

형지스 도매시장 개요

○ 위 치

- 주소 : rue de la Tour-B.P. 316-94152 Rungis Cedex Paris France
- 홈페이지 : www.rungisinternational.com
- ※ 파리지 중심가에서 남쪽으로 13km 지점에, 파리 남쪽 경계에서 8Km에 위치하며 Orly 공항, 3개의 고속도로, 일반철도가 연결되어 수송이 원활한 교통 요충지

○ 연 혁

- 1953: 19세기 중반 이후 파리 시내에 형성된 도매시장(Les Halles)을 교통, 환경 등 도시문제 해결 및 유통현대화를 위해 외곽으로 이전
- 1962~1973 : 현대식 국제 농수산물 시장 건립
- 1965: Semmaris(관리공사), Rungis Ingenierie(기술센터) 설립

○ 시장규모

- 시장부지규모 : 232 ha
- 건축 연면적: 550,000m² (상업시설: 470,000m²)

○ 특 징

- 유럽의 최대규모의 농산품 시장이며 시설 규모 면에서 세계최대
- 청과, 수산, 축산, 화훼시장, 유가공품 등 관련 상가, 및 정부기관 (농림, 보건, 공정거래국, 세관), 철도, 운송회사, 사업자단체 등 종합 입주
- 운영체계: 일반거래 방식(경매제도 없음)
- 점포배치: 중앙통로 형식의 점포 배치
- 각 점포마다 저온 저장시설설치 및 Deck 시설을 통한 하역 기계화
- 4.4m기준의 임대단위, 각 도매상은 여러 개의 단위를 임대
- 철도운송시설을 유지하여 트럭 수송회사들의 파업 시에 대비
- 시장 진입시 입장료 지불, 시장 내 사업자는 회원카드를 이용, 비용은 관리비에서 부과됨, 소매상 등 구매사업자는 정기권을 구매하여 사용 (할인함) (카드발급 : 약 65,000매)

- 개장시간: 청과, 화훼시장 06~12시, 축산시장 05~10시, 수산시장
전날 11시~08시

○ 거래규모

- 거래량 : 식품류 200만톤, 화훼류 - 절화류 3,590만 묶음, 분화 2,000만분
- 총매출액(01) : 65억 유로
- 수도권지역 시장점유: 청과 45%, 수산 50%, 축산 35%, 화훼 50%

○ 시장범위

- 소비대상: 유럽지역 1,800만 명 (파리반경 150km 이내 1,200만 명)
- 사업자수: 1,400여개(도매상 556, 생산자-판매 267, 기타 서비스 584)
- 고용인원: 11,840명 (이중 도매상 고용인원은 7,950)
- 정기적인 구매사업자: 20,400
- 정기구매자의 약 85%는 국내, 15%는 해외 구매자
- 출입차량 2만 6천대

○ 품목별 시장현황

[청과물]

- 주요시설

도매상점포	생산자 매장	관련 상가	관리 및 서비스	창고
9 개동	5 개동	1 개동	130,000 m ²	10 개동, 120,000 m ²

- 사업자 : 도매상(218), 수출입업체 및 중개상(96), 생산/판매자(99),
고용인원(3,700명)

- 취급물량 : 약 120만톤(2001년) (단위 : 천톤)

구분	국내산	수입산(EU 및 역외)	계
과일	200	370	570
채소	340	170	510
기타	16	6	22

- 매출액: 24억 5천만 유로(2001)

구분	도매상	수출입상/중개상	생산/판매자	계
금액(백만유로)	1,688	736	27	2,451

[육 류]

- 거래시간: 월~금요일 05:00~10:00(품목별로 약간 다름)
- 사업자: 도매상 97, 수출입업체 및 중개상 15
- 시설: 거래시장 7개 동, 창고 8개 동, 기타 4개 동
- 연간 취급량 : 3,330천톤(2001)
- 거래형태 : 축산품은 식품 위생 안전 관리가 엄격하며, 해당 관청의 감독관이 상주.
- 이력추적제 : 축산, 거래, 도살, 도매, 소매까지 전 단계 실시
- 구매가격 정산은 축산시장 내 종합 정산소에서 일괄 정산, 추적관리체계

[유가공품 및 기타식품]

- 거래시간: 월~금요일 07:00~12:00
- 사업자: 도매상 79, 수출입 및 중개상 8
- 시설: 시장건물 10개, 창고 1개, 창고 1개
- 연간 취급량: 297천 톤('01)

[수산물 시장]

- 거래시간 : 화~토요일 04:00~08:00(전날 23:00부터 물량 반입)
- 입주상인 : 시장도매인 68명, 수출입 및 중개상 15명
- 시설 : 시장건물(대형) 1개(수리중), 창고 3개, 얼음공장 1개, 기타 1개
- 연간 취급량: 87천톤('01)

[화훼시장]

- 거래시간 : 절화 - 월~토요일 05:00~13:00(수요일 휴무)
분화 - 월~금요일 05:00~13:00
- 사업자 : 도매상 93명, 생산-판매자 24(파리근교) 수출입 및 중개상 21
- 시설 : 시장 3개 동, 온실 9개, 창고 7개, 관련용품 7개 동
- 취급량 : 절화-파리근교산 약 4백만, 중지방산 약4백50만, 기타지역 약2백60만 묶음, 분화 약 1천 8백만

○ 관리 및 운영

[시장운영]

- 프랑스 공영도매시장의 운영관리에 대한 주요 정책은 중앙정부 관계 부처(농림수산부, 상공부, 경제재무부, 내무부 등) 장관으로 구성된 심의위원회(Committe de Tutelle)에서 결의
- 운영회사: 세마리스(SEMMARIS)
- 성격 : 정부와 민간이 공동출자 한 혼합경제회사
- 소유 : 정부 56.85%, 파리지 16.5%, 발드마른느 도 7%, 투자기관 들 5%, 상인 13.9%
- 자본금 규모: 약 5백만 유로
- 매출액 : 6천 5백만 유로
- 직원 : 210명
- 중앙정부는 자본출자 비율에 따라 이사회에 참여하여 주요 정책을 결정하는데, 공공성을 지양 하며 이윤을 추구하지 않기 때문에 출자에 대한 배당은 받지 않음
- SEMMARIS는 이사회에 권한아래 시장운영활성화, 시장건설유지관리를 담당하며 시장관련 규율준수 및 이해집단의 분쟁 조정은 관리회사 대표와 상인대표로 구성하는 시장운영위원회가 담당

[특 징]

- 정부가 중심 주주로 공공성과 투자자금 안정성 확보
- 민간투자기관 및 상인들의 주주 참여로 자율적 운영 및 경영 효율성 확보
- 종합식품매장: 하이퍼 31%, 슈퍼 30% 소형슈퍼 5%, 1997년 기준, 수치는 각 단계별 취급 물량의 비중 %

르코르동 블루 (LE CORDON BLEU)

□ 설립년도 : 1985년(프랑스 언론인 디스텔이 설립)

○ 회장 : André J. Cointreau(앙드레 꾸앵트로)

□ 성 격 : 세계 최고 수준의 요리학교이자 다국적 요리전문 법인으로 출판, 레스토랑 등 다양한 사업을 운영

□ 규 모 : 1933년 해외 분교(영국 런던)를 낸 이래 현재 런던과 시드니, 도쿄 등 세계 15개국에 26개의 요리학교를 운영

□ 교육사업 관련

○ CORDON BLEU 대학의 Holding Company(지주회사)는 LE CORDON BLEU INTERNATIONAL B.V.(네덜란드 소재)로 그룹 전체를 총괄하는 회사(모 회사)로 본사 소재지가 암스테르담임

○ '01. 10월에 숙명여대가 코르동 블루로부터 120만달러의 투자유치를 함으로써 '02년 일본에 이어 아시아에서는 두 번째로 국내에 분교 설립

○ 북남미에서는 코르동 블루 레스토랑 및 호텔경영 과정의 수료증(Diploma)을 국가적인 자격증으로 인정하게 되었고, 호주에는 국제 호텔 및 리조트 경영, 요리 예술 석사에 해당하는 학사(Bachelor)와 석사(MBA)과정을 개설

□ 학교소개

○ 프랑스는 요리기술을 처음으로 성문화한 나라로서 오늘날에도 그 기술들은 거의 변하지 않고 보전되고 있으며 일단 그 기술을 습득하고 숙달하게 되면 어떤 요리에든 적용할 수 있게 된다는 특징이 있음.

○ 르 코르동 블루에서는 학생들에게 음식 산업뿐만 아니라 그와 관련된 어느 분야에서도 일할 수 있도록 기초가 되는 중요한 기술들을 가르치는데 목적이 있음.

- 80여 명의 전문요리사들을 교수진으로 이들 대부분은 고급요리 과정을 가르치며, 이 학교 교육과정의 핵심은 전통 프랑스 요리 기술을 위해서 가장 집중적이고 완벽한 훈련을 제공하고 있는 점임.
- 학교 수업방식은 실습위주로 진행하며 모든 학생들은 처음부터 끝까지 마스터 셰프(Master Chef)의 지도하에 음식을 준비하게 됨

■ 미슐랭 가이드 (Michelinguide)

□ 발간년도 : 1979년

□ 평가형태 : 레스토랑 가이드북 형태로 각국 세계식당 평가

- 인터넷 사이트(<http://www.michelinguide.com>) 운영

□ 운영방식

- 미식가들로 구성된 세계 각국의 평가단 80여명이 밀행을 통해 레스토랑을 평가하며, 보통 평가를 위해 한 식당을 세 번 방문
 - 첫 번째는 평일 한가한 시간에 제대로 된 음식을 맛보기 위해서,
 - 두 번째는 주말저녁 시간처럼 가장 바쁠 때 서비스와 고객 만족도를 평가하기 위해서이며, 마지막으로 세 번째 방문을 통해 취재임을 밝히고 주인과 요리사를 인터뷰 진행
 - 식재료의 질, 요리법과 맛의 완성도, 요리의 개성, 가격, 맛의 일관성 등을 평가하며, 만일 레스토랑이 유기농 농장에서 직접 가져온 재료만을 사용한다고 자랑하면 농장에 직접 가서 확인할 정도로 평가에 세심한 노력으로 평가

- 조사 결과 및 이유를 가게에 설명하지 않는데 그 이유는 이 가이드북은 업계가 아닌 이용자인 고객에게 메시지를 전달하고자 하는 창간의 근본 취지 때문임

○ 평가항목 및 평가 방법

- 평가항목 및 평가방법은 기업 비밀로 하여 일절 밝히지 않고 있지만 소재, 조리방법 종류, 독창성 등에 대한 세부내역이 자세히 체크되어 있으며, 서비스에 대해서도 평가
- 별 1개 : 여행 루트에 그 레스토랑이 포함되어 접근이 쉬운 레스토랑. 특히 맛있는 요리를 제공하는 레스토랑
- 별 2개 : 번거롭지만 반드시 들러야 하는 레스토랑. 지극히 맛있는 요리를 제공하므로 우회해서라도 들러야 하는 레스토랑
- 별 3개 : 그 요리를 맛보기 위해 여행할 가치가 있는 레스토랑

○ 조사대상 국가 : 유럽 11개국, 지역, 도시

○ 기 타 : 레스토랑은 결제요금을 지불하지 않고 평가자가 부담하며 광고를 게재하지 않는 것으로도 유명