 높은 소비자 접근성을 확보함	
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	- 이메일을 통한 문의 - 문의 시 일반적으로 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) - 문의사항 연락처 - 이메일: portail@serviceclients-carrefour.com	

자료: 까르푸(Carrefour), 스탯이스타(Statista)

사진 자료: 까르푸(Carrefour)

2. 프랑스 단백질파우더 주요 유통채널 ⑤ 마이오상

기업 기본 정보	기업명	마이오상(My Auchan)
	기업구분	소형 슈퍼마켓(편의점)
	홈페이지	www.auchan.fr
	위치	프랑스 전역
	규모	매출액('23)²⁰⁾ • 329억 200만 유로(약 47조 5,812억 유로) 기타 규모 • 매장 수('23): 25개
	기업 요약	1961년 릴(Lille) 지방에서 설립된 프랑스의 슈퍼마켓 브랜드 오상(Auchan)이 전개 중인 도심형 소형 슈퍼마켓 브랜드 - 모체인 오상은 주로 교외에 대형마트의 형태로 입지하며, 도심형 소형 슈퍼마켓 브랜드인 마이오상을 쇼핑 접근성 보안을 위해 도입함 - 비교적 긴 운영 시간이 특징이며, 소량 구매에 적합함 - 가격 경쟁력이 있는 오상의 자체 브랜드 상품을 폭넓게 취급함
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 생활용품, 음료 및 주류 등
	선호제품	• 품질 및 가격 경쟁력을 갖춘 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지 및 유선 연락을 통한 입점 문의 - 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: +33-03-59-30-59-30 - 홈페이지 우측 하단 채팅 상담 가능

자료: 오상(Auchan)

사진 자료: 링크드인(Linkedin)

20) 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 등 모든 산하 브랜드 총합 매출액

2. 프랑스 단백질파우더 주요 유통채널 ⑥ 파라숍

기업 기본 정보	기업명	파라숍(Parashop)		
	기업구분	H&B스토어		
	홈페이지	www.parashop.com		
	위치	프랑스 전역		
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 28개		
	기업 요약	• 1993년 설립되어 화장품과 건강기능식품 등을 취급하는 프랑스의 H&B 체인 • 대부분 뷰티 제품에 집중하는 프랑스의 H&B스토어 체인과는 달리 건강기능식품, 다이어트 보조식품 등을 유통하며, 처방약을 취급하지는 않음 • 뷰티 전문가가 매장에 상주해 고객 맞춤 서비스를 제공하는 것이 특징점임 • 온라인 물을 운영하고 있으며, 55유로(79,538원) 이상 구매 시 무료 배송을 지원함		
매장정보	입점가능품목	• 화장품, 여성용품, 건강기능식품, 다이어트 보조식품 등		
	선호제품	• 친환경 제품, 트렌드에 부합하는 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 ‘Une question?(문의)’ 배너 클릭 - ‘Sujet(주제)’-‘Devenir Partenaire(협력 문의)’ 선택 - 연락처 및 문의 사항 기입해 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 - 이메일: service-client@parashop.com		

자료: 파라숍(Parashop)

사진 자료: 파라숍(Parashop), 맵피(Mappy)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



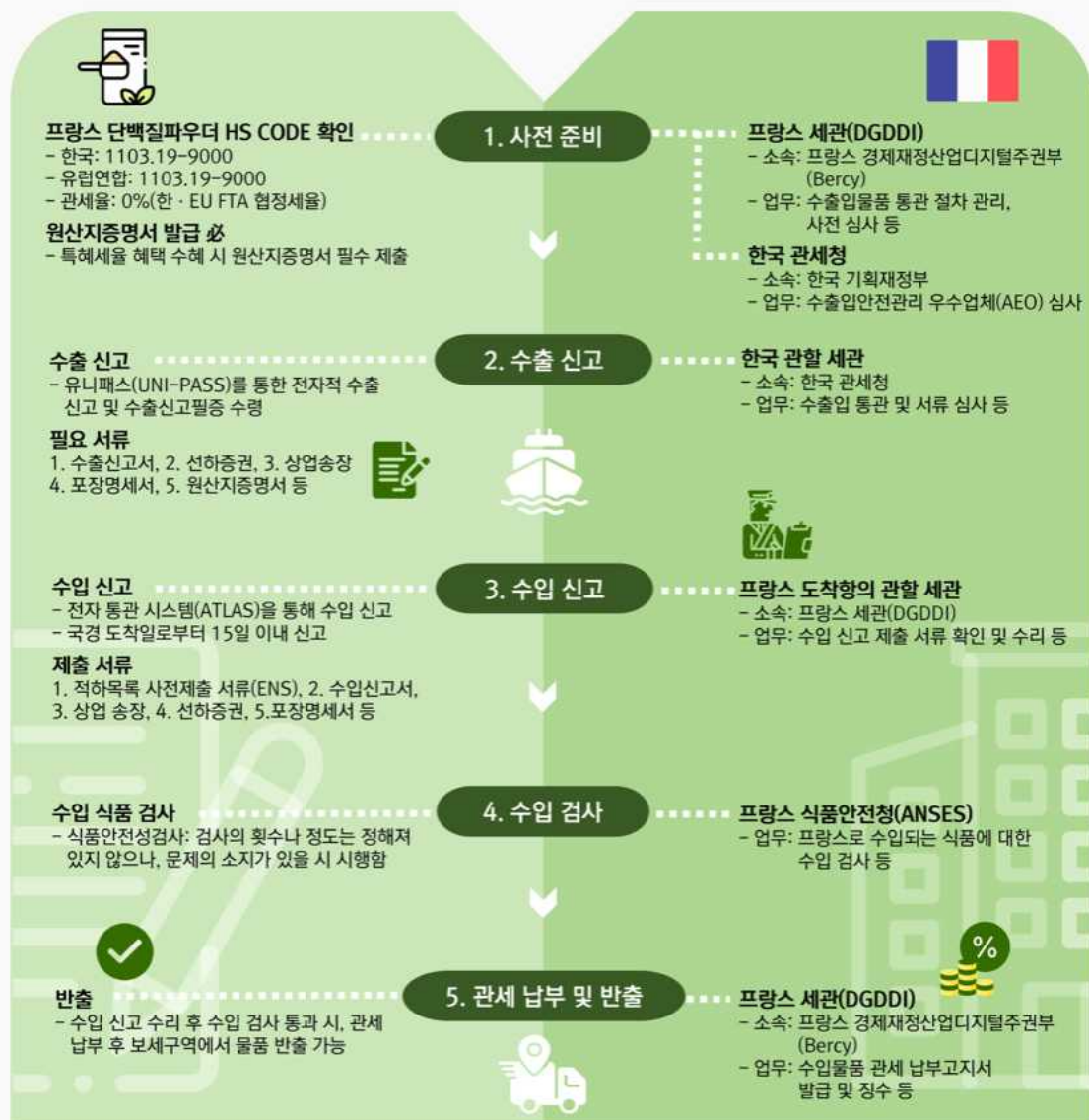
1. 프랑스 단백질파우더 통관 및 검역 절차
2. 프랑스 단백질파우더 품질 인증
3. 프랑스 단백질파우더 라벨링
4. 프랑스 단백질파우더 성분 및 유해물질

1. 프랑스 단백질파우더 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 프랑스 단백질파우더 수출 시, 통관 절차별 주요사항

프랑스는 유럽연합(EU: European Union)의 회원국으로 한국과 한·EU FTA를 맺고 있음. 이에 따라 프랑스로 단백질파우더 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, 통관 지연 등을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 프랑스 단백질파우더 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

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

▶ 프랑스 단백질파우더 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 세관등록번호인 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 단백질파우더 수출 시 직접 통관을 하려는 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 단백질파우더, 품목분류 사전심사 신청 가능

프랑스로 단백질파우더 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	(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 단백질파우더, 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 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	- 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	- 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, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 관세청

2. 프랑스 단백질파우더 품질 인증

▶ 프랑스 단백질파우더, 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: 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 단백질파우더, 필수 인증 無

프랑스로 단백질파우더 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 단백질파우더 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 ²²⁾	유기농 식품 인증	유기가공식품 상호 동등성인정 협정에 따른 상호 인증	농림축산식품부	

자료: 각 인증기관

22) 유기가공식품, 유기농 또는 유기식품에 해당함

▶ 프랑스, ESG 경영 실천 식품 인증

유럽연합(EU)의 각종 환경 관련 규제가 강화되며, 식품기업의 ESG (환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)) 경영²³⁾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(Carbon Reduction Label), 공정무역 인증, 비콥 인증(B Corp) 등이 있음

[표 5.7] 프랑스 단백질파우더 ESG 식품 인증 취득 정보

탄소저감라벨	공정무역 인증	비콥 인증
		

자료: 각 인증기관

23) 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	• (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 글로벌식품법령기준규격정보시스템

[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 100mg 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·과일껍질·특정오일(유채, 호두유, 올리브유)(%), 섬유질(g), 단백질(g) - 점수: 각 0~5점(총 15점)
표시 형태	

자료: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

▶ 프랑스 단백질파우더 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	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 단백질파우더 라벨링²⁴⁾²⁵⁾

[표 5.10] 프랑스 단백질파우더 라벨링

라벨 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

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

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

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

[표 5.10] 프랑스 단백질파우더 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	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
	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 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 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)	- 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

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

[표 5.10] 프랑스 단백질파우더 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	13. 표기 언어	• 프랑스로 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
	15. 기타	• 스테이크, 햄 등 전통적으로 동물성 제품을 의미하는 용어는 식물성 단백질 제품에 사용될 수 없음 • 소시지, 커틀릿 등 특정 용어는 식물성 단백질 함량이 정해진 비율 이하일 때만 사용할 수 있음 • 해당 규정은 프랑스 소비자가 식물성 및 동물성 단백질 제품을 명확하게 구분할 수 있도록 하는 것을 목표로 하며, 보다 자세한 사항은 프랑스 법령 정보 제공 웹사이트 Légifrance에서 확인할 수 있음²⁶⁾

자료: EU 법령포털(EUX-LEX)

26) <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000049199307>

▶ 프랑스 단백질파우더 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 프랑스어]

- ① SHINE
- ② riche en vitamine B1
riche en manganèse
riche en phosphore
riche en vit. B6
riche en protéines
riche en potassium
riche en fer
riche en magnésium
riche en fibres
- ③ CHANVRE PROTÉINE EN POUDRE
- ④ Une incroyable protéine végétale qui est aussi un apport important oméga 3
- ⑤ 100g

[앞면 - 국문]

- ① 샤인
- ② 비타민 B1 풍부
망간 풍부
인 풍부
비타민 B6 풍부
단백질 풍부
칼륨 풍부
철분 풍부
마그네슘 풍부
섬유소 풍부
- ③ 헴프 단백질파우더
- ④ 오메가 3의 중요한 공급원인 놀라운 식물성 단백질
- ⑤ 100g

Phosphore	1,782mg	255%
Potassium	1,283mg	64%
Magnésium	805mg	215%
Fer	14mg	100%
Zinc	11mg	110%
* Apports quotidiens de référence pour un adulte (8400kj/2000kcal)		
** Valeur nutritionnelle de référence		

인	1,782mg	255%
칼륨	1,283mg	64%
마그네슘	805mg	215%
철	14mg	100%
아연	11mg	110%
* 성인 기준 일일 권장 섭취량 (8400kj/2000kcal)		
* 참고 영양 기준		

- ⑤ Produit par: Alma e Valor, Lda
Estrada de Miraventos
Lote 4B-2900-501
Setúbal-Portugal
- ⑥ SUGGESTIONS D'UTILISATION:
Ajoutez 1 à 3 cuillères à soupe (10g-30g) dans: Boissons sportives
Plus de conseils et de renseignements:
shinesuperfoods.com
- ⑦ Certifié par Certiplanet PT-BIO-04
- ⑧ Pays d'origine: Roumanie
- ⑨ Ingrédients: Poudre de protéine de chanvre*.
- ⑩ *Issus de l'agriculture biologique. Sans gluten. Peut contenir des traces de fruits à coque, de graines de sésame et d'arachides. Ce produit doit être consommé dans le cadre d'une alimentation diversifiée et équilibrée et un mode de vie sain.
- ⑪ INFO. NUTRITIONNELLES POUR 100g:
Oméga 3 (acide alphasélinique): 1.29g / Oméga 6: 5.5g / Oméga 9: 1.9g
- ⑫ 08/2025

- ⑤ 제조사: Alma e Valor, Lda,
Miraventos 도로 4B-2900-501,
세투발-포르투갈
- ⑥ 사용 방법 제안:
1~3 스푼(10g-30g)을 다음에 추가하세요: 스포츠 음료
기타 정보 및 조언:
shinesuperfoods.com
- ⑦ Certiplanet PT-BIO-04 인증
- ⑧ 원산지: 루마니아
- ⑨ 재료: 헴프 단백질파우더*.
- ⑩ *유기농 재배. 글루텐 없음. 견과류, 참깨, 땅콩의 흔적이 포함될 수 있습니다. 이 제품은 다양한 음식과 균형 잡힌 식단, 건강한 생활 방식의 일환으로 섭취해야 합니다.
- ⑪ 100g당 영양 정보: 오메가 3 (알파리놀렌산): 1.29g / 오메가 6: 5.5g / 오메가 9: 1.9g
- ⑫ 08/2025

⑬ A consommer de préférence avant fin/lot: voir emballage.
A conserver dans un endroit frais et sec, à l'abri de la lumière.

⑭ shinesuperfoods.com

⑮ Poids Net: 100g

⑬ 유통기한/로트 번호: 포장 참조.
서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.

⑭ shinesuperfoods.com

⑮ 순중량: 100g

4. 프랑스 단백질파우더 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 기준의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.11] 고객사 단백질파우더에 적용 가능한 프랑스 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	아르곤	Argon	GMP ²⁷⁾	곡물 및 곡물 가공품
2	벤조산	Benzoic acid	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg	
3	벤조산 칼슘	Calcium benzoate		
4	이산화탄소	Carbon dioxide	GMP / 영유아 식품에 사용 가능	
5	β-사이클로덱스트린	β-cyclodextrin	GMP	
6	인산칼슘	Calcium phosphates	10,000(mg/l or mg/kg)	
7	이인산염	Diphosphates		
8	탈피된 디기타리아 엑실리스	Decorticated grains of Digitaria exilis (kippest) stapf	모든 식품에 이용 가능	
9	헬륨	Helium	GMP	
10	수소	Hydrogen		

자료: KATI농식품수출정보

27) 식품첨가물 규정에 등재되어 있어 해당 품목에 사용할 수 있으나, 사용 기준이 정해져 있지 않은 경우로 우수제조관리기준(Good Manufacturing Practice, GMP)에 따라 식품 분류에 따른 최소적정량을 사용할 수 있다는 의미

▶ 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 단백질파우더에 적용 가능한 프랑스 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2(총합))	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	4.0 μ g/kg	모든 곡물 및 곡물 기반 식품, 가공 곡물 기반 제품 포함 (옥수수, 쌀, 영유아용 가공 곡물 기반 식품, 영아용 특수의료용도 식이요법 식품 제외)
2	맥각균	Ergot alkaloids	불검출	곡물 제분가공품

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. 까르푸(Carrefour)
2. 뉴트리메오(Nutrimeo)
3. 나투랄리아(Naturalia)

Interview ①

28)


**까르푸
(Carrefour)**

- 유형: 소매체인점
- 업체 특징:
 - 1958년에 설립된 소매 체인점으로 식료품, 가정용품, 전자제품, 문구류 등을 취급하고 있음
 - 다양한 제품군을 제공하며, 프랑스 전역에 걸쳐 매장을 운영하고 있음

담당자 정보

Manager

**까르푸(Carrefour)
Manager**
Q. 현재 프랑스 단백질파우더 시장의 규모는 어느 정도이며, 주요 소비자는 누구입니까?

프랑스 단백질파우더 시장은 현재 상당한 성장을 보이고 있으며, 이는 건강과 피트니스에 대한 관심이 높아지면서 더욱 두드러지고 있습니다. 단백질파우더는 보충제 시장에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있으며, 오랜 기간 동안 소비자들에게 신뢰받아 온 제품입니다. 주요 소비자층으로는 운동선수와 피트니스 애호가를 비롯해 전반적인 건강 증진을 목표로 하는 일반 소비자들이 포함됩니다.

Q. 프랑스 단백질파우더 시장에 진입할 때 고려해야 할 주요 요소와 중요한 트렌드는 무엇인가요? 주요 인기 제품에 대해서도 알려주세요.

프랑스 시장에서는 소비자들의 요구와 선호를 깊이 이해하는 것이 중요합니다. 프랑스 소비자들은 정보에 기반한 결정을 내리며, 고품질의 단백질파우더를 선호합니다. 초콜릿, 캐러멜, 바닐라, 헤이즐넛 등의 맛이 첨가된 제품이 특히 인기를 끌고 있습니다.

대표적인 인기 제품은 다음과 같습니다:

- 아이소스타 초콜릿 하이 프로틴 파우더(ISOSTAR Chocolate High Protein Powder) (400g, 11.06유로(15,994원²⁹⁾))
- 아이소스타 웨이 프로틴 바닐라 파우더(ISOSTAR Whey Protein Vanilla Powder) (570g, 14.31유로(20,694원))
- 엔유쓰리 초콜릿 식물성 단백질파우더(NU3 Chocolate Plant Protein Powder) (500g, 17.95유로(25,958원))
- 게르리네아 피트 앤 프로틴 파우더 드링크 쿠키 캐러멜 맛(GERLINEA Fit and Protein Powder Drink Cookie Caramel Flavor) (340g, 12.99유로(18,785원))
- 게르리네아 피트 앤 프로틴 파우더 드링크 헤이즐넛 커피 맛(GERLINEA Fit and Protein Powder Drink with Hazelnut Coffee Flavor) (340g, 12.99유로(18,785원))

28) 사진 자료: 까르푸(Carrefour)

29) 1유로=1,446.15원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q. 프리미어 프로틴 파우더(Premier Protein Powder)와 비교했을 때 고객사 제품을 차별화할 수 있는 마케팅 및 브랜딩 전략은 무엇인가요?

차별화된 마케팅 전략으로 제품의 독특한 성분을 강조하는 것이 효과적입니다. 예를 들어, 두부, 현미, 완두 단백질, 보리와 같은 고품질 식물성 원료를 내세워 프랑스 소비자들에게 건강상의 이점을 적극적으로 알릴 수 있습니다. 더불어, 초기 시장 진입 시 할인 및 프로모션 캠페인을 통해 소비자들의 제품 구매를 유도하는 것도 추천됩니다.

Q. 프랑스 시장에서 경쟁하면서도 수익성을 유지할 수 있도록 단백질파우더의 적정 가격은 어떻게 설정해야 하나요?

40gx10개입 포장 기준으로 일반적으로 10-15유로(14,442-21,692원) 범위의 가격대를 권장합니다. 이는 현재 시장에서 경쟁 제품과 비슷한 수준으로 설정되어, 소비자들에게 합리적인 가격으로 인식되면서도 수익성을 유지할 수 있는 범위입니다.

Q. 프랑스로 단백질파우더를 수출하기 위한 규제 요건과 필요한 인 증은 무엇인가요?

프랑스에서는 단백질파우더는 식품 보충제로 분류되며, Directive 2002/46/EC에 따라 관리됩니다. 이는 일반적인 식단을 보완하고 건강을 증진하기 위한 영양소 및 기타 물질을 포함하는 식품 제품에 적용됩니다. 제조업체는 다음 요건을 충족해야 합니다:

- 제품 안전 및 라벨링 준수: 성분, 영양 정보, 권장 복용량 등을 명확히 표시
- 제품 신고: 제품은 규제 기관에 등록되고, 승인된 제품에는 등록 번호가 부여됩니다.

Q. 프랑스에서 가장 효과적인 단백질파우더 유통채널과 마케팅 전략은 무엇인가요?

프랑스에서는 단백질파우더가 약국과 전문 보충제 상점뿐만 아니라, 일반 슈퍼마켓과 온라인 채널에서도 활발히 판매되고 있습니다. 유통망의 확대로 인해 소비자 접근성을 높이기 위한 전략이 더욱 중요해지고 있습니다. 오프라인 유통 채널로는 슈퍼마켓, 체육관, 보충제 전문 매장이 있으며, 온라인 채널로는 전자상거래 플랫폼과 브랜드의 공식 웹사이트가 유효합니다. 또한, 마케팅 전략으로는 체육관과 슈퍼마켓 등 오프라인 매장에서 샘플링 이벤트를 진행하거나, 온라인 광고 및 소셜 미디어를 활용한 디지털 마케팅 활동이 효과적입니다. 이와 같은 전략은 제품의 가시성을 높이고 소비자 참여를 유도할 수 있습니다.

Q. 파우더 외에 다른 제형(액상, 정제 등)의 단백질 보충제가 프랑스 시장에서 경쟁력이 있을까요?

단백질 보충제는 다양한 제형으로 출시될 가능성이 크며, 특히 소비자 편의성을 높이는 제품이 경쟁력을 갖출 것으로 예상됩니다. 액상 형태는 휴대성과 즉각적인 섭취 가능성을 선호하는 소비자에게 적합하며, 정제는 간편함을 원하는 고객에게 매력적입니다. 그러나 단백질파우더는 여전히 시장에서 가장 보편적이고 인기가 높은 형태로, 다양한 유통 채널에서 강력한 입지를 유지하고 있습니다.

Interview ②

30)



뉴트리메오
(Nutrimeo)

- 유형: 도매유통업체
- 업체 특징:
 - 2015년에 설립된 유통업체로 스포츠 영양, 바 및 스낵, 음료, 건강식품, 보충제, 스포츠 액세서리 및 의류 등을 취급하고 있음

담당자 정보

Sales Representative

뉴트리메오(Nutrimeo) Sales Representative

Q. 현재 프랑스 단백질파우더 시장의 규모는 어느 정도이며, 주요 소비자는 누구입니까?

프랑스에서 단백질파우더를 포함한 보충제 시장은 빠르게 성장하고 있으며, 그 주요 원인으로 두 가지를 꼽을 수 있습니다. 첫째, 소비자들 사이에서 영양 결핍을 보완하고 건강을 유지하기 위한 필수 제품이라는 인식이 높아지고 있습니다. 둘째, 신제품 출시가 활발히 이루어지면서 소비자들이 보충제에 대해 더 많은 관심을 가지게 되었고, 이를 정기적인 식단의 일부로 통합하는 추세가 나타나고 있습니다. 특히 단백질 보충제는 간편한 섭취 방식 덕분에 건강 관리를 더욱 용이하게 만들어, 젊은 층에서 중년층에 이르기까지 폭넓은 소비자층의 수요를 충족시키고 있습니다. 이와 함께, 연령대별로 다양한 보충제 옵션이 제공되어 시장의 확장이 계속되고 있습니다.

Q. 프랑스 단백질파우더 시장에 진입할 때 고려해야 할 주요 요소와 중요한 트렌드는 무엇인가요? 주요 인기 제품에 대해서도 알려주세요.

단백질파우더 시장 진입 시, 소비자의 필요와 선호에 맞춘 제품 개발이 가장 중요합니다. 시장에는 이미 다양한 브랜드와 제품이 존재하기 때문에, 경쟁에서 돋보이기 위해 제품의 독특한 혜택과 차별화를 고객에게 명확히 전달해야 합니다. 고객들이 선호하는 몇 가지 제품으로 다논 하이프로(Danone Hipro)의 단백질 음료(카라멜 커피, 초콜릿, 바닐라, 카페 라떼 맛)와 옵티멈 뉴트리션(Optimum Nutrition)의 단백질 셰이크(초콜릿, 바닐라 맛), 그리고 알프로(Alpro)의 식물 기반 옵션(카라멜 커피, 초콜릿 맛)이 있습니다. 또한, 어플라이드 뉴트리션(Applied Nutrition), 뉴트라미노(Nutramino), 베어벨스 (Barebells), 바이더(Weider) 등의 단백질 밀크셰이크와, 바이오텍 USA(Biotech USA)의 프로틴 워터(Protein Water)와 같은 혁신적인 제품도 있습니다. 이처럼 프랑스 시장에는 다양한 옵션이 존재하며, 이러한 제품들은 소비자들 사이에서 높은 인기를 얻고 있습니다.

Q. 프리미어 프로틴 파우더(Premier Protein Powder)와 비교했을 때 고객사 제품을 차별화할 수 있는 마케팅 및 브랜딩 전략은 무엇인가요?

제품 차별화를 위해 독특한 건강상의 이점을 강조하고, 부드럽고 맛있는 질감을 중심으로 소비자 경험을 개선할 것을 제안합니다. 특히, 한국산을 활용한 강력한 브랜드 스토리를 구축하는 것도 효과적일 수 있습니다. 한국의 독창적인 원료와 전통을 바탕으로 한 이야기를 타겟 소비자에게 전달하면, 제품의 정체성을 더욱 강화하고 시장에서 차별화를 도모할 수 있습니다.

Q. 프랑스 시장에서 경쟁하면서도 수익성을 유지할 수 있도록 단백질파우더의 적정 가격은 어떻게 설정해야 하나요?

가격 책정 시 여러 요인을 고려해야 합니다. 주로, 생산 비용과 물류, 마케팅 등 기타 비용을 고려해야 하며, 시장에서의 가격 수준을 이해해야 합니다. 가격이 너무 높으면 고객이 더 저렴한 옵션으로 이동할 수 있기 때문입니다. 따라서 가격은 고객을 분산시키지 않으면서도 수익을 유지할 수 있는 최적의 수준이어야 합니다.

Q. 프랑스로 단백질파우더를 수출하기 위한 규제 요건과 필요한 인증은 무엇인가요?

단백질파우더는 유럽의 식품 보충제 관련 법규를 준수해야 하며, 이는 제품 구성과 라벨링 기준을 포함합니다. 수입업자는 제품 안전성을 증명할 문서를 요구하며, 이를 위해 HACCP과 같은 식품 안전 관리 시스템이 필수적입니다. 또한, 제품은 오염물질의 최대 잔류 수준을 준수해야 하며, 미생물학적 안전 검사를 통과해야 합니다. 품질 관리에 대한 ISO 9001 인증과, 유기농 인증이 가능하다면 이는 제품의 신뢰도를 높이는 추가적인 이점으로 작용할 수 있습니다.

Q. 프랑스에서 가장 효과적인 단백질파우더 유통채널과 마케팅 전략은 무엇인가요?

단백질파우더 제품을 슈퍼마켓, 보충제 소매점, 약국 등 다양한 유통채널을 통해 제공하는 것이 중요합니다. 특히, 고객이 제품을 자주 접할 수 있는 기회를 제공하는 것이 핵심이며, 이를 통해 시장에서의 노출도를 확보할 수 있습니다. 또한, 제품 포장은 단백질파우더의 독특한 성분과 효능을 효과적으로 전달하는 데 중점을 두어야 하며, 이를 통해 소비자들의 관심을 끌 수 있습니다. 프랑스 단백질파우더 시장은 경쟁이 매우 치열하기 때문에 지속적인 가시성과 전략적 접근이 성공에 필수적입니다.

Q. 파우더 외에 다른 제형(액상, 정제 등)의 단백질 보충제가 프랑스 시장에서 경쟁력이 있을까요?

별다른 준비 과정이 필요 없는 제형, 특히 바로 마실 수 있는 액상 옵션이 프랑스 시장에서 가장 경쟁력이 높을 것으로 보입니다. 이러한 제품은 소비자들에게 편리함을 제공하며, 일상적인 소비를 지원하는 데 적합합니다. 준비 과정이 필요 없는 제품은 정기적으로 소비되어 추가 구매로 이어질 가능성이 높습니다. 반면, 분말 형태의 제품은 판매량이 저조하여 악성 재고가 될 가능성이 있습니다. 따라서, 간편하고 사용이 용이한 제품을 제공하는 것이 시장에서의 경쟁력을 높이는 데 유리할 것입니다.

Interview ③

31)

NATURALIA

나투랄리아
(Naturalia)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1973년에 설립된 소매점으로 유기농 농산물, 생채 청소 제품, 유기농 화장품, 식품 보충제, 다이어트 식품, 비건 제품, 화장품, 농업 및 건강식품을 취급하고 있음

담당자 정보

Marketing Manager

나투랄리아(Naturalia)
Marketing Manager

Q. 현재 프랑스 단백질파우더 시장의 규모는 어느 정도이며, 주요 소비자는 누구입니까?

프랑스의 단백질파우더 시장은 다양한 신제품의 출시와 함께 지속적인 성장을 보이고 있으며, 특히 식물성 단백질 제품이 주목받고 있습니다. 주요 소비자층으로는 피트니스 애호가, 직장인, 학생, 그리고 단순히 단백질 보충을 위해 제품을 섭취하는 일반 소비자들까지 폭넓게 분포되어 있습니다. 시장은 건강에 대한 관심 증대와 건강 제품에 대한 선호도가 높아지는 트렌드이며, 이로 인해 기존에 단백질 보충제에 관심이 없던 소비자들도 제품을 시도하게 되는 추세입니다.

Q. 프랑스 단백질파우더 시장에 진입할 때 고려해야 할 주요 요소와 중요한 트렌드는 무엇인가요? 주요 인기 제품에 대해서도 알려주세요.

제품이 소비자에게 명확하고 강력한 가치를 제공할 수 있어야 합니다. 특히 식물성 단백질 제품은 현재 프랑스 시장에서 높은 수요를 보이고 있으며, 이를 활용한 시장 진입 전략이 중요합니다. 예를 들어, 알터 뉴트리션(Alter Nutrition)의 베지터블 프로틴 파우더 프리페어레이션(Vegetable Protein Powder Preparation(200g, 18.45달러(26,681원)))과 푸라사나(Purasana)의 오가닉 플랜트 프로틴 파우더 블렌드(Organic Plant Protein Powder Blend(400g, 27.45유로)(39,697원)))와 같은 식물성 옵션이 높은 관심을 받고 있습니다. 이러한 제품들은 건강과 웰빙을 중시하는 소비자들에게 매력적으로 다가가고 있으며, 고객사 제품 역시 이러한 트렌드에 맞춰 식물성 옵션으로 시장에 진출할 기회를 모색해야 합니다.

Q. 프리미어 프로틴 파우더(Premier Protein Powder)와 비교했을 때 고객사 제품을 차별화할 수 있는 마케팅 및 브랜딩 전략은 무엇인가요?

식물성 단백질 제품에 대한 관심 증가를 활용한 마케팅 전략을 제안합니다. 특히, 제품의 성분과 건강상의 이점을 강조하는 온라인 프로모션을 통해 제품을 홍보해야 합니다. 또한, 식물성 단백질이 소비자의 전반적인 웰빙과 생활 방식에 어떤 가치를 더하는지에 대한 광범위한 콘텐츠를 제작함으로써, 지속적으로 성장하는 시장 내에서 브랜드의 입지를 강화할 수 있습니다.

Q. 프랑스 시장에서 경쟁하면서도 수익성을 유지할 수 있도록 단백질파우더의 적정 가격은 어떻게 설정해야 하나요?

경쟁 제품의 가격대를 철저히 분석하여 시장에 적합한 가격 전략을 수립할 것을 권장합니다. 이미 설정된 시장 가격대를 참고하여, 제품의 목표 고객층과 브랜드 포지셔닝에 부합하는 가격을 결정해야 합니다. 소비자에게는 합리적으로 느껴지면서도 수익성을 유지할 수 있는 최적의 가격이 중요하며, 이를 통해 시장 경쟁에서의 이점을 확보할 수 있습니다.

Q. 프랑스로 단백질파우더를 수출하기 위한 규제 요건과 필요한 인 증은 무엇인가요?

단백질파우더는 프랑스 식품청(DGAL)의 규제 요구 사항을 반드시 준수해야 합니다. 제품은 EU 지침 2002/46/EC를 이행한 프랑스 법령 No. 2006-352에 따라 식품 보충제로 분류됩니다. 이는 허용된 성분, 최대 허용 수준, 그리고 라벨링 규정을 준수하는 것을 포함합니다. 또한, DGAL과의 통지 절차를 통해 제품의 성분과 라벨링이 규정을 충족하는지 검토해야 합니다. 단백질파우더에 사용되는 모든 영양소는 EU에서 안전하게 사용된 전례가 있어야 하며, 그렇지 않은 경우 Novel Food(새로운 식품) 승인이 필요할 수 있습니다.

Q. 프랑스에서 가장 효과적인 단백질파우더 유통채널과 마케팅 전략은 무엇인가요?

고객사 제품은 식물성 단백질파우더에 대한 관심 증가를 활용하여 고객을 유치하고 설득할 수 있는 온라인 및 오프라인 프로모션을 포함한 광범위한 마케팅 전략이 필요합니다.

Q. 파우더 외에 다른 제형(액상, 정제 등)의 단백질 보충제가 프랑스 시장에서 경쟁력이 있을까요?

단백질 보충제를 파우더 형태로 제공하는 것이 프랑스 시장에서 가장 경쟁력 있는 선택입니다. 파우더 제품은 고객이 원하는 음료와 혼합하여 섭취할 수 있는 유연성을 제공하며, 필요에 따라 섭취량을 조절할 수 있다는 장점이 있습니다. 또한, 파우더 형태는 비용 효율적이고 보관이 용이하며, 정기적으로 재구매하지 않아도 장기간 사용할 수 있다는 점에서 소비자들에게 편리함을 제공합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 'Revenue in the Bread & Cereal Products market - France', 2024.10
2. 스탓티스타(Statista), 'Revenue in the Breakfast Cereals market - France', 2024.10
3. 주간경향, "오븐이 식는다" 위기의 프랑스 빵', 2023.01
4. KOTRA해외시장뉴스, "미식의 나라' 프랑스에 뒤늦게 부는 채식 바람', 2023.11
5. 스탓티스타(Statista), 'Retail Sales Channels of Bread & Cereal Products in France', 2024.10
6. 스탓티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10
7. KATI농식품수출정보, '[프랑스] 식품유통시장 규모와 전망: 유통매장과 소비자 트렌드 분석', 2023.08
8. 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine), 'E.Leclerc, Aldi and U Post Strongest Market Share Gains In France', 2024.01
9. EU 집행위원회(EC), 「(EU) 2023/1674」, 2023.06
10. 한국농수산물유통공사, 「2022년 한눈에 보이는 국가별 농식품 수출 교역조건현황」, 2023.07
11. 한국농수산물유통공사, 「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. 주간경향 (m.weekly.khan.co.kr)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 아마존(Amazon) (amazon.fr)
7. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
8. 르끌레어(E.Leclerc) (www.e-leclerc.com)
9. 유러피언슈퍼마켓매거진(European Supermarket Magazine) (www.esmmagazine.com)
10. 스크랩히어로(Scrapehero) (www.scrapehero.com)
11. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.fr)
12. 프랑프리(Franprix) (www.franprix.fr)
13. 포스퀘어(Foursquare) (foursquare.com)
14. 마이오상(My Auchan) (www.auchan.fr)
15. 링크드인(Linkedin) (www.linkedin.com)
16. 파라숍(Parashop) (www.parashop.com)
17. 맵피(Mappy) (fr.mappy.com)
18. 관세청 (www.customs.go.kr)
19. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
20. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
21. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
22. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
23. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템 (foodlaw.foodinfo.or.kr)
24. EU 집행위원회(EC) (commission.europa.eu)
25. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
26. 에코라벨 인덱스(Ecolabel Index) (www.ecolabelindex.com)
27. 페어트레이드 인터내셔널(Fairtrade International) (www.fairtrade.net)
28. 베네피트 코퍼레이션(Benefit Corporation) (usca.bcorporation.net/benefit-corporation)
29. 프랑스 관세청 (www.douane.gouv.fr)
30. 유럽 식품안전청(EFSA) (www.efsa.europa.eu/en)
31. 뉴트리메오(Nutrimeo) (www.nutrimeo.com)
32. 나투랄리아(Naturalia) (www.naturalia.fr)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.29

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