

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-06
품목 | 건조과일칩(Dried Fruit Chips)
HS CODE | 0813.30-0000
국가 | 프랑스(France)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 조사지표 선정 | 11 |
| 3. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 현지조사 결과 | 12 |

III. 경쟁기업

- | | |
|-------------------------------|----|
| 1. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 선정 | 24 |
| 2. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 25 |
| 3. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 27 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|-----------------------|----|
| 1. 오샹(Auchan) | 36 |
| 2. 비엔매니저(BienManager) | 39 |
| 3. 까르푸(Carrefour) | 42 |

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	46
2. 벤치마킹 제품 분석	50
3. 기업 마케팅 벤치마킹	52
4. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	53

VI. 시사점

※ 참고문헌	57
--------	----



HS CODE : 0813.30-0000

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

프랑스 건조과일칩 경쟁력분석

온라인 인기 제품

아마존



프루트 스틱 프랑브리즈



칩스 드 바난



망 세쉬 바이오

까르푸



칩스 올리브 허브드 프로방스



프리노 드 아젤



피그 모엘리스

오프라인 주요 경쟁제품

바난 칩스 (프로나투라)



가격 5.05유로 (7,076원)

중량 125g

'10g당 0.40유로의 경제적인 가격'

피그 세쉬 데 몽타뉴 드 나질리 (아그로 소심)



가격 5.80유로 (8,126원)

중량 250g

'복수의 인증 사항 보유 및 획득'

경쟁기업 3개사 분석

아티자 디 몬데

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

프로나투라

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

아그로 소심

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

10g당 가격

단위 : 유로

1.67

0.27

고객사 제품 평균

중량

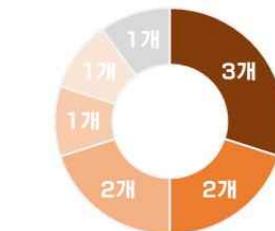
단위 : g

172.5

15.0

고객사 제품 평균

원산지



■ 튀르키예 ■ 필리핀
■ 브라키나 파소 ■ 프랑스
■ 미국 ■ 코트디부아르

맛



■ 바나나 ■ 무화과
■ 망고 ■ 크랜베리
■ 자두 ■ 살구

요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 0.27유로(378원)로 고객사 제품의 10g당 가격보다 낮은 편
- 2) 고객사 제품의 중량은 경쟁제품 10개 평균보다 매우 작은 편, 제품 현지화를 위해 포장 중량 증가 고려 가능

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 비건, 유기농 등 여러 인증 사항을 강조한 홍보문구 주로 활용 중
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 프랑스 소비자는 건조과일칩 제품의 '품질' 및 '맛' 관심도 높은 편

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 선정
2. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 조사지표 선정
3. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 현지조사 결과

1. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징	
제품명	N사1) 건조과일칩
제품 종류	건조과일칩
소비자가격	2.5유로 (3,500원 ²⁾)
중량	15g
포장	플라스틱 파우치
특징	무첨가 원물 100%, 저칼로리, 비건 푸드, 간식뿐만 아니라 다양한 레시피로 활용 가능

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: N사 건조과일칩
 - 제품 종류: 건조과일칩
 - 소비자가격: 2.5유로(3,500원)
 - 중량: 15g
 - 포장 형태: 플라스틱 파우치

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 아마존(Amazon)
 - 2. 까르푸(Carrefour)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
 - 아마존, 까르푸에서 각 3개씩 총 6개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 백화점, 유기농 식료품점, 슈퍼마켓
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석
 - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 고객사를 N사로 표기

2) 1유로=1,401.12원(2023.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

프랑스 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 2)

사이트명	취급 종류
 아마존	도서, 엔터테인먼트, 가전제품, 리빙, 식품, 음료 등
 까르푸	식료품, 가정용품, 가전, 문구류 등

▶ 건조과일칩 경쟁제품군 선정

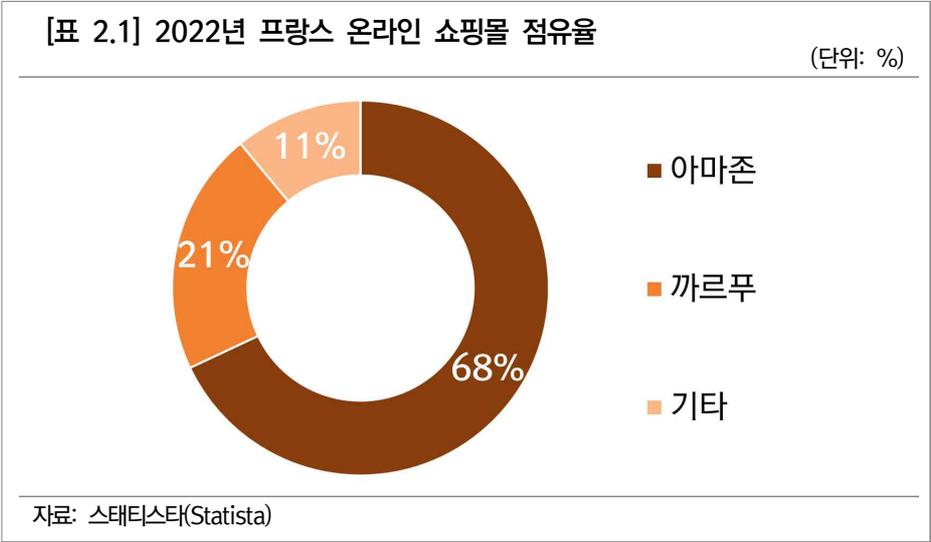
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 건조과일칩 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 2곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 프랑스 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존에서는 프랑스, 독일 원산지의 건조과일칩이, 까르푸에서는 프랑스, 튀르키예 원산지의 감자칩과 건조과일칩 그리고 건조과일 원물이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 프랑스 온라인 쇼핑몰 점유율

(단위: %)



[표 2.2] 프랑스 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 2)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	라즈베리 건조과일칩	네이처 애딕츠 (Nature Addicts)	프루트 스틱 프랑브아즈 (Fruit Sticks Framboise)	프랑스	1.09유로 (1,527원)	40g	
2	바나나 건조과일칩	제베르거 (Seeberger)	칩스 드 바난 (Chips de Banane)	독일	2.05유로 (2,872원)	150g	
3	망고 건조과일칩	카멜루르 (Kamelur)	망 세쉬 바이오 (Mangue Séchée Bio)	독일	24.99유로 (35,014원)	1kg	

[표 2.2] 프랑스 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

까르푸 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	감자칩	까르푸 바이오 (Carrefour BIO)	칩스 올리브 허브 드 프로방스 (Chips aux Olives Herbes de Provence)	프랑스	2.49유로 (3,489원)	100g	
2	자두 건조 과일칩	레플렛츠 드 프랑스 (Reflets de France)	프리노 드 아젝 (Pruneaux d'Agen)	프랑스	5.90유로 (8,267원)	500g	
3	무화과 건조 과일	까르푸 (Carrefour)	피그 모엘뤼스 (Figs Moelleuses)	튀르키예	2.95유로 (4,133원)	1kg	

자료: 아마존(Amazon), 까르푸(Carrefour) 홈페이지

사진 자료: 아마존(Amazon), 까르푸(Carrefour) 홈페이지

3) 조사일(2023.08.08) 기준

4) 조사일(2023.08.08) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 프랑스 파리 정보⁵⁾

인구	약 212만 명
면적	105km ²

▶ 프랑스 파리, 방문지역으로 선정

파리는 인구 약 212만 명이 거주하는 프랑스의 수도로 북부지방의 센강변 내륙에 위치하고 있으며, 파리를 포함하는 대도시권인 일 드 프랑스(Ile de France)는 8개 현으로 구성된 수도권 지역을 말함. 2021년 일 드 프랑스의 GDP는 전 세계 5위의 규모로 현재 유럽연합 내에서 가장 고도로 발달한 정치·경제·문화 중심지임. 그중에서도 파리는 전 세계 200개 글로벌 비즈니스 도시 중 3위⁶⁾를 차지하는 경제적 요충지로 자리매김함. 고객사 제품 HS CODE인 0813.30호의 2022년 프랑스 對글로벌 수입규모 확인 결과⁷⁾, 전 세계 312만 달러의 수입액 중 폴란드(26.2%), 칠레(23.3%), 이탈리아(17.1%)순의 비중을 차지하는 것으로 확인됨

▶ 현지조사 매장 선정, 백화점, 유기농 식료품점, 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 백화점, 유기농 식료품점, 슈퍼마켓을 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 프랑스 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
백화점	갤러리 라파예트 르 고메(Galleries Lafayette Le Gourmet), 르 봉 마르쉐(Le Bon Marche)
유기농 식료품점	나투랄리아(Naturalia), 바이오쎬봉(Bio c'est Bon)
하이퍼/슈퍼마켓	프랑프리(Franprix), 르클레어(E.Leclerc), 까르푸(Carrefour), 모노프리(Monoprix)
드럭스토어	시티파르마(Citypharma), 파머시 몽쥬(Pharmacie Monge)
아시아/한인마트	케이마트(K-Mart), 파리스토어(Paris Store)
온라인	아마존(Amazon), 까르푸(Carrefour)

■ 고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 프랑스 국립통계연구소 (www.insee.fr)
 6) 자료: 스태티스타 (statista.com)
 7) 자료: ITC Trade Map (www.trademap.org)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 프랑프리(Franprix), 나투랄리아(Naturalia), 갤러리 라파예트 르 고메 (Galeries Lafayette Le Gourmet)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 건조과일칩: 과일을 건조시켜 포장한 제품

- 고객사 요청에 따라 인기 건조과일 원물 제품을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류 건조과일칩, 건조과일
	오프라인	온라인	
① 칩스 드 바난 (프랑프리)	○ (프랑프리)	(-)	○
② 크랜베리 세쉬 (프랑프리)	○ (프랑프리)	(-)	○
③ 피그 모엘리스 (프랑프리)	○ (프랑프리)	(-)	○
④ 프리노 드 아쟁 데나요트 (프랑프리)	○ (프랑프리)	(-)	○
⑤ 프레 세쉬 망 브룩스 (아티자 디 몬데)	○ (나투랄리아)	(-)	○
⑥ 망 세쉬 (프로나투라)	○ (나투랄리아)	(-)	○
⑦ 바난 칩스 (프로나투라)	○ (나투랄리아)	(-)	○
⑧ 피그 세쉬 데 몽타뉴 드 나질리 (아그로 소싱)	○ (갤러리 라파예트 르 고메)	(-)	○
⑨ 망 세쉬 데 자딘 드 반포라 (아그로 소싱)	○ (갤러리 라파예트 르 고메)	(-)	○
⑩ 아브리코 모엘뢰 데 플라토 드 말라티아 (아그로 소싱)	○ (갤러리 라파예트 르 고메)	(-)	○

(*) 현지 판매 건조과일칩 경쟁제품 10개 분석

2. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 품목명
제조사		제품의 제조사
제품 종류		건조과일칩, 건조과일
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
포장 형태		플라스틱 파우치의 포장
인증		제품이 취득한 인증 사항
수입자		제품의 수입자명
홍보문구		제품의 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 프랑스 건조과일칩 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 프랑스 파리에 위치한 백화점, 유기농 식료품점, 슈퍼마켓

프랑스 파리에 위치한 슈퍼마켓인 프랑프리, 유기농 식료품점인 나투랄리아, 백화점인 갤러리 라파예트 르 고메에 방문함. 특히, 세 개 매장 모두, 지하철역에 인접하여 접근성이 좋음. 프랑프리와 나투랄리아는 프랑스에서 다수의 체인을 운영하고 있음

[표 2.6] 프랑스 방문 매장 및 특징

방문 매장명	프랑프리 (Franprix)	나투랄리아 (Naturalia)	갤러리 라파예트 르 고메 (Galeries Lafayette Le Gourmet)
방문 매장 전경			
구분	슈퍼마켓	유기농 식료품점	백화점
조사 제품 수	4개	3개	3개
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> · 1958년에 설립된 슈퍼마켓 체인점 · 프랑스 내 641개의 매장 운영 중 · 대부분의 매장이 파리와 파리 교외에 집중되어 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 1973년에 설립된 유기농 식료품점 체인 · 프랑스 내 76개의 매장 운영 중 	<ul style="list-style-type: none"> · 1894년 설립된 백화점 체인인 갤러리 라파예트 그룹의 식품 마켓 · 유명 관광지 사이에 위치

▶ 경쟁제품, 10개 제품 모두 하나의 매장에서만 판매

프랑프리, 나투랄리아, 갤러리 라파예트 르 고메 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 건조과일칩 경쟁제품들은 모두 각 매장과 중복하여 판매되고 있지 않음을 확인함. 또한, 인기 쇼핑몰인 아마존과 까르푸에서는 판매되고 있지 않음

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	프랑프리 (Franprix)	나투랄리아 (Naturalia)	갤러리 라파예트 르 고메 (Galeries Lafayette Le Gourmet)
① 칩스 드 바난 (프랑프리)	○		
② 크랜베리 세쉬 (프랑프리)	○		
③ 피그 모엘리스 (프랑프리)	○		
④ 프리노 드 아쟁 데나요트 (프랑프리)	○		
⑤ 프레 세쉬 망 브룩스 (아티자 디 몬테)		○	
⑥ 망 세쉬 (프로나투라)		○	
⑦ 바난 칩스 (프로나투라)		○	
⑧ 피그 세쉬 데 몽타뉴 드 나질리 (아그로 소싱)			○
⑨ 망 세쉬 데 자딘 드 반포라 (아그로 소싱)			○
⑩ 아브리코 모엘뢰 데 플라토 드 말라티야 (아그로 소싱)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 프랑프리(Franprix)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
가전, 유제품, 음료 등의 가공식품, 과일 채소 등의 신선식품, 냉동식품, 유기농 식품 등
- 매장 주변 특징:
지하철역 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 지하철 이용객

브랜드 기본 정보			프랑프리는 1958년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로 프랑스 내 641개의 매장 운영 중이며, 대부분 매장이 파리와 파리 교외에 집중되어 있음. 웹사이트와 모바일 애플리케이션을 통한 전자상거래 영역에서도 활발히 운영 중이며 40분 이내의 배달 및 픽업 서비스를 제공함
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	파리
		상세주소	35 Bd Haussmann, 75009 Paris
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 건조과일칩 경쟁제품 정보		
			
	칩스 드 바난 (프랑프리)		크랜베리 세쉬 (프랑프리)
			
	피그 모엘리스 (프랑프리)		프리노 드 아젥 데나요트 (프랑프리)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① 프랑프리(Franprix)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	칩스 드 바난 (Chips de Banane)	크랜베리 세쉬 (Cranberries séchées)
제조사 (현지어)	프랑프리 (Franprix)	프랑프리 (Franprix)
제품 종류	건조과일칩	건조과일
중량	125g	125g
소비자가격	1.99유로 (2,788원)	1.99유로 (2,788원)
10g당 가격	0.16유로 (224원)	0.16유로 (224원)
원산지	필리핀	미국
맛	바나나 맛	크랜베리 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
인증	(-)	(-)
수입자	(-)	(-)
홍보문구	칼륨 공급	풍부한 섬유질
원료 및 첨가물	바나나, 코코넛 오일, 설탕, 향료	크랜베리 60%, 설탕, 해바라기유

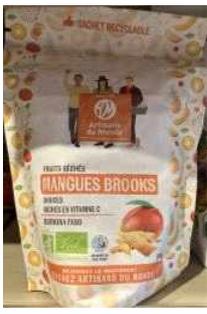
Shop ① 프랑프리(Franprix)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	피그 모엘리스 (Figs moelleuses)	프리노 드 아젠 데나요트 (Pruneaux d'Agen dénoyautés)
제조사 (현지어)	프랑프리 (Franprix)	프랑프리 (Franprix)
제품 종류	건조과일	건조과일
중량	250g	250g
소비자가격	4.69유로 (6,571원)	4.49유로 (6,291원)
10g당 가격	0.19유로 (266원)	0.18유로 (252원)
원산지	튀르키예	프랑스
맛	무화과 맛	아젠 자두 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
인증	(-)	IGP(지리적 표시) 인증
수입자	(-)	(-)
홍보문구	칼륨 공급	(-)
원료 및 첨가물	건조 무화과, 보존제	아젠 자두

Shop ② 나투랄리아(Naturalia)

매장 정보

- 유형: 유기농 식료품점
- 판매 제품 특징:
과일, 채소, 식료품, 신선식품, 주류, 화장품, 위생용품, 아기용품 등을 취급
- 매장 주변 특징:
지하철역 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 지하철 이용자

브랜드 기본 정보			1973년에 파리에서 설립된 유기농 식료품점 체인이며, 프랑스 전역에 76개 매장을 운영 중임. 2001년부터 전자상거래 사업을 도입했으며, 100% 비건 매장, 에코 디자인 방식 적용 매장, 100% 유기농 웰빙 매장 등을 오픈하여 운영 중임
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	파리 102 Rue Réaumur, 75002 Paris
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
	 		
제품 판매 정보	판매 건조과일칩 경쟁제품 정보		
			

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 나투랄리아(Naturalia)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	프뤼 세쉬 망 브룩스 (Fruits Séchés Manges Brooks)	망 세쉬 (Manges séchées)
제조사 (현지어)	아티자 디 몬데 (Artisans du Monde)	프로나투라 (Pronatura)
제품 종류	건조과일	건조과일
중량	100g	125g
소비자가격	3.95유로 (5,534원)	3.85유로 (5,394원)
10g당 가격	0.40유로 (560원)	0.31유로 (434원)
원산지	부르키나 파소	코트디부아르
맛	망고 맛	망고 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
인증	공정무역 인증, 에코서트(유기농) 인증, AB(유기농) 인증	에코서트(유기농) 인증, AB(유기농) 인증, PEFC 산림 인증
수입자	솔리다르몽드 (Solidar'Monde)	프로나투라 (Pronatura)
홍보문구	부드러운, 비타민C 풍부, 세계의 장인이 되는 운동에 동참하세요	설탕 무첨가, 코트디부아르산 원료
원료 및 첨가물	유기농법과 공정무역으로 만든 말린 망고	망고

Shop ② 나투랄리아(Naturalia)

	경쟁제품 ⑦
제품 사진	
제품명 (현지어)	바난 칩스 (Bananes chips)
제조사 (현지어)	프로나투라 (Pronatura)
제품 종류	건조과일
중량	125g
소비자가격	5.05유로 (7,076원)
10g당 가격	0.40유로 (560원)
원산지	필리핀
맛	바나나 맛
포장 형태	플라스틱 파우치
인증	에코서트(유기농) 인증, AB(유기농) 인증, PEFC 산림 인증
수입자	프로나투라 (Pronatura)
홍보문구	필리핀산 원료
원료 및 첨가물	유기농 바나나 68%, 유기농 코코넛 오일, 유기농 사탕수수 설탕

Shop ③ 갤러리 라파예트 르 고메 (Galeries Lafayette Le Gourmet)

매장 정보

- 유형: 백화점
- 판매 제품 특징:
제과류, 제빵류, 디저트, 식품, 와인, 신선 및 가공식품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
관광지 인근에 위치
- 주요 고객층:
관광객, 지하철 이용객

브랜드 기본 정보			갤러리 라파예트 르 고메는 1894년 설립된 백화점 체인인 갤러리 라파예트 그룹 내 식품마켓으로, 유명 관광지 사이에 위치해 있음. 일정 금액 이상 구매시 무료 배송 서비스를 실시하며, 프리미엄 식품 및 디저트류를 포함한 다양한 브랜드가 입점해 있어 소비자의 선택의 폭을 늘림
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	파리 93 Rue Réaumur, 75002 Paris
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 건조과일칩 경쟁제품 정보		
			
	피그 세쉬 데 몽타뉴 드 나질 (아그로 소싱)	망 세쉬 데 자딘 드 반포라 (아그로 소싱)	아브리코 모엘레 데 플라토 드 말라티야 (아그로 소싱)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 갤러리 라파예트 르 고메(Galeries Lafayette Le Gourmet)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	피그 세쉬 데 몽타뉴 드 나질리 (Figues séchées des montagnes de Nazilli)	망 세쉬 데 자딘 드 반포라 (Mangues séchées des jardins de Banfora)
제조사 (현지어)	아그로 소싱 (Agro Sourcing)	아그로 소싱 (Agro Sourcing)
제품 종류	건조과일	건조과일
중량	250g	125g
소비자가격	5.80유로 (8,126원)	5.20유로 (7,286원)
10g당 가격	0.23유로 (322원)	0.42유로 (588원)
원산지	튀르키예	부르키나 파소
맛	무화과 맛	망고 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
인증	에코서트(유기농) 인증, AB(유기농) 인증, 바이오 파트너(유기농 및 공정무역) 인증	에코서트(유기농) 인증, AB(유기농) 인증, 바이오 파트너(유기농 및 공정무역) 인증
수입자	아그로 소싱(Agro Sourcing)	아그로 소싱(Agro Sourcing)
홍보문구	자연적으로 풍부한 칼륨	자연적으로 풍부한 섬유질
원료 및 첨가물	무화과	망고

Shop ③ 갤러리 라파예트 르 고메(Galleries Lafayette Le Gourmet)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	아브리코 모엘뢰 데 플라토 드 말라티야 (Abricots moelleux des plateaux de Malatya)
제조사 (현지어)	아그로 소싱 (Agro Sourcing)
제품 종류	건조과일
중량	250g
소비자가격	6.70유로 (9,388원)
10g당 가격	0.27유로 (378원)
원산지	튀르키예
맛	살구 맛
포장 형태	플라스틱 파우치
인증	에코서트(유기농) 인증, AB(유기농) 인증, 바이오 파트너(유기농 및 공정무역) 인증
수입자	아그로 소싱(Agro Sourcing)
홍보문구	자연적으로 풍부한 칼륨
원료 및 첨가물	살구

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III

경쟁기업



1. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 선정
2. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 프랑스 현지기업 3개사 선정

프랑스 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 글로벌 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 35년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 아티자 디 몬데는 1974년에 설립되어 가장 오래된 49년의 업력을 보유하고 있으며, 프로나투라는 1987년 설립 이후 36년째 사업을 이어오고 있음. 아그로 소싱은 2004년 설립되어 19년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 건조과일칩 동일 품목 종류 조사

프랑스에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 건조과일칩 동일 품목 수를 조사한 결과, 아그로 소싱이 총 25개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 프로나투라가 23개, 아티자 디 몬데가 7개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 건조과일칩 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
아티자 디 몬데	프랑스	49년	7개
프로나투라	프랑스	36년	23개
아그로 소싱	프랑스	19년	25개

자료: 프랑스 진출 건조과일칩 경쟁기업 3개사 분석

2. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	건조과일칩 제품군

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	프랑프리, 나투탈리아, 갤러리 라파예트 르 고메
온라인	아마존, 까르푸

3. 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 프랑스 오프라인 매장 진출

프랑스에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 아티자 디 몬데와 프로나투라는 나투랄리아에, 아그로 소싱은 갤러리 라파예트 르 고메에 입점한 것으로 확인됨. 단, 경쟁기업 중 아마존과 까르푸 등 온라인 매장에 판매되고 있는 경쟁기업의 제품은 없는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

프랑스 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 소셜 미디어 채널을 운영하고 있음. 특히, 세 경쟁기업 모두 홈페이지에 제품에 대한 설명을 상세하게 소개해 소비자들의 편의를 도우면서 흥미도 끌고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 원산지, 성분 등을 강조

프랑스 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원산지와 성분 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 아티자 디 몬데는 비타민C 성분을 강조하였으며, 프로나투라는 원산지를, 아그로 소싱은 칼륨과 섬유질 성분을 강조하여 홍보하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 프랑스 건조과일칩 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
아티자 디 몬데	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 나투랄리아 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (프랑스) SNS 플랫폼 (프랑스) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 부드러운 - 비타민C 풍부 - 세계의 장인이 되는 운동에 동참하세요 	
프로나투라	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 나투랄리아 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (프랑스) SNS 플랫폼 (프랑스) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 설탕 무첨가 - 코트디부아르산 원료 - 필리핀산 원료 	
아그로 소싱	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 갤러리 라파예트 르 고메 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (프랑스/글로벌) SNS 플랫폼 (프랑스) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 자연적으로 풍부한 칼륨 - 자연적으로 풍부한 섬유질 	

자료: 프랑스 진출 건조과일칩 경쟁기업 3개사 분석

① 아티자 디 몬데

기업 기본 정보	기업명	아티자 디 몬데	
	기업 설명	아티자 디 몬데는 1974년 설립된 프랑스 최대 공정무역협회 네트워크로, 건조과일칩을 포함한 식음료와 뷰티, 생활용품, 패션, 어린이 용품 등의 제품 생산 판매하고 있음	
	위치	14 rue de la Beaune 93100 Montreuil	
	규모	동일 품목 수	7개
설립연도		1974년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 나투랄리아		제품명	프레 세쉬 망 브룩스 (Fruits Séchés Mangues Brooks)
			중량	100g
			소비자가격	3.95유로 (5,534원 ⁸⁾)
			제품 종류	망고 건조과일

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

8) 1유로=1,401.12원(2023.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (프랑스), 페이스북/인스타그램/유튜브 (프랑스)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>주 1회</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 소개, 공정무역 소개</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 기업 역사, 비전 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 제품 소개 및 판매 (별도 홈페이지)
		<ul style="list-style-type: none"> 공정무역 소개

사진자료: 아티자 디 몬데 홈페이지

② 프로나투라

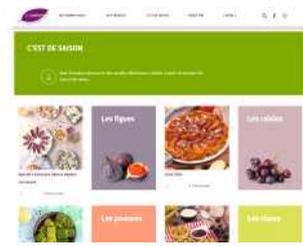
기업 기본 정보	기업명	프로나투라	
	기업 설명	프로나투라는 유기농 과일과 채소, 건조 과일 분야를 주력으로 하며, 1,500개 이상의 생산 주체와 파트너십을 맺고 제품 및 원료를 공급받고 있음	
	위치	Pronatura Provence 754 av. Pierre Grand	
	규모	동일품목 수	23개
		설립연도	1987년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 나투랄리아		제품명	망 세쉬 (Mangues séchées)
			중량	125g
			소비자가격	3.85유로 (5,394원)
			제품 종류	망고 건조과일

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (프랑스), 페이스북/인스타그램 (프랑스)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 제품 소개, 시즌 레시피 소개</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 회사 가치, 파트너십 등 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 시즌 레시피 소개

사진자료: 프로나투라 홈페이지

③ 아그로 소싱

기업 기본 정보	기업명	아그로 소싱	
	기업 설명	아그로 소싱은 유기농과 공정무역을 추구하는 기업으로, 자체 공정무역 시스템을 갖추면서도 최적의 맛과 품질, 식품 안전을 동시에 추구하고 있음	
	위치	388 avenue Galerie de la mer Pôle Yvon Morandat	
	규모	동일 품목 수	25개
설립연도		2004년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 갤러리 라파예트 르 고메		제품명	피그 세쉬 데 몽타뉴 드 나질리 (Figues séchées des montagnes de Nazilli)
			중량	250g
			소비자가격	5.80유로 (8,126원)
			제품 종류	무화과 건조과일

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (프랑스/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브 (프랑스)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 품질 소개, 인증 소개, 브랜드 소개

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> 기업 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 판매 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 인증 소개

사진자료: 아그로 소싱 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV

수입·유통업체 인터뷰



1. 오상(Auchan)
2. 비엔매니저(BienManager)
3. 까르푸(Carrefour)

Interview ①



오상(Auchan) International Procurement Manager

오상 (Auchan)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1960년 프랑스 북부 지방에서 설립된 유통업체
 - 오프라인 소매업체뿐만 아니라 자체 온라인 플랫폼 유통 중
 - 과일과 채소, 육류, 어패류, 냉동식품, 식료품, 유기농 식품, 다이어트 식품 등 취급

담당자 정보

International
Procurement Manager

소비자가격 2.5유로
(3,500원¹⁰⁾)

중량 15g

포장 형태 플라스틱 파우치

특징 무첨가 원물 100%, 저칼로리, 비건 푸드, 간식뿐만 아니라 다양한 레시피로 활용 가능

Q1. 고객사 건조과일칩에 대해 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

이 제품은 건강 트렌드와 잘 부합하지만, 높은 가격대와 유럽 내 원산지가 아니라는 점이 프랑스 내 기존 브랜드와의 경쟁에서 약점으로 작용할 수 있습니다. 플라스틱 파우치 포장은 현지에서 흔히 볼 수 있는 포장 방식입니다. 100% 천연 과일을 원료로 하는 이 제품은 건강 의식이 높은 프랑스 소비자들의 기호에 잘 맞습니다. 더불어 ‘비건’ 인증을 취득한 제품이라는 포지셔닝은 타깃 시장의 범위를 확장합니다. 이 제품은 다양한 인증 사항을 보유하고 있어, 프랑스 소비자들에게 제품의 안정성과 품질을 보증합니다. 이 제품이 프랑스 시장에서 성공하기 위해서는 전략적인 커뮤니케이션과 마케팅이 필요합니다.

Q2. 현지 건조과일칩 시장에서 제품의 원산지 및 성분 관련 트렌드는 무엇인가요?

프랑스의 건조과일칩 시장은 천연 재료와 최소한의 가공만을 거친, 재료에 중점을 둔 건강한 스낵을 중요시하는 트렌드로 변화하고 있습니다. 그리고 소비자들은 이제 다양한 과일 중에서도 특히 이국적인 품종에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 또한, 현지에서는 유기농 및 지속 가능한 방식으로 생산된 건조과일칩에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 하지만 아직은 현지에서 직접 생산된 제품에 대한 소비자들의 관심이 지배적이기도 합니다.

Q3. 건조과일칩 제품의 주요 소비자 그룹은 누구이며, 이들의 건조과일칩 제품에 대한 인식은 어떤가요?

건조과일칩의 주요 소비자 그룹은 건강한 간식을 찾는 사람들입니다. 이 그룹은 품질 좋은 건강한 간식을 선호하며, 건강한 간식을 구매하기 위해 조금 더 높은 금액도 기꺼이 지불하는 소비자입니다. 주로 전문적인 직업을 가진 사람들과, 자신과 가족을 위해 건강한 간식을 찾는 부모가 이에 포함됩니다. 또한, 이러한 그룹은 과일 함량이 높은 스낵 제품에도 관심이 있습니다.

9) 사진자료: 오상(Auchan) 공식 홈페이지

10) 1유로=1,401.12원(2023.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q4. 현지에서 인기 있는 건조과일칩 제품의 주요 마케팅 방법 및 채널은 무엇인가요?

프랑스 건조과일칩 제품은 소매 슈퍼마켓과 온라인 플랫폼에서 모두 구매할 수 있습니다. 그리고 다른 일반 과자만큼은 아니지만, 시장이 성장함에 따라 판매량도 증가하고 있습니다. 이에 따라 제품 마케팅도 온라인과 오프라인 플랫폼 모두에 집중하게 되었습니다. 온라인 마케팅은 주로 소셜 미디어에 집중하는 반면, 오프라인 마케팅은 가끔씩 프로모션 행사나 웰니스 센터와 공동 브랜딩 등을 하는 정도입니다.

Q5. 현지에서 건조과일칩을 판매할 때 효과적인 프로모션 방법은 무엇인가요?

가장 효과적인 프로모션은, 제품 출시 초기에 구매 시 혜택과 할인을 제공하는 방법입니다. 이러한 방법은 신제품을 소비자에게 소개하기 위한 제안과 같습니다. 주류 스낵에 비해 비교적 비싼 가격대의 스낵인 만큼, 소비자가 구매를 고려할 수 있도록 체험용 샘플을 통한 할인이 필요합니다. 이 외에도 소매점에서 프로모션을 진행하고 소셜 미디어에서 잠재 소비자와 소통하여 제품에 대한 광고를 만드는 등의 방법도 있습니다.

Q6. 건조과일칩이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

건조과일칩의 가장 적합한 유통채널은 프랑스의 주요 소매 체인입니다. 이러한 형태의 매장을 통해 유통하면 대량의 제품을 시장에 공급해야 하므로 충분한 물량을 확보해야 하지만, 브랜드의 노출과 가시성을 극대화할 수 있습니다. 또한, 온라인 쇼핑몰과 같은 디지털 플랫폼을 통해 직접 소비자에게 판매하는 방식도 효과적입니다. 이 외에 건강식품 전문점과의 협업을 통해 특정 타겟 고객층에게 집중적으로 제품을 제공하는 것도 고려할 수 있습니다.

Q7. 한국산 건조과일칩 제품을 현지 유통채널을 통해 판매하기 위해 취득해야 하는 인증이나 절차가 있나요?

유럽 식품 안전 표준을 충족하였음을 증명하는, 식품 안전 인증을 획득해야 합니다. 그리고 유럽 라벨링 표준을 준수한다는 것을 증명하기 위해, EU 공인 실험실에서 영양 및 성분 분석을 받아야 하는 경우도 있습니다. 이 외에도 포장 가이드라인을 준수하는 것도 중요합니다. 이렇게 필요한 인증과 승인이 완료되면, 수출 및 수입 프로세스를 거쳐야 합니다. 현지의 수입/유통업체와 협력해 프로세스를 더 쉽고 빠르게 진행하는 것이 가장 좋습니다.

Interview ②

11)



비엔매니저(BienManager) Director of Category Management

비엔매니저 (BienManager)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 새로운 맛과 미식 경험을 원하는 소비자들을 위한 온라인 유통업체
 - 유기농 식품, 미식 식료품, 즉석조리식품, 건강기능식품 등을 유통
 - 온라인에 입점된 제품은 내부 사식을 거치는 특징이 있음

담당자 정보

Director of Category Management

소비자가격 2.5유로 (3,500원)

중량 15g

포장 형태 플라스틱 파우치

무첨가 원물 100%, 저칼로리, 비건 푸드, 간식뿐만 아니라 다양한 레시피로 활용 가능

Q1. 고객사 건조과일칩에 대해 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

15g에 3,500원(2.5유로)이라는 고객사 제품의 가격은 제품 사양을 고려할 때 합리적입니다. 포장의 경우 플라스틱 파우치가 기본이나, 일부 소비자는 더 지속 가능한 비플라스틱 포장을 선호할 수 있으므로 신제품을 출시할 때는 지속 가능한 포장 옵션을 고려하는 것이 좋습니다. 그리고 이러한 접근은 소비자의 관심을 유도하는 효과적인 마케팅 전략이 될 수 있습니다. 제품의 무게는 이동 중에도 간편하게 섭취할 수 있는 분량으로 무거운 벌크 제품과 비교해 휴대성에서 유리합니다. 소비자에게 적합한 1회 제공량 포장은 타깃 시장에 적합합니다. 또한 FDA, ISO 등 권위 있는 기관으로부터 받은 여러 글로벌 식품 안전 및 품질 인증은 소비자의 신뢰를 얻는 데 중요한 역할을 합니다. 전반적으로 볼 때, 고객사 건조과일칩 제품은 경쟁력 있는 가격과 국제적으로 인정받은 품질 인증을 통해 입지를 넓혀나갈 수 있을 것입니다.

Q2. 현지 건조과일칩 시장에서 제품의 원산지 및 성분에 대한 트렌드는 무엇인가요?

현지에서 조달하고 생산한 말린 과일 스낵에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 호주나 미국과 같은 국가에서 수입된 독특한 외국 과일들도 현지 틈새시장의 인기를 노려 프리미엄 가격대를 형성하고 있습니다. 소비자들은 첨가물 없이 순수하고 천연 유기농 재료를 선호하는 경향이 뚜렷합니다. 천연 유기농 및 현지 조달 재료에 대한 선호가 강조되는 가운데, 이국적인 품종이나 향이 첨가된 옵션도 지속적인 수요가 있습니다.

Q3. 건조과일칩 제품의 주요 소비자 그룹은 누구이며, 이들의 건조과일칩 제품에 대한 인식은 어떤가요?

건조과일칩은 일반적인 정크 푸드를 대체할 수 있는 건강한 간식으로 각광받고 있습니다. 설탕을 첨가하지 않고 과일을 통째로 사용하기 때문에 체중을 조절하거나 식단을 관리하는 사람들에게 어필할 수 있습니다. 또한 건조과일칩은 자연에서 얻은 에너지가 풍부한 간편하고 가볍게 즐길 수 있는 스낵으로, 활동적인 생활 습관을 갖고 있거나 스포츠업에 종사하는 사람들에게도 인기 있습니다. 이 제품의 핵심 소비자 그룹은 기본적으로 건강에 관심이 많고 건강한 식습관을 우선시하는 사람들입니다.

Q4. 현지에서 인기 있는 건조과일칩 제품의 주요 마케팅 방법 및 채널은 무엇인가요?

소셜 미디어 마케팅은 이 제품을 알리는 데 매우 효과적입니다. 이를 통해 잠재 소비자에게 쉽게 접근하고, 그들의 참여를 유도하여 온라인 제품 판매 페이지로 이끌 수 있습니다. 또한, 영양사의 추천도 매우 유용하고 효과적인 마케팅 전략입니다.

Q5. 현지에서 건조과일칩을 판매할 때 효과적인 프로모션 방법은 무엇인가요?

가장 효과적인 홍보 방법은 활동적인 라이프스타일을 가진 사람들이 자주 찾는 피트니스 센터 등의 장소와 협업하는 것입니다. 또한, 앞서 언급했듯이 영양사와 협력하는 것도 제품을 홍보하는 데 매우 효과적인 방법이 될 것입니다.

Q6. 건조과일칩이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

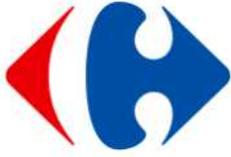
건조과일칩 제품의 잠재적 소비자층이 자주 찾는 건강기능식품 매장이 가장 적합한 유통채널입니다. 또한, 소비자들이 일상적으로 쉽게 접근할 수 있는 지역 슈퍼마켓을 통한 판매도 고려해 볼 수 있습니다. 이와 함께, 온라인 마케팅을 강화하여 소비자들이 온라인 플랫폼에서 쉽게 제품을 구매할 수 있도록 하는 것도 중요합니다.

Q7. 한국산 건조과일칩 제품을 현지 유통채널을 통해 판매하기 위해 취득해야 하는 인증이나 절차가 있나요?

고객사가 이미 품질 인증을 획득한 것은 매우 긍정적인 요소입니다. 다만, 프랑스 및 EU 시장에 제품을 출시하고, 소매업체에 제품을 입점하기 전에 추가적인 준비와 주의가 필요합니다. 제품이 프랑스 및 EU의 오염 물질, 위생, 포장재 안전 규정을 충족하는지 확인하는 테스트를 시행해야 합니다. 이는 현지 법규 준수를 입증하고, 소비자와 소매업체의 신뢰를 얻기 위해 중요합니다. 또한, 제품 라벨에는 성분, 영양 정보, 알레르기 유발 성분, 유통기한, 저장 조건 등의 정보가 명확하고 정확하게 표시되어야 하며, 특정 건강 및 영양 관련 표기 시 EU의 해당 규정을 준수해야 합니다. 현지 소비자들의 기호와 문화를 반영한 제품 설명과 라벨링으로 고객과의 친밀감을 높이는 전략도 중요합니다. 예를 들어, 프랑스어 및 기타 EU 언어로의 라벨 번역, 현지 문화에 맞는 마케팅 메시지 등이 포함될 수 있습니다. 이러한 준비가 잘 이루어진다면 프랑스 및 유럽 시장에서의 성공적인 제품 출시와 지속 가능한 성장에 큰 도움이 될 것입니다.

Interview ③

12)


**까르푸
(Carrefour)**

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 프랑스의 글로벌 대형 할인 유통업체
 - 식품, 가정용품, 가전, 문구류 등을 취급
 - 전 세계 13,000개 넘는 매장 운영

담당자 정보

 Strategic Project
Manager

소비자가격 2.5유로
 (3,500원)

중량 15g

포장 형태 플라스틱 파우치

특징 무첨가 원물 100%,
저칼로리, 비건 푸드,
간식 뿐만 아니라
다양한 레시피로 활용
가능

까르푸(Carrefour) Strategic Project Manager

Q1. 고객사 건조과일칩에 대해 경쟁제품과의 비교 분석을 포함한 피드백을 부탁드립니다.

고객사의 건조과일칩 제품은 15g당 2.5유로의 가격으로, 프랑스 시장으로의 진입을 고려할 때 프리미엄 스낵의 범주에 속할 수 있지만, 가격이 일반 소비자에게 다소 높게 느껴질 수 있어 가격 경쟁력 확보가 필요합니다. 플라스틱 파우치 포장은 비용에 있어서 효율적이나, 소비자들의 환경친화적인 패키징에 대한 수요가 증가함을 고려해야 합니다. 제품의 인증 및 친환경적 원료 상의 특징은 건강 및 환경의식이 높은 소비자들을 타겟으로 하기에 적합하며, 다양한 용도와 레시피로의 활용 가능성은 추가적인 매력 요소로 작용할 수 있습니다. 그러나 프랑스 및 EU 시장의 규제, 라벨링 요건 준수 및 시장 내 다른 경쟁제품과의 차별화 전략도 중요한 고려사항입니다.

Q2. 현지 건조과일칩 시장에서 제품의 원산지 및 성분에 대한 트렌드는 무엇인가요?

소비자들은 맛뿐만 아니라 건강에도 도움이 되는 스낵을 찾고 있고, 그러한 현대 소비자들의 기호에 힘입어 건조과일칩 시장이 성장하고 있습니다. 소비자들의 건강에 대한 인식이 제고되면서 유기농 및 유전자 변형 성분이 함유되지 않은 제품을 선호하고 있습니다. 이에 따라 많은 브랜드들이 고유한 맛과 식감을 제공하기 위해 다양한 과일 품종을 고려하고 있으며 이러한 트렌드는 건조과일칩 제품의 혁신과 시장 확장에 기여하고 있습니다.

Q3. 건조과일칩 제품의 주요 소비자 그룹은 누구이며, 이들의 건조과일칩 제품에 대한 인식은 어떤가요?

건조과일칩의 주요 소비자 그룹은 건강과 웰빙에 대해 많은 관심을 가진 젊은 층과 중년층입니다. 이들은 건강한 식습관과 웰빙을 중시하며, 새로운 건강한 식단 패션을 받아들이는 것에 열려 있습니다. 이러한 소비자들은 건조과일칩을 일상생활과 식단에 잘 부합하는 건강하고, 편리하며, 자연스러운 간식으로 여깁니다. 이러한 인식은 건조과일칩이 정크푸드에 대한 건강한 대안으로써 시장에서 자리 잡는 데 도움을 주고 있습니다.

Q4. 현지에서 인기 있는 건조과일칩 제품의 주요 마케팅 방법 및 채널은 무엇인가요?

건조과일칩 브랜드들은 건강 및 웰빙, 음식, 라이프스타일 분야의 인플루언서들과 협력하여 제품을 홍보하고, 더 많은 잠재 고객에게 다가섭니다. 또한, 건강한 간식 옵션을 검색하는 잠재 고객에게 접근하기 위해 구글과 페이스북과 같은 플랫폼에서 타겟팅 가능한 온라인 광고를 활용하고 있습니다. 더불어, 소매업체와 파트너십을 맺고 변화가 등에서 팝업 스토어를 운영하며 오프라인 마케팅 이벤트도 진행하는 등 다양한 마케팅 활동을 전개합니다.

Q5. 현지에서 건조과일칩을 판매할 때 효과적인 프로모션 방법은 무엇인가요?

건조과일칩을 현지에서 판매할 때 효과적인 프로모션 방법으로는, 잠재 소비자들께서 제품을 직접 시식하고 그 경험을 온라인에 공유하도록 유도하는 전략이 중요합니다. 이를 위해 초기 구매 혜택이나 할인을 제공하여 소비자들의 관심을 끌고 구매를 장려합니다. 또한, 제품에 대한 긍정적인 입소문을 유도하기 위해 소셜 미디어, 블로그, 리뷰 사이트 등 다양한 온라인 채널을 활용하여 지속적으로 소비자들과 소통하고 참여를 유도하는 것이 효과적입니다. 이러한 상호작용은 브랜드 인지도와 충성도를 높이는 데 중요한 역할을 합니다.

Q6. 건조과일칩이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

건조과일칩을 현지 시장에 성공적으로 진출시키기 위한 유통채널로는, 초기 단계에서는 주로 온라인 플랫폼을 통한 판매를 권장합니다. 이는 초기 비용을 절감하고 시장 반응을 살펴보는 데 유리합니다. 온라인 판매 데이터를 통해 수요가 높은 지역을 파악하고, 이후 이러한 지역을 중심으로 오프라인 소매점으로 유통을 확장하는 전략이 효과적입니다. 이런 점진적 접근 방식은 브랜드에게 시장 동향을 이해하고, 마케팅 및 판매 전략을 조정하는 데 필요한 통찰력을 제공하며, 비용 관리 측면에서도 이점을 가집니다.

Q7. 한국산 건조과일칩 제품을 현지 유통채널을 통해 판매하기 위해 취득해야 하는 인증이나 절차가 있나요?

한국산 건조과일칩 제품을 프랑스 시장에 판매하기 위해서는 특정 인증과 절차가 필요합니다. 먼저 제품 라벨링은 유럽 식품안전청(EFSA) 및 프랑스의 식품 규정을 엄격히 준수해야 합니다. 또한 ISO 22000과 같은 식품 안전 관리 시스템에 대한 인증도 중요하며, 이는 이미 고객사가 획득한 것으로 보입니다. 이런 인증은 제품의 품질과 안전성을 보장하고, 소비자 신뢰를 쌓는 데 중요한 역할을 합니다. 따라서 현지 법규와 규제를 준수하는 것은 현지 시장에서 성공적으로 제품을 유통하는 데 있어 필수적입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 칩스 드 바난 (프랑프리)
- ② 크랜베리 세쉬 (프랑프리)
- ③ 피그 모엘리스 (프랑프리)
- ④ 프리노 드 아젯 데나요트 (프랑프리)
- ⑤ 프레 세쉬 망 브룩스 (아티자 디 몬테))
- ⑥ 망 세쉬 (프로나투라)
- ⑦ 바난 칩스 (프로나투라)
- ⑧ 피그 세쉬 데 몽타뉴 드 나질리 (아그로 소싱)
- ⑨ 망 세쉬 데 자딘 드 반포라 (아그로 소싱)
- ⑩ 아브리코 모엘뢰 데 플라토 드 말라티야 (아그로 소싱)

▶ 경쟁사 제품 10g당 가격, 0.27유로 수준

경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 약 0.27유로(378원¹³⁾)이며, 고객사 제품의 10g당 가격인 1.67유로(2,340원)의 약 16.2% 수준으로 매우 낮게 형성되어 있음. 따라서 고객사 제품의 소비자가격을 낮춰 출시하여 현지 판매 제품 대비 가격 면에서의 경쟁력 제고 방안을 고려 가능함

[표 5.1] 프랑스 건조과일칩 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/유로)



13) 1유로=1,401.12원(2023.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 칩스 드 바난 (프랑프리)
- ② 크랜베리 세쉬 (프랑프리)
- ③ 피그 모델리스 (프랑프리)
- ④ 프리노 드 아젯 데나요트 (프랑프리)
- ⑤ 프레 세쉬 망 브룩스 (아티자 디 몬테))
- ⑥ 망 세쉬 (프로나투라)
- ⑦ 바난 칩스 (프로나투라)
- ⑧ 피그 세쉬 데 몽타뉴 드 나질리 (아그로 소싱)
- ⑨ 망 세쉬 데 자딘 드 반포라 (아그로 소싱)
- ⑩ 아브리코 모델리 데 플라토 드 말라티야 (아그로 소싱)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 매우 작은 편

고객사 제품의 중량은 15g으로 건조과일칩 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 172.5g의 약 -91.3% 수준으로 경쟁제품 대비 매우 작은 편으로 조사됨. 경쟁제품 중 건조과일칩 제품으로 범위를 좁혀도 평균 중량이 125g인 점을 참고하여 고객사는 제품의 포장 중량을 늘리거나 다양한 중량을 가진 패키징 제품을 출시하는 방안을 고려해 볼 수 있음

[표 5.2] 프랑스 건조과일칩 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 제품 중 3개 원산지, 튀르키예

프랑스에서 판매되고 있는 건조과일칩 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 가장 많은 수의 제품이 튀르키예에서 수입되었으며, 필리핀과 브루키나 파소산 제품도 각각 2개씩 확인됨. 뿐만 아니라 프랑스, 미국, 코트디부아르에서 각각 1개의 제품이 수입되어, 프랑스 내 건조과일칩 시장이 다양한 국제적 원산지를 통해 유통되고 있음

[표 5.3] 프랑스 건조과일칩 원산지 경쟁력 분석

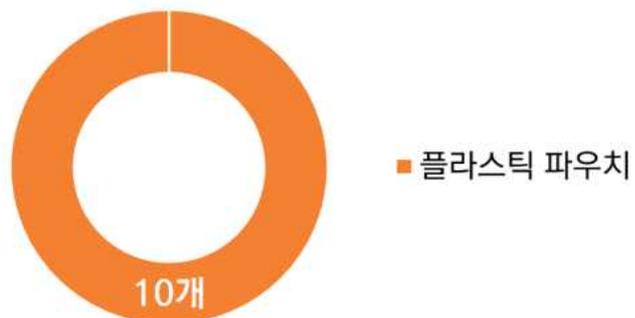


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 모두 플라스틱 파우치 사용

프랑스에서 판매 중인 건조과일칩 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개의 제품 모두 플라스틱 파우치를 사용하였음. 플라스틱 파우치 중에서도 친환경적인 재생가능한 포장지 사용 여부를 통해 경쟁력 제고 방안 고려 가능함

[표 5.4] 프랑스 건조과일칩 포장 형태 경쟁력 분석

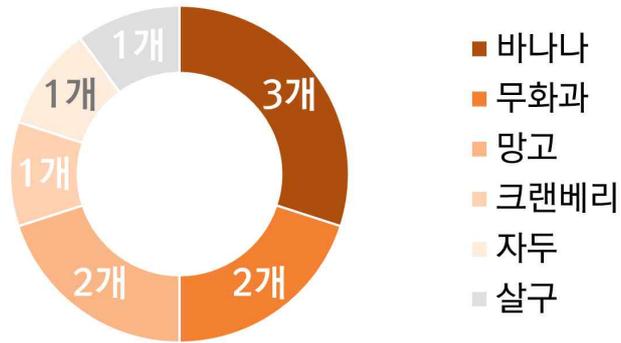


5) 맛

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 3개 바나나

프랑스에서 판매 중인 건조과일칩 경쟁제품의 맛을 조사한 결과, 바나나 맛이 3개로 가장 많았음. 이외에 무화과 맛과 망고 맛이 각각 2개, 크랜베리 맛과 자두 맛, 살구 맛이 각각 1개로 나타남

[표 5.5] 프랑스 건조과일칩 맛 경쟁력 분석



6) 인증

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개, 각각 AB, 에코서트 인증 획득

프랑스에서 판매 중인 건조과일칩 경쟁제품 10개의 인증을 조사한 결과, 6개 제품이 유기농 인증인 AB나 에코서트를 취득한 것으로 조사됨. 단, 여러 개의 인증을 중복으로 취득한 제품들이 대다수이며, 한 제품에서도 두 가지 이상의 인증 사항을 표기한 제품도 있었음

[표 5.6] 프랑스 건조과일칩 인증 경쟁력 분석

(복수 표기)



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정 ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

- 온/오프라인 매장에서의 인기 제품
 - (*) 온라인 쇼핑몰: 아마존, 까르푸
 - (*) 오프라인 매장: 프랑프리, 나투랄리아, 갤러리 라파예트 르 고메
- 다수의 오프라인 매장에서 판매
 - (*) 오프라인 매장: 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
인증

공통 특징 ②
맛



공통 특징 ①
인증

공통 특징 ②
맛



현지 벤치마킹 인기 제품
(프로나투라 _ 바나 칩스)
**'10g당 0.40유로의
경제적인 가격'**

◀ 벤치마킹
저렴한
10g당 가격

고객사 제품
**'다수의 인증을
획득한 건조과일칩'**

벤치마킹 ▶
다수 인증 획득

현지 벤치마킹 인기 제품
(아그로 소싱 _ 피그 셰쉬
데 몽타뉴 드 나질리)
'3개 인증 획득'

2) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 3개 인증 획득

- 인증

현지에서 판매 중인 건조과일칩 경쟁제품 10개의 인증 여부를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 7개의 제품이 1개 이상의 인증을 받았음. 특히 벤치마킹 제품들의 경우 3개의 인증을 받아, 현지 시장 진출 시 경쟁제품들과 마찬가지로 복수의 인증 사항을 표기하는 것을 권장함

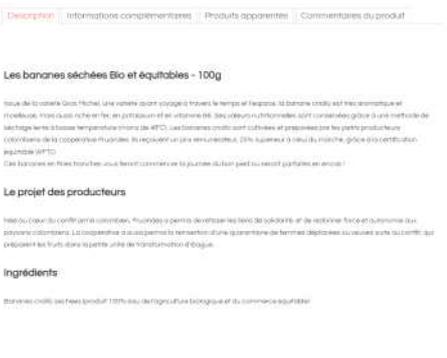
3) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 바나나 맛과 무화과 맛 강조

- 맛

현지에서 판매 중인 건조과일칩 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 5개의 제품이 바나나 맛 또는 무화과 맛인 것으로 조사됨. 나머지 5개는 망고와 크랜베리, 자두, 살구 등 다양한 맛으로 나타남. 따라서 현지 시장에서 상대적으로 비중이 높은 바나나 맛과 무화과 맛, 망고 맛 제품을 제품 라인업에 포함하는 것도 좋은 방안이 될 수 있음

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 건조과일칩 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	아티자 디 몬데	
	기업 설명	아티자 디 몬데는 1974년 설립된 프랑스 최대 공정무역협회 네트워크로, 건조과일칩을 포함한 식음료와 뷰티, 생활용품, 패션, 어린이용품 등의 제품도 생산·판매하고 있음	
주요 마케팅 전략	가치소비 강조	 <p>공정무역과 사회적 운동 홍보를 통한 가치소비 강조</p>	
	제품 설명에 집중	 <p>제품 카테고리에 대한 상세 설명</p>	 <p>별도 판매 페이지에서 상세한 제품 설명</p>
	판매채널	현지 오프라인 매장 진출	
요약	홍보채널	자사 프랑스 홈페이지 및 프랑스 페이스북/인스타그램/유튜브를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 성분 강조	

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Serving, 15g, 50g 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Dried Friut, Vegan, Slice 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Healthy 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Organic 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 건조과일칩 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amaon)	수집 리뷰 수	212건
제품명	크리스피 그린 100% 올 내추럴 프리즈-드라이드 애플 (Crispy Green 100% All Natural Freeze-Dried Apple)		
제품 종류	건조과일칩	소비자가격	23.45유로 (32,856원)
중량	180g (15g*12)	포장	플라스틱 파우치
특징	100% 순수 과일, 비건 인증, 코셔 인증, 글루텐프리, 유제품프리		

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '품질'에 대한 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 프랑스 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 건조과일칩 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '품질'에 대한 긍정 점수가 238점으로 가장 높게 나타나 품질에 대한 소비자의 만족도가 가장 높은 것으로 드러남. 그다음으로는 '맛'에 대한 긍정 점수가 201점으로 높은 편인 것으로 나타남. 따라서, 프랑스 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 건조과일칩 제품에 대하여 품질 및 맛 관심도가 높은 편임을 확인함

● 분석 제품 정보

사이트	아마존
수집 리뷰 수	212건
제품명	크리스피 그린 100% 올 내추럴 프리즈-드라이드 애플
제품 종류	건조과일칩
소비자가격	23.45유로 (32,856원)
중량	180g (15g*12)
포장	플라스틱 파우치
특징	100% 순수 과일, 비건 인증, 코셔 인증, 글루텐프리, 유제품프리

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	72	47
중량	61	25
제품 종류	53	20
맛	201	51
품질	238	60
종합	625	203

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

VI 시사점



Dried Fruit Chips Price&Volume



Point. 1



- ✓ 프랑스 오프라인 매장에서 판매되고 있는 건조과일칩 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 0.27유로(378원)으로 고객사 제품의 10g당 가격인 1.67유로(2,340원)에 비해 매우 낮은 편
- ✓ 현지 판매 제품 대비 가격 경쟁력 제고 방안으로 가격 인하 또는 중량 증가 고려 가능함

Point. 2



- ✓ 프랑스 오프라인 매장에서 판매되고 있는 건조과일칩 경쟁제품 10개의 평균 중량은 172.5g으로 고객사 제품 중량(15g)보다 현저히 높은 편
- ✓ 모든 경쟁제품의 중량이 100g에서 250g 사이에 위치해 고객사 제품의 중량을 늘려 진출하는 방안 고려 가능함

Dried Fruit Chips Country&Flavor



Point. 1



- ✓ 프랑스 오프라인 매장에서 판매되고 있는 건조과일칩 경쟁제품 10개의 원산지는 튀르키예, 필리핀, 브루키나 파소 등 다양하며 한국산 제품은 확인되지 않음
- ✓ 프랑스 건조과일칩 시장의 진출을 위해 한국산 원산지를 강조하여 원물의 이점을 강조할 것을 제안

Point. 2



- ✓ 프랑스 오프라인 매장에서 판매되고 있는 건조과일칩 경쟁제품 10개의 맛은 바나나 맛이 3개, 무화과와 망고 맛이 각각 2개로 조사되며, 이외에도 다양한 맛을 취급함
- ✓ 고객사 제품의 다양한 맛과 더불어 아시아(한국산) 과일임을 강조하여 진출할 것을 제안

France Market Competitor



Point. 1



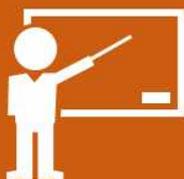
- ✓ 프랑스 건조과일칩 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 평균 약 35년 업력 보유
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 조사된 오프라인 매장 1군데씩에 진출하여 판매중
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 원산지 및 성분을 강조하여 홍보중

Point. 2



- ✓ 프랑스 건조과일칩 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 보유중이며, 아그로 소싱은 글로벌 자사 홈페이지를 추가로 운영중
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 불어로 된 소셜미디어(페이스북, 인스타그램) 페이지를 운영중이며 아티자 디 몬데와 아그로 소싱은 유튜브를 추가로 운영중

Importer·Distributor Interview



Point. 1



- ✓ 프랑스 건조과일칩 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품이 비건, ISO 22000 등 여러 인증 사항을 취득한 점에 대해 긍정적으로 평가
- ✓ 고객사 제품의 포장 옵션으로 지속 가능한 비플라스틱 포장 옵션을 제안함

Point. 2



- ✓ 프랑스 건조과일칩 소비자들의 제품 구매 시 고려 요인은 원료 과일의 품질로 첨가물 여부와 유기농 여부를 고려함
- ✓ 건조과일칩 제품의 잠재적 소비자층을 고려하여 건강기능식품 매장과 유기농 식료품점을 적절 유통채널로 추천함
- ✓ 또한 긍정적인 리뷰로 재구매를 확보하기 위해 소셜 미디어, 리뷰 사이트 등을 활용하여 소비자들을 유도할 것을 제안함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스타티스타 (www.statista.com)
2. 아마존 홈페이지 (www.amazon.co.fr)
3. 까르푸 홈페이지 (www.carrefour.fr)
4. 프랑스 통계청 홈페이지 (www.insee.fr)
5. ITC Trade Map (www.trademap.org)
6. 프랑프리 홈페이지 (www.franprix.fr)
7. 나투랄리아 홈페이지 (www.naturalia.fr)
8. 갤러리 라파예트 르 고메 홈페이지 (gourmet.gallerieslafayette.com)
9. 아티자 디 몬테 홈페이지 (artisansdumonde.org)
10. 아티자 디 몬테 온라인 판매 페이지
(www.boutique-artisans-du-monde.com/epicerie/noix-bios-et-aperitifs/fruits-sec-biologiques.html)
11. 프로나투라 홈페이지 (www.pronatura.com)
12. 아그로 소싱 홈페이지 (www.agrosourcing.com/en/homepage)
13. 오상 홈페이지 (www.auchan.fr)
14. 비엔매니저 홈페이지 (www.bienmanger.com/2C1_Bienmanger_Welcome.html)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.03

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea