

## 프랑스 소비자 안심 라벨링 및 포장문구

소비자 연구 기관 Kantar Worldpanel가 12,000명 대상으로 2017년 9월에 실시한 조사에 따르면 프랑스 소비자의 ⅓는 식품안전에 신경을 씀. 80%의 소비자는 음식 섭취와 건강은 직결되었다고 응답. 건강 뿐 아니라 농가 및 동물 인권보호 취지의 목적도 강함. 식품안전 염려가 높아지면서 프랑스 소비자들은 포장지 라벨링과 문구에 주의.



프랑스 소비자들에게 가장 대중적인 공식 친환경 인증은 AB(Agriculture Biologique 친환경 농업)와 EU Bio 인증마크. 두 인증마크는 제초제와 화학비료 사용을 금함. 가공식품의 경우 95%이상의 친환경

제품을 써야하며 유전자 변형 농산물 함유량을 0.9% 이하로 해야 함. 유기농법으로 재배한 농산물이더라도 인증을 받지 않으면 유기농 마크 부착을 할 수 없음. 또한 유기농 제품으로 프로모션하는 것도 법으로 금지됨. AB 라벨은 인지도가 50%로 현존 친환경 라벨 중 가장 대중적. 이 라벨이 부착된 제품의 경우 건강에 좋다는 이미지가 강하고 특히 70대 이상 시니어 층에게 인기가 있음.



더불어 채식주의자가 늘어나면서 비건(Vegan) 라벨도 인기. 어떠한 동물성 원료도 사용하지 않고 동물 실험도 거치지 않은 제품. 라벨 인지도는 8.7%이지만 채식주의 시장이 커지는 상

황이기 때문에 인지도가 더욱 커질 것으로 예상.

최근에는 동물 복지에 대한 관심이 높아지면서 동물실험을 하지 않은 “Cruelty Free” 라벨도 인기가 높아짐. 아직 인지도가 7.6%밖에 되지 않지만 소비자의 80%는 신뢰도를 가진다고 응답.

라벨링 이외에도 포장 문구도 중요. 지난해 5월 유럽식품안전청 (EFSA)은 팜유가 200°C 이상으로 가열되면 발암 가능성이 커진다고 발표. 또한 과도한 팜유농장 확장으로 자연림 파괴 문제가 대두됨. 건강과 환경보호를 위해 팜유함유 제품을 보이콧하는 사람이 늘면서 몇몇 식품 브랜드는 “팜유 무첨가” 문구를 붙임. 가공육에 발암물질로 의심되는 “아질산염 무첨가”를 홍보하기도 함. 프랑스는 가공육 소비가 높기 때문에 아질산염 문구는 26%의 높은 인지도.

#### <시사점>

프랑스 소비자의 식품안전과 건강, 환경보호 우려가 커지는 만큼 라벨링과 포장문구는 소비자 신뢰와 연관. 한국 중소형 식품업체가 유럽 공식 인증마크를 획득하기 어렵지만 타겟 소비자층을 겨냥한 포장문구를 이용해 소비자들의 이목을 끌 수 있음.

출처 : LSA 2017년 11월 27일 “소비자 안심 포장” ,  
natura-sciences, certification-vegan.fr