

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-01
품목 | 맛밤(Flavoured Chestnut)
HS CODE | 2008.19-1000
국가 | 프랑스(France)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	03
-------	----

II. 시장규모

1. 프랑스 견과류 시장규모	06
2. 프랑스 1인당 견과류 소비규모	07
3. 견과류 평균 단위당 소매가격	08
4. 프랑스 맛밤 수입규모	09

III. 시장트렌드

1. 다양한 형태로 밤 섭취하는 프랑스 소비자	12
2. 제품의 형태의 따라 다양한 브랜드 존재	13
3. 밤과 첨가물의 풍미를 강조하는 키워드 빈출	14
4. 건강과 풍미를 강조하는 홍보문구	15

VI. 유통채널

1. 프랑스 맛밤 유통채널 점유율	17
2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널	18

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 프랑스 맛밤 통관 및 검역 절차	27
2. 프랑스 맛밤 품질 인증	30
3. 프랑스 맛밤 라벨링	31
4. 프랑스 맛밤 성분 및 유해물질	35

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 비엔 매니저(Bien Manager)	39
2. 크로켈라(CROC'ELLA)	41
3. 넛엑스퍼트(NutExpert)	44

VII. 시사점

1. 시사점	47
--------	----

※ 참고문헌	49
--------	----



HS CODE : 2008.19-1000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

프랑스 맛밤 시장

시장 현황

견과류 시장규모

단위 : 십억 달러



1인당 견과류 소비규모

단위 : kg



수출입 현황

HS CODE 2008.19 수입 규모

단위 : 천 달러



HS CODE 2008.19 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 아마존 프랑스 밤 가공제품 110건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정 관세율 0%

사전 준비
수출업자 세관등록(EORI), 공인경제 운영자(AEO) 사전 등록

권장 인증



라벨링 유의사항

표기 언어
프랑스어 표기 필수
여러 언어 병기 가능
스티커 형태 라벨 부착 가능
유럽연합 가입국의 언어로 추가 기재 가능

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

프랑스 밤 식습관 가을과 겨울에 특히 밤 인기 높음. 볶거나, 삶거나, 튀려서 만들거나, 디저트류의 소재료로 활용
프랑스 내 맛밤 유사제품 맛밤 유사 제품으로 프랑스 전통 크리스마스 간식인 설탕에 절인 밤(마론 글라세, marrons glacés)가 있음
최근 트렌드 밤 가루, 밤 파스타, 밤 맥주 등 다양한 신제품에 밤 활용. 지속 가능한, 친환경적이고 책임감 있는 농법으로 제조된 밤 수요 증가

Point 02.

홍보 및 마케팅 전략 프리미엄 품질, 유기능, 천연 속성 강조. 최근 들어 소셜 미디어 플랫폼 활용 증가
인기제품 특징 인기제품들은 지속적인 공급과 프리미엄 품질을 강조함. 친환경적인 포장에 대한 수요 증가
맛밤 외 추천하는 밤 가공식품 밤 퓨레, 밤 크림, 밤 가루 추천. 유기능 및 글루텐 프리 등의 홍보문구 활용 필요

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 프랑스 견과류 시장규모
2. 프랑스 1인당 견과류 소비규모
3. 견과류 평균 단위당 소매가격
4. 프랑스 맛밤 수입규모

1. 프랑스 견과류 시장규모

프랑스 국가 일반 정보¹⁾

면적	67만 5417km ²
인구	6,781만 명
GDP	2조 9,355억 달러
GDP (1인당)	4만 4,852 달러

▶ 프랑스 견과류 시장규모 4,070억 원, 연평균 2.6% 성장

2022년 기준 프랑스 견과류 시장규모는 4,070억 원에 달함. 최근 5년(2018-22년)간 평균 3,781억 원 규모로 연평균 2.6% 성장하였고, 2021년의 전년 대비 성장률은 7.0%로 다른 해보다 높은 편임

▶ 프랑스 견과류 시장규모, 향후 5년 1.6%씩 성장 전망

프랑스 견과류 시장은 2027년까지 연평균 1.6%씩 성장하여 2027년 4,332억 원 규모를 기록할 것으로 예상됨. 스태티스타(Statista)에 따르면, 견과류 시장규모 상위 5개국은 미국, 인도, 중국, 독일, 일본 순이며, 프랑스의 경우 31위²⁾, 한국의 경우 10억 9백만 달러(약 1조 3,246억 원)으로 12위를 차지함

[표 2.1] 프랑스 견과류 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR ⁶⁾
견과류	0.28	0.27	0.28	0.30	0.31	2.6%
(한화추정액)	(3,676억 원)	(3,545억 원)	(3,676억 원)	(3,938억 원)	(4,070억 원)	
분류	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	CAGR
견과류	0.31	0.31	0.32	0.32	0.33	1.6%
(한화추정액)	(4,070억 원)	(4,070억 원)	(4,201억 원)	(4,201억 원)	(4,332억 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 스태티스타(Statista)에서 집계한 149개국 중의 순위를 기재함

3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 자료: 스태티스타(Statista), 「Fruits & Nuts_France」, 2023.05

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

2. 프랑스 1인당 견과류 소비규모

▶ 프랑스 1인당 견과류 소비규모 2022년 기준 0.64kg

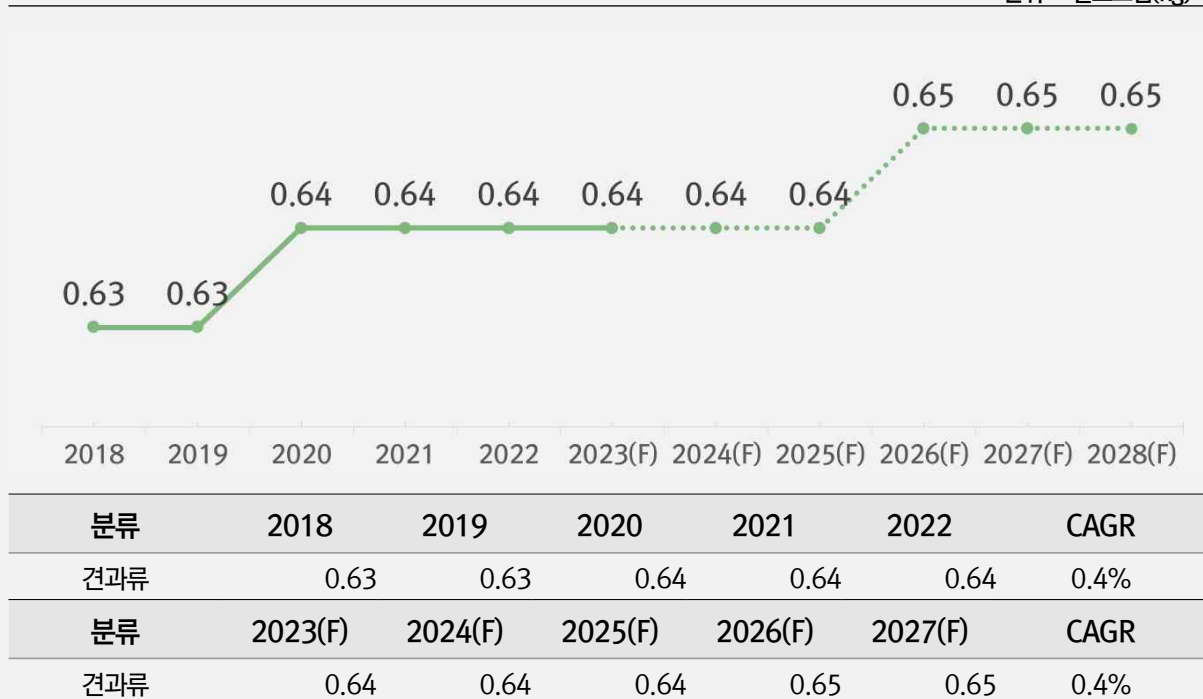
2022년 기준 프랑스 1인당 견과류 소비규모는 0.64킬로그램(kg)이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 성장률은 0.4%로 소폭 상승한 것으로 나타남. 프랑스 과일 및 견과류 시장 중 신선 과일의 1인당 소비규모는 41.5kg, 가공 및 냉동 과일의 1인당 소비규모는 1.9kg으로, 견과류 대비 더 높은 소비규모를 보였으나, 연평균 성장률은 각각 -1.0%, -2.4%로 1인당 견과류 소비규모 대비 더 낮은 성장률을 보임

▶ 프랑스 1인당 견과류 소비규모, 향후 5년간 0.4%씩 성장 전망

프랑스 1인당 견과류 소비규모는 2027년까지 연평균 0.4%씩 성장하여 2027년에는 0.65kg에 이를 것으로 예상됨. 프랑스 스낵 시장에 건강한 재료를 사용한 먹거리를 선호하는 트렌드가 관찰되고 있음. 이러한 변화는 프랑스 견과류 시장에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상됨⁷⁾⁸⁾

[표 2.2] 프랑스 1인당 견과류 소비규모

단위 : 킬로그램(kg)



자료: 스탯스타(Statista)

7) 자료: Kotra 해외시장뉴스, 「프랑스 과자류 스낵 시장동향」, 2022.07

8) 조사제품 '맛밤'은 국내산 알토리 맛밤을 레토르트 파우치에 쩌내 기타 첨가물 없이 멸균처리한 견과류 제품임. 이에 제품의 원재료를 기준으로 '견과류' 시장규모를 조사함

3. 견과류 평균 단위당 소매가격

▶ 견과류 평균 단위당 소매가격 2022년 기준 7.3달러

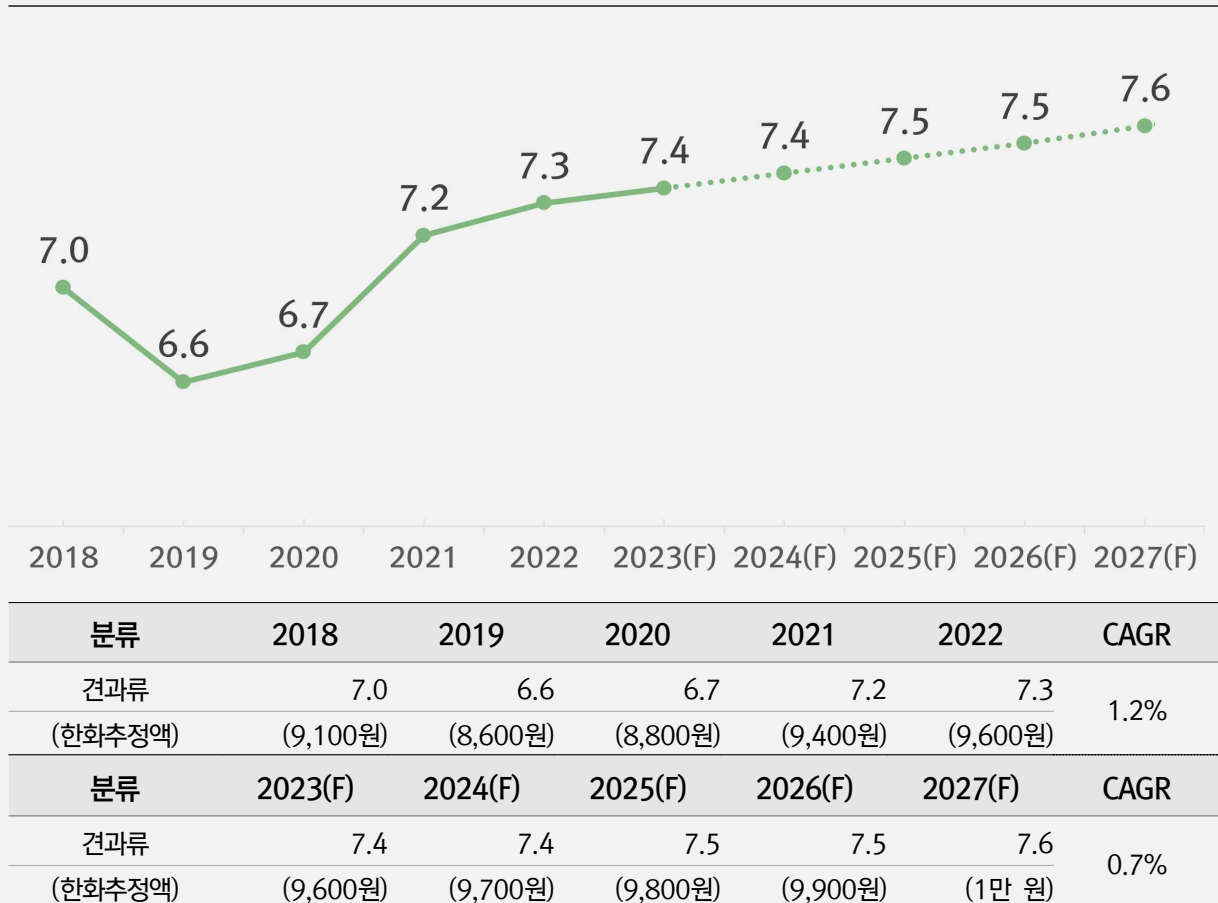
2022년 기준 견과류 평균 단위당 소매가격은 7.3달러이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 1.2%씩 증가함. 2019년 전년 대비 5.5% 감소한 것을 제외하면 평균 단위당 소매가격은 꾸준히 상승해 옴. 한국의 2022년 기준 견과류 평균 단위당 소매가격은 3.8달러(약 4,989원)으로, 프랑스의 평균 단위당 견과류 소매가격이 한국 대비 약 2배 정도 높은 것을 알 수 있음

▶ 견과류 평균 단위당 소매가격, 향후 5년간 0.7%씩 성장 전망

견과류 평균 단위당 소매가격은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 0.7%씩 성장하여 2027년에는 7.6달러 규모에 이를 것으로 예상됨

[표 2.3] 프랑스 견과류 평균 단위당 소매가격⁹⁾

단위 : 달러



자료: 스탯스타(Statista)

9) 자료: 스탯스타(Statista), 「Fruits & Nuts_France」, 2023.05

4. 프랑스 맛밤 수입규모

맛밤 HS CODE

해당 장에서 맛밤은 'HS CODE 2008.19로 분류. HS CODE 제2008호의 품명은 '그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과일·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분'임. 'HS CODE 2008.19-1000'의 품명은 '밤'임

▶ 프랑스 對글로벌 HS CODE 2008.19 수입액 연평균 1.2% 감소

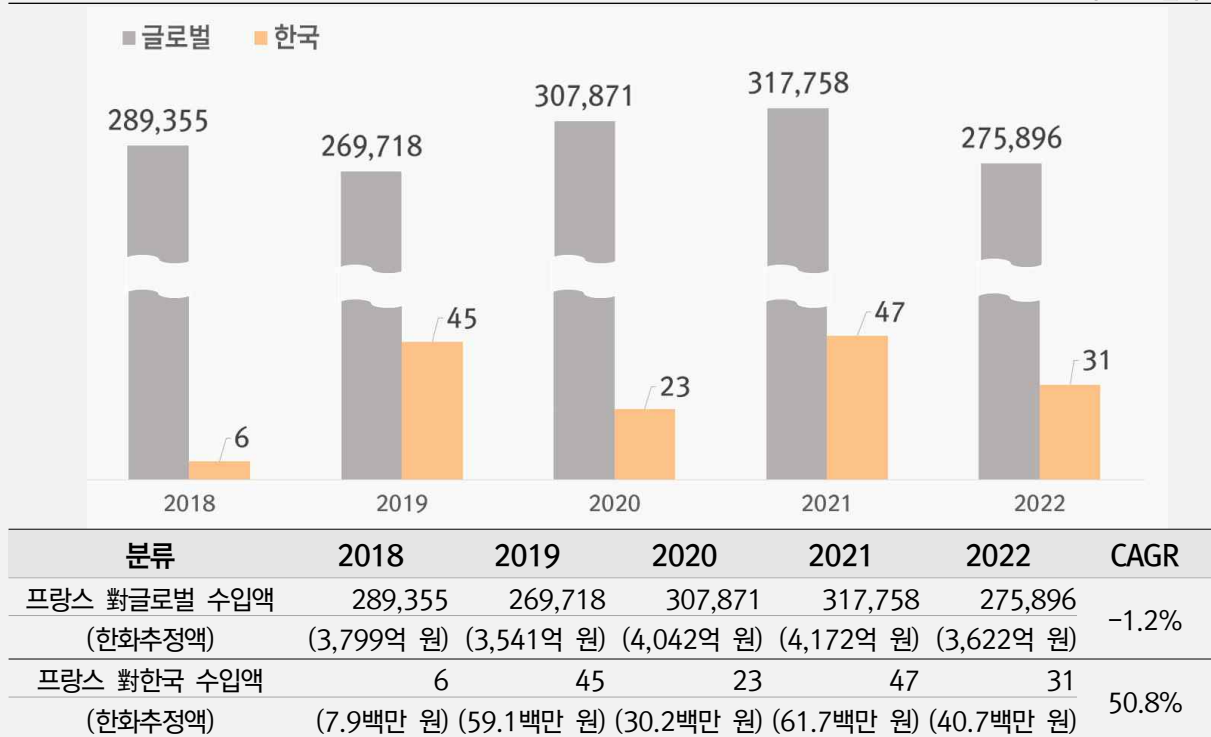
프랑스 HS CODE 2008.19 품목의 對글로벌 수입액 평균은 3,835억 원이며 지난 5년(2018-22년)간 연평균 1.2%씩 감소하여 2022년 3,622억 원을 기록함

▶ 프랑스 내 HS CODE 2008.19 한국산 점유율 미미

최근 5년간 프랑스 對한국 HS CODE 2008.19 수입액은 높은 연평균 성장률을(50.8%) 보였으나, 2022년 기준 4,070만 원의 미미한 수입액으로 47위를 기록함. 수입 상위국 중 1위 독일(약 1,013억 원, 점유율 28.0%), 2위 스페인(약 560억 원, 15.5%), 3위 네덜란드(약 460억 원, 12.7%)의 성장률은 각각 1.1%, 4.0%, 3.9%로 글로벌 연평균 성장률보다 높은 수치를 보임

[표 2.4] 프랑스 HS CODE 2008.19 수입규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.19 기준

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 다양한 형태로 밤 섭취하는
프랑스 소비자
2. 제품 형태에 따라 다양한 브랜드
존재
3. 밤과 첨가물의 풍미를 강조하는
키워드 빈출
4. 건강과 풍미를 강조하는 홍보문구

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 프랑스 온라인매장 입점 밤 가공제품

- 데이터 수집 키워드 : 밤(châtaigne)
- 데이터 수집량 : 110건
- 데이터 수집원 : 아마존 프랑스(Amazon.fr)

▶ 프랑스 온라인매장 입점 밤 가공식품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 맛 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/프랑스어)		빈도	키워드 (국문/프랑스어)		빈도
경쟁제품	밤 가루	farine	16	수프	soupe	6
	밤 꿀	miel	12	밤 퓨레	purée	5
	주류	liqueur	8	구운 밤	grillées	2
	밤 절임	glacé	7	밤 쿠키	biscuits	2
	크레페	crêpe	6	밤 케이크	gâteau	2
경쟁브랜드	아그리몬타나	agrimontana	13	자르딩바이오	jardin bio	3
	르 페인 데 플로르	le pain des fleurs	8	게펜	gefen	3
	머챤트 고멧	merchant gourmet	5	마테른	materne	2
	프라이멀	priméal	4	브조르	bjorg	1
	리비히	liebig	4	물린 피베르	moulin pivert	1
	고빈다	govinda	3	리플렉트 데 프랑스	reflets de france	1
	바이오 플래닛	bio planet	3	(-)	(-)	(-)
맛	달콤한 밤 풍미	douce	16	아몬드 향이 나는 밤 풍미	amande	5
	꿀로 데친 밤 풍미	miel	12	초콜릿으로 덮힌 밤 풍미	chocolat	4
	바닐라 밤 풍미	vanille	12	코코넛 향이 나는 밤 풍미	coco	3
	구운 밤 풍미	grillée	6	헤이즐넛 향이 나는 밤 풍미	noisette	2
	꽃 향기	fleurs	6	카라멜 밤 풍미	caramélisée	1
	짭짤한 밤 풍미	salée	6	단풍나무 밤 풍미	érable	1
	견과류 밤 풍미	noix	5	스모키 밤 풍미	fumée	1
홍보문구	글루텐 프리	gluten	18	소화 기능에 좋은 밤	digest	4
	깊은 풍미	saveur	17	심장 건강에 좋은 밤	cœur	2
	유기농	biologique	13	채식주의	végétarien	1

1. 다양한 형태로 밤 섭취하는 프랑스 소비자

▶ 프랑스 소비자, 밤 가루 섭취 다수

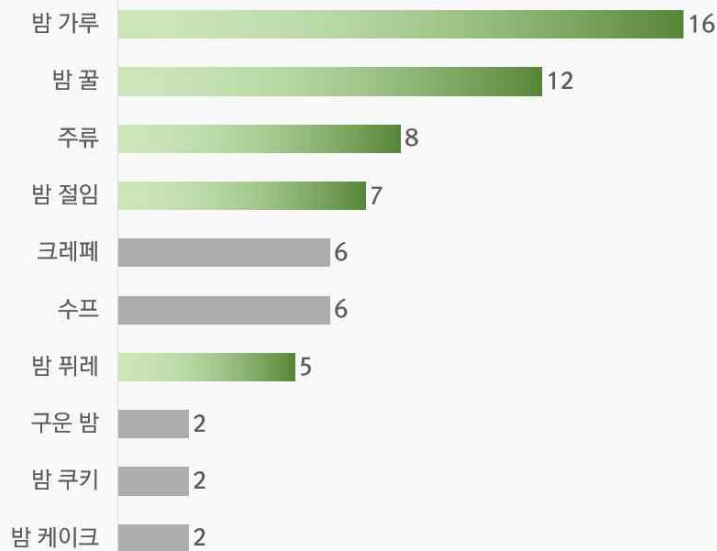
- ‘밤 가루’ 관련 키워드 16건 검출
- 밤 가루의 경우, 글루텐 프리 제품을 만들기 위해 밀가루 대용으로 주로 사용되는 것으로 분석

▶ 주류와 푸레, 쿠키 등 다양한 형태로 밤 섭취

- ‘주류’ 키워드는 8건 확인되었으며, ‘밤 절임’과 ‘밤 푸레’ 등 빵에 발라 먹는 스프레드 형태의 제품 키워드도 각각 12, 5건 도출
- 구운 밤 제품도 다수 도출되었으며 쿠키와 케이크 등 디저트 제품도 확인

밤 가루		주류		밤 푸레	
					
제품명	유기농 밤 가루 (Farine de châtaigne)	제품명	르 비를루 리큐어 아페리티프 18% (Liquor LE BIRLOU Apéritif 18%)	제품명	프라이멀 밤 푸레 (Priméal Purée de Châtaigne)
브랜드	바이오플래닛(BIO PLANET)	브랜드	비를루(Birlou)	브랜드	프라이멀(PRIMÉAL)
가격	250g/6.38유로(9,042원) ¹²⁾	가격	70cl/27.00유로(38,298원)	가격	300g/9.00유로(12,770원)

[표 3.1] 프랑스 판매 밤 경쟁제품 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘밤’ 관련 게시물 110건 분석

12) 1유로=1,426.55원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 제품 형태에 따라 다양한 브랜드 존재

▶ 프랑스 현지 밤 제품 브랜드, ‘아그리몬타나’ 빈출

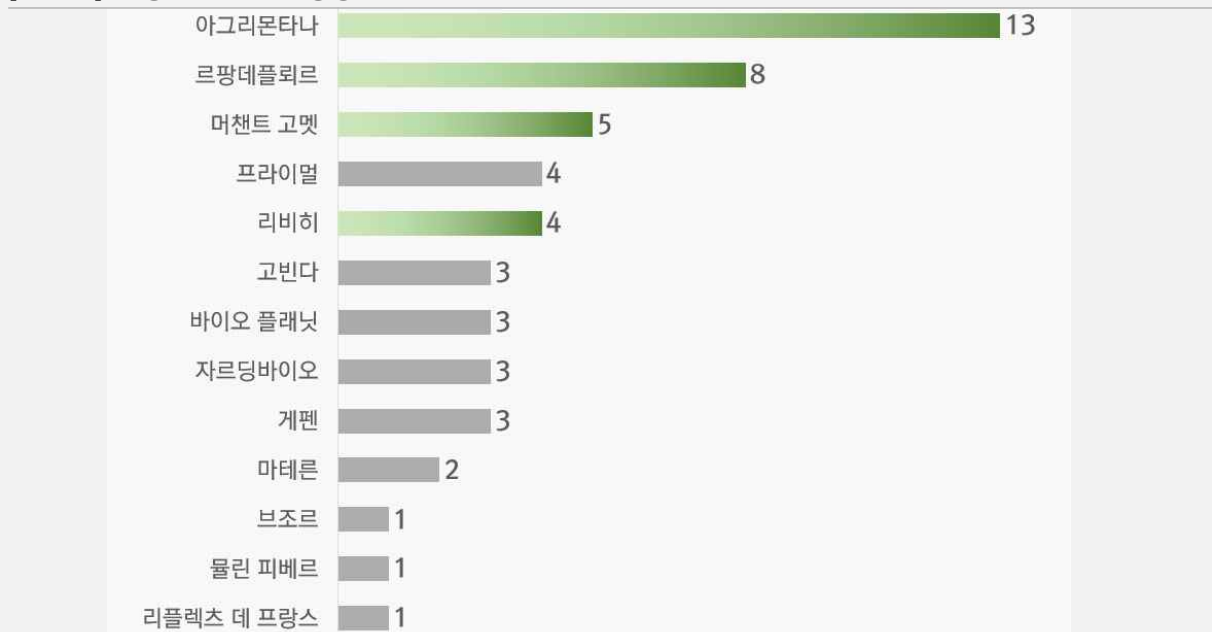
- 프랑스 현지 밤 제품 브랜드로 ‘아그리몬타나’ 13건 빈출
- 설탕에 절인 밤인 마론 글라세(Marrons Glacé)를 판매하는 기업으로, 비교적 높은 가격에 판매되고 있음
- 마론 글라세는 프랑스에서 크리스마스에 즐기는 전통 스낵으로 고객사 제품과 유사한 형태임

▶ ‘르팡데플뢰르’와 ‘머천트 고멧’ 각각 8, 5건 검출

- ‘르팡데플뢰르’는 밤을 이용한 빵 제품을 판매
- ‘머천트 고멧’은 렌틸콩과 말린 버섯 등을 판매하는 브랜드로, 밤을 이용한 제품으로는 한국의 맛밤과 비슷한 통밤 제품을 판매
- 이외 밤 가루를 판매하는 ‘프라이멀’과 푸레 판매 브랜드 ‘리비히’ 등이 검출

브랜드 ①		브랜드 ②		브랜드 ③	
					
제품명	아그리몬타나 마론스 글라세 (Agrimontana Marrons Glacé)	제품명	머천트 고멧 통밤 (Merchant Gourmet Châtaignes entières)	제품명	르팡데플뢰르 밤맛 (Le Pain des Fleurs Châtaigne)
브랜드	아그리몬타나(Agrimontana)	브랜드	머천트 고멧 (Merchant Gourmet)	브랜드	르팡데플뢰르 (Le Pain des Fleurs)
가격	8개 150g/36.66유로(52,055원)	가격	180g/7.99유로(11,343원)	가격	200g/11.49유로(16,313원)

[표 3.2] 프랑스 판매 밤 경쟁 브랜드 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '밤' 관련 게시물 110건 분석

3. 밤과 첨가물의 풍미를 강조하는 키워드 빈출

▶ 밤의 맛을 살린 ‘달콤한 밤 풍미’ 확인

- 달콤한 밤의 맛을 살린 ‘달콤한 밤 풍미’와 ‘꿀로 맛있게 데친 밤 풍미’ 데이터 각각 16, 12건 확인

▶ 밤의 풍미를 더 살린 ‘구운 밤 풍미’ 키워드 도출

- 밤의 풍미를 살릴 수 있는 ‘구운 밤 풍미’ 키워드 확인
- 소금을 더해 풍미를 살린 ‘짭짤한 밤 풍미’도 6건 확인됨

▶ 초콜릿과 코코넛, 헤이즐넛, 카라멜 등 다양한 맛을 입힌 제품 확인

- ‘초콜릿으로 덮힌 밤 풍미’와 ‘코코넛 향이 나는 밤 풍미’, ‘헤이즐넛 향이 나는 밤 풍미’, ‘카라멜 밤 풍미’ 등 다양한 맛이 첨가된 제품 키워드 확인

달콤한 밤 풍미		구운 밤 풍미		초콜릿으로 덮힌 밤 풍미	
					
제품명	제르블 허니 체스트넛 비스킷 (Gerblé Biscuits Miel Chataigne)	제품명	껍질을 벗긴 유기농 밤 (drâtaignes bio gillées et édulcées)	제품명	플레지르 다크 초콜릿 체스트넛 (Pleisir Châtaignes au Chocolat Noir)
브랜드	제르블(Gerblé)	브랜드	게펜(Gefen)	브랜드	몰랑 피베르(Moulin Pivert)
가격	200g/2.25유로(3,192원)	가격	35g 15개입/79.00유로(112,125원)	가격	130g/4.42유로(6,267원)

[표 3.3] 프랑스 판매 밤 맛 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '밤' 관련 게시물 110건 분석

4. 건강과 풍미를 강조하는 홍보문구

▶ ‘글루텐 프리’, ‘유기농’, ‘소화 기능에 좋은 밤’ 등 건강 관련 키워드

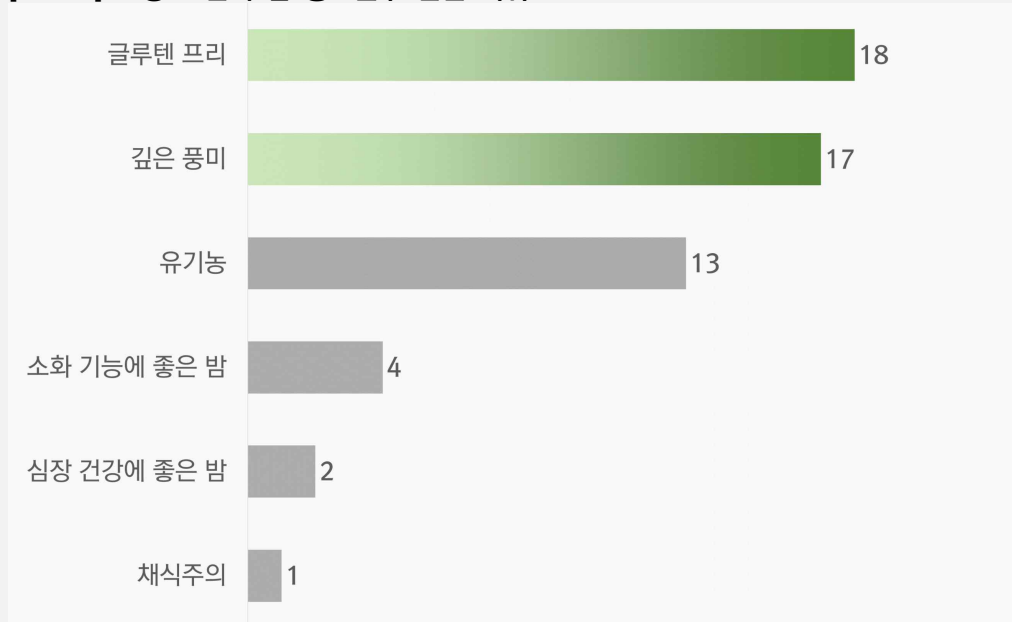
- 프랑스 밤 가공식품 홍보문구 키워드 분석 결과, ‘글루텐’ 18건 확인
- 실제 데이터 확인 결과 ‘글루텐 프리’를 강조
- ‘유기농’ 관련 키워드도 13건으로 확인
- 밤으로 만들 술의 경우 ‘소화 기능에 좋은 밤’을 강조해 홍보

▶ 홍보 문구를 통해 ‘깊은 풍미’ 강조

- 주요 홍보 키워드 중 ‘깊은 풍미’ 17건 검출
- 프랑스 소비자들의 경우, 밤 자체의 맛을 중요하게 생각하며, 이를 강조한 홍보 문구가 주효할 것으로 분석

글루텐 프리		깊은 풍미		소화 기능에 좋은 밤	
					
제품명	리빅 호박크림 & 밤수프 (Liebig Velouté de patiron & châtaignes)	제품명	밤에 절인 유기농 모스타르다 (Mostarda Bio aux châtaignes)	제품명	벨 드 샤테뉴 리큐어 (liqueur belle de châtaigne)
브랜드	리빅(Liebig)	브랜드	루치니(Luccini)	브랜드	루이로크(louis roque)
가격	75cl/3.95유로(5,602원)	가격	1kg/102.60유로(145,524원)	가격	700ml/46.00유로(65,245원)

[표 3.4] 프랑스 판매 밤 홍보문구 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘밤’ 관련 게시물 110건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



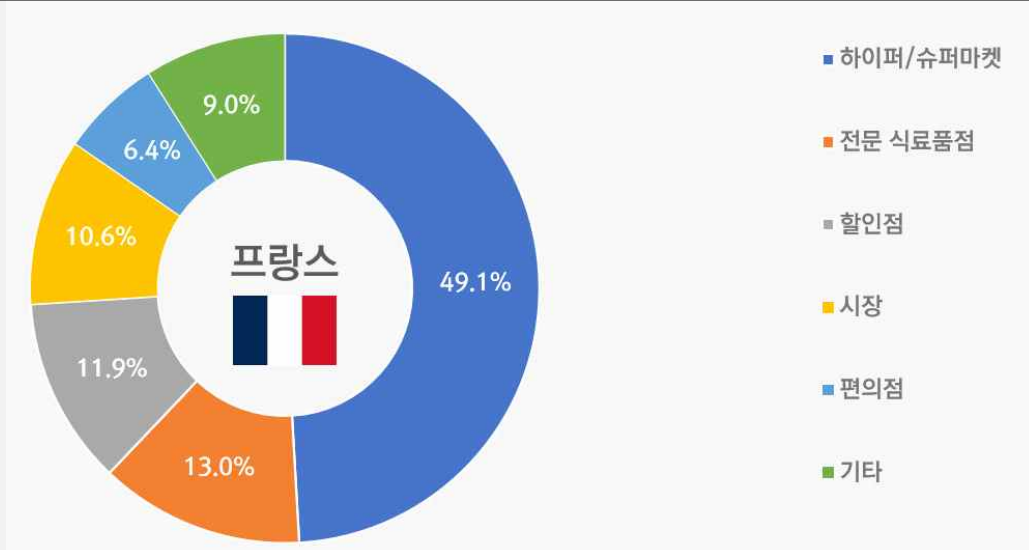
1. 프랑스 맛밤 유통채널 점유율
2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널

1. 프랑스 맛밤 유통채널 점유율

▶ 프랑스 ‘하이퍼/슈퍼마켓’의 점유율이 가장 높은 것으로 조사돼

2021년 기준, 프랑스 과일 및 채소류 유통채널에서 ‘하이퍼/슈퍼마켓’이 49.1%의 점유율을 기록하여 전체 유통채널 중 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 드러남. 두 번째로 높은 비중을 차지한 식품 유통채널은 ‘전문 식료품점’으로 13.0%의 점유율을 기록함. 이어서 ‘할인점’과 ‘시장’을 통해 각각 11.9%, 10.6%의 비중으로 유통이 이루어짐. 이외에도 ‘편의점’이 점유율 6.4%로 타 유통채널에 비해 적은 비중을 차지함

[표 4.1] 프랑스 식품 소매 유통채널 점유율



프랑스 식품 소매 유통채널 점유율¹³⁾ 비교¹⁴⁾

유형	점유율
하이퍼/슈퍼마켓	49.1%
전문 식료품점	13.0%
할인점	11.9%
시장	10.6%
편의점	6.4%
기타	9.0%

자료: 스탯ISTA(Statista)

13) ‘견과류(맛밤)’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 연관 카테고리인 ‘과일 및 채소류’의 유통채널 정보를 확인함

14) 스탯ISTA(Statista), 「Fruit and vegetable market share in France」, 2022.05

2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널 ① 르끌레어

기업 기본 정보	기업명	르끌레어(E.Leclerc)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.e-leclerc.com	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액('22) • 8,972만 유로 ¹⁵⁾ (약 1,280억 원)	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 대표적인 프랑스 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드로 1948년 브르타뉴 지방에 처음 설립 • 프랑스 온라인 식료품 시장의 선두주자로서, 드라이브스루(커브 사이드 픽업) 시스템 적극 활용 중 • 2020년 기준 하이퍼마켓 브랜드 점유율 33.9%로 1위 • 슈퍼마켓 브랜드도 함께 운영 중 • 폴란드, 이탈리아, 포르투갈 등 일부 유럽 국가에서도 매장 운영 중 • 저렴한 가격 및 넓은 상품군이 르끌레어의 성공 비결 	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 생활용품, 식기류 등	
	선호제품	• 현지 식품, 유기농 식품, 공정 무역 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Contactez-nous' 클릭 - 'Envoyez-nous un message' 통해 문의사항 등록 • 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (매장명, 담당자명, 이메일, 주소, 연락처, 문의 내용 등) • 유의사항 및 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-(0)9-69-32-42-52 - 각 매장이마다 자체적인 판매 및 마케팅 정책을 실시하므로 입점 희망 매장으로 직접 문의 	

자료: 르끌레어(E.Leclerc), 농수산물유통공사(aT), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 르끌레어(E.Leclerc), 지디오뉴스(GDO News)

15) 1유로=1,426.55원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널 ② 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.carrefour.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	그룹 매출액('22) • 830억 8,900만 유로(약 118조 5,306억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 1,292개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1960년 프랑스 안시에 첫 매장 설립한 다국적 소매유통기업 • 현재 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 몰 등 운영 중 • 2020년 11월 유기농 식품 전문 판매점인 비오세봉을 인수, 유기농 PB 상품군을 확대할 계획이라고 밝힘 • 라벨 부착이나 바코드 스캔, 재고 관리 등의 분야에서 AI 및 디지털 솔루션 기술 사용방안 시험 중 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 유제품, 냉동식품, 스낵류, 음료류, 건강보조식품, 생활용품, 잡화류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 현지식품, 유기농 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 문의 • 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-(0)69-39-70-00 - 까르푸 마켓 플레이스 (Carrefour Marketplace)의 담당 유닛 - 이메일: become_vendeur@carrefour.com 	

자료: 까르푸(Carrefour), 농수산식품유통공사(aT), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 까르푸(Carrefour), 알티이(RTE)

2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널 ③ 케이마트

기업 기본 정보	기업명	케이마트(K-MART)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.k-mart.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 4개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 파리에 1호점을 열었으며 현재 파리에서 4개 매장 운영 중 • 한국산 제품 및 일본산 제품을 주로 판매하는 한인마트 기업 • 매장 내 식당을 운영하고 있으며 비빔밥이나 김밥 등 조리식품을 테이크아웃할 수 있음 • 온라인 쇼핑몰 운영 중 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 소스류, 스낵류, 음료류, 문구류, 식기류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 제품, 일본산 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일(서비스센터): online@k-mart.fr - 전화번호(매장): +33-1-58-62-49-09 - 홈페이지 주소: online.k-mart.fr/pages/contact-us 	

자료: 케이마트(K-MART)

사진 자료: 케이마트(K-MART)

2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널 ④ 파리스스토어

기업 기본 정보	기업명	파리스스토어(Paris store)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.paris-store.com	
	위치	파리(Paris)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 10개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아의 대표적인 과일이나 야채 등 신선식품은 물론 라면이나 소스 및 음료 등 종합적인 아시아산 식품을 판매하는 아시안 마트 • 한국산 제품 중에서는 라면, 소스, 저장식품, 냉동식품 위주로 판매되고 있음 • 1977년 파리 13구에서 설립됨 • 매년 약 7만 5,000여 톤 규모의 식품을 수입하며 총 6,000여 종의 물품을 판매하고 있고, 홍콩에 소싱 센터 보유 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 스낵류, 소스류, 음료류, 생활용품, 식기류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아산 제품, 품질이 좋은 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: contact@paris-store.com 혹은 marketing@paris-store.com • 전화번호 +33-1-45-12-88-88 	

자료: 파리스스토어(Paris store)

사진 자료: 파리스스토어(Paris store)

2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널 ⑤ 까르푸 익스프레스

기업 기본 정보	기업명	까르푸 익스프레스(Carrefour Express)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.carrefour.fr	
	위치	마씨(Massy) 등	
	규모	그룹 매출액('22) • 830억 8,900만 유로(약 118조 5,306억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 4,472개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스 소매업체인 까르푸 그룹이 소유하고 운영하는 편의점 체인 Carrefour가 소유한 막쉐(Marché), 챔피언(Champion) 등 다수의 편의점 브랜드가 까르푸 익스프레스(Carrefour Express)라는 브랜드 이름으로 통합됨 주 7일로 기존 슈퍼마켓보다 영업시간이 확장됨 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 유기농 식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 품질 및 가격 경쟁력을 지닌 제품, 유기농 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> 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 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 까르푸 마켓 플레이스 (Carrefour Marketplace)의 담당 유닛 이메일: become_vendeur@carrefour.com 	

자료: 까르푸(Carrefour), 스타티스타(Statista)

사진 자료: 까르푸(Carrefour), 까브레통투어리즘(Cabreton Tourism)

2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널 ⑥ 프랑프리

기업 기본 정보	기업명	프랑프리(Franprix)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.franprix.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액('22) • 16억 유로(약 2조 2,824억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 877개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1958년 설립되었으며 현재는 카지노귀사드프레송그룹 소속 • 건강, 친환경(패키징, 생산 방식 등), 사회적 요소(공정 무역 등) 최신 소비 트렌드를 적극 반영한 소싱 원칙을 내세움 • 주거지역 인근에 매장을 오픈하는 것이 주요 입지 전략이며 '간편한 장보기'를 컨셉으로 함 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 유제품, 음료류, 스낵류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 환경 및 사회 요소 고려 (ex. 유기농, 지속가능성, 공정무역 등) 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (casinointernationalpartnerships.com/en/contact-us) - 이름 및 기본 연락처 기입 후 문의사항 기입 - 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 	

자료: 프랑프리(Franprix), 포스퀘어(Foursquare)

사진 자료: 프랑프리(Franprix)

2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널 ⑦ 시티파르마

기업 기본 정보	기업명	시티파르마(Citypharma)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	pharmacie-citypharma.fr/en/	
	위치	파리(Paris)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 20,000개 이상	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 오프라인과 온라인 모두 운영되고 있는 드럭스토어 • 드럭스토어 특성상 신뢰도를 높이기 위한 스토어 홍보에 집중 • 특급 24시간 이내, 일반 72시간 이내의 배송 원칙을 내세움 • PayPlug 및 PayPal 거래가 가능해 간편성과 안정성 확보 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 영양식, 다이어트식, 의료식, 간식 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 영양 및 안정성이 확보된 신뢰도 높은 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (https://pharmacie-citypharma.fr/en/contact-us) <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 입력 후 문의사항 기입 - 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 	

자료: 시티파르마(Citypharma)

사진 자료: 시티파르마(Citypharma)

2. 프랑스 맛밤 주요 유통채널 ⑧ 몽쥬약국

기업 기본 정보	기업명	몽쥬약국(Pharmacie Monge)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	pharmacie-monge.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	기타 규모 • 매장수('23): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 오프라인과 온라인 모두 운영되고 있는 드럭스토어 • 다양한 제품을 최저가에 판매한다는 내용 중심으로 홍보 • 프랑스 대도시 중심으로 택배 상품 배송 • 온라인 구매 시 할인 혜택 제공 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 글루텐/락토프리, 저당/저염식, 의약품, 이유식 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 영양 및 안정성이 확보된 신뢰도 높은 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (https://pharmacie-monge.fr/trouvez-votre-pharmacie) - 이메일 입력 후 문의사항 기입 - 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 	

자료: 몽쥬약국(Pharmacie Monge)

사진 자료: 몽쥬약국(Pharmacie Monge)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



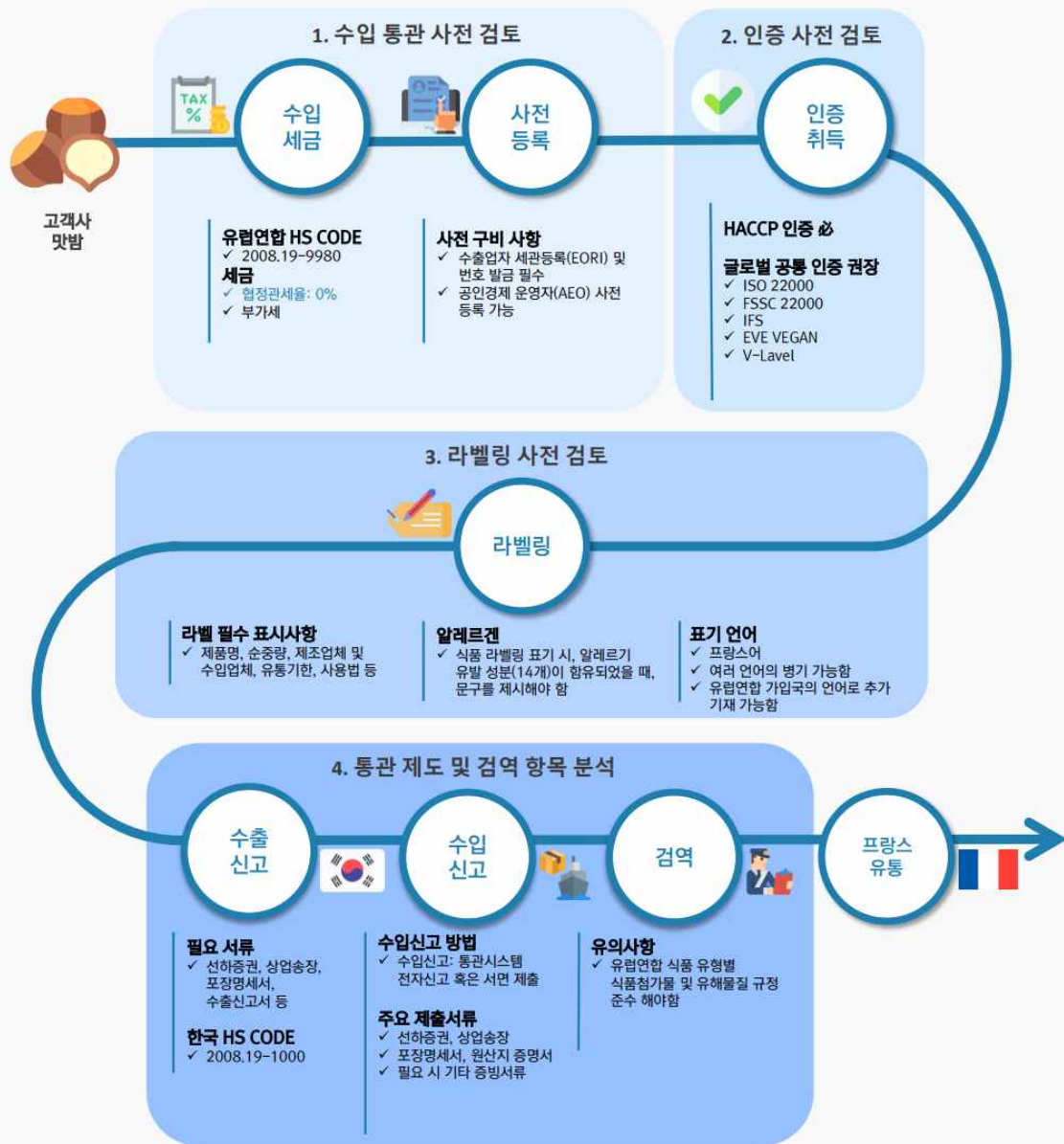
1. 프랑스 맛밤 통관 및 검역 절차
2. 프랑스 맛밤 품질 인증
3. 프랑스 맛밤 라벨링
4. 프랑스 맛밤 성분 및 유해물질

1. 프랑스 맛밤 통관 및 검역 절차¹⁶⁾

▶ 프랑스 맛밤, 수출 통관 단계별 주요사항

프랑스로 맛밤 수출 시, 수출업자 세관등록이 필요하며, 발급된 등록번호는 EU 공통 등록번호로 다른 EU 국가에서도 사용 가능함. 또한, EU 식품 위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정이 강화 추세이므로 현지 긴급 검역, 검사 강화, 통관지연을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 프랑스 맛밤 통관 검역 절차



자료: 관세청, 유럽연합 집행위원회

▶ 프랑스 맛밤, 직접 통관 진행 시 EORI 번호 발급必

EORI(Economic Operator Registration Identification)는 경제사업자 등록 및 식별번호로, 직접 통관을 진행하고자 하는 사업체 및 개인은 모든 세관 절차에서 EORI 번호를 사용해야 함. 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 필요 없음. 고객사가 프랑스로 맛밤 수출 시 직접 통관을 하려는 경우, 한국이 비EU 회원국이기 때문에 프랑스의 세관 당국에 EORI 번호 할당을 요청해야 함¹⁷⁾

[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	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스 관세청 사이트(douane.gouv.fr)에서 계정 생성 후 SOPRINO 플랫폼을 통해 온라인으로 발급 가능 발급 방법 <ol style="list-style-type: none"> 프랑스 세관에 등록된 사업체의 경우, 관세청 사이트 내 ‘SOPRINO 온라인 서비스’에서 발급 프랑스 세관에 등록되지 않은 사업체의 경우, 관세청 사이트 내 ‘SOPRINO-Simplified Access’에서 발급 		
소요기간	<ul style="list-style-type: none"> 신청 완료 시점으로부터 최대 30일임 EORI 번호는 EU 회원국 통합이기 때문에 EU 국가 중 어느 한 국가에서 발급받았을 경우 그 번호가 계속 유효하며 중복신청 불가함 		

자료: 유럽연합 집행위원회, 프랑스 관세청

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

17) 유럽연합 집행위원회, 경제사업자 등록 및 식별번호(EORI)

▶ **맛밤, 국내 수출업체 AEO 등록 시 EU 통관 혜택 多**

AEO(Authorized Economic Operator)란 ‘수출입안전관리 우수공인업체’라는 뜻으로 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비용이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 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 5.3] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사를 통해 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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: 유럽연합 집행위원회, 관세청

2. 프랑스 맛밤 품질 인증

▶ 프랑스 맛밤, 적용받는 필수 인증 HACCP

프랑스로 맛밤 수출 시, 식품 안전 보장을 최우선으로 하는 유럽연합 규정에 따라 Regulation (EC) 852/2004에 의해 HACCP 인증을 필수로 요구함. 프랑스 수출 시 활용할 수 있는 식품 인증은 하기 표와 같으며, HACCP을 비롯해 FSSC, ISO 인증을 활용할 수 있음. 또한, 유기농에 대한 소비자들의 선호도가 높기 때문에 글로벌 유기농 또는 비건 인증을 취득하여 활용할 수 있음¹⁸⁾

[표 5.4] 프랑스 맛밤 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
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	
EVE VEGAN	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	프랑스 비건 인증 단체 EVE	
브이 라벨 (V-Level)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	유럽 채식주의 협회 브이 라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

18) 유럽연합 개발도상국 수입촉진센터(CBI), Entering the European market for seaweed extracts, 2021.02

3. 프랑스 맛밤 라벨링

[표 5.5] 프랑스 맛밤 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • ‘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	<ul style="list-style-type: none"> • 가공 보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 • 중량 비율이 높은 순서대로 표시해야 함
	4. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 무게 단위로 kg(킬로그램) 또는 g(그램)로 표시해야 함 • 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터)로 표시해야 함
	5. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> • 식품에 특별한 보관조건 및 사용조건이 필요한 경우 그 조건을 표시해야 함 • 개봉 후 적절한 보관방법과 소비시간 제한을 함께 기재해야 함
	6. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주원료의 출처가 다른 경우에는 반드시 둘 다 표시해야 함 • 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어있는 경우에는 규제의 대상이 됨
	7. 조리방법	<ul style="list-style-type: none"> • 조리예시가 없어 적절한 식품의 사용이 곤란한 경우에는 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용하도록 해야 함

자료: 유럽연합위원회 식품표시정보시스템

[표 5.5] 프랑스 맛밤 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	8. 사업자 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 정보 제공에 책임이 있는 사업자 또는 회사명을 기재하는 것을 원칙으로 해야 함 • 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체 또는 판매업체를 기재해야 함
	9. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 필수 기재사항 : 열량, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 단백질, 나트륨 • 선택 기재사항 : 불포화지방, 폴리올, 녹말, 식이섬유, 비타민 또는 무기질 • 영양 정보는 100g 또는 100mL 기준으로 표기해야 함
	10. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 섭취기한 : Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’ 순으로 기재해야 함 • 최소보존일 : Use by와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재해야 함
	11. 알레르기 유발물질	<ul style="list-style-type: none"> • 명시된 성분, 가공 보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품 성분 리스트에 포함해야 함 • 사전포장 식품의 경우 알레르겐 유발 성분은 굵은 글씨체 또는 이탤릭체로 분명하게 표시되어야 함
	12. 생산지역 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 정보는 제품의 생산방법에 따라 다르며, 소비자가 이해하기 쉬운 명칭으로 기재하여야 함
	13. 제조 번호 (Lot 번호)	<ul style="list-style-type: none"> • 같은 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적할 수 있게 함 • 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작되어야 함 • 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무기재사항이 아님
	14. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 프랑스어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 • 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 • 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	15. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> • 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 • 단, 제품의 가장 큰 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함

자료: 유럽연합위원회 식품표시정보시스템

▶ 프랑스 맛밤 라벨 샘플19)



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 프랑스어]

- ① Benenuts
- ② Trio de Noix
- ③ Grillés à sec
- ④ Extra croquantes

[앞면 - 국문]

- ① 베네넛츠
- ② 견과류 트리오
- ③ 드라이 로스팅
- ④ 매우 바삭바삭함

[뒷면 - 프랑스어]

- ① Extra croquantes,
Sans huile ajoutée,
Dorée au four,
Sans conservateurs
- ② Comme toutes les amandes,
cacaahuètes et noix de cajou grillées
du marché

[뒷면 - 국문]

- ① 매우 바삭바삭함,
기름 무첨가,
오븐에 구워낸 황금색,
방부제 무첨가
- ② 시중에서 판매되는 모든 구운 아몬드,
땅콩, 캐슈넛과 마찬가지로

19) 프랑스 오프라인 매장에서 판매되고 있는 맛밤 제품을 찾을 수 없어, 유사 제품인 혼합 견과류 제품의 라벨 샘플을 제공함

③ Benenuts vous recommande de ne pas donner ce produit aux enfants de moins de 4 ans. Risque d'étouffement.

④ Conditionné sous atmosphère protectrice. Conserver dans un endroit frais et sec.

⑤ 0 805 803 903
Service & appel gratuits

⑥ Service consommateurs PepsiCo France:
15 boulevard Charles de Gaulle,
92705 Colombes Cedex

⑦ Distribué par PepsiCo France:
RCS Nanterre 381 511 039
www.benenuts.fr

⑧ Ingrédients:
NOIX DE CAJOU(39%),
CACAHUËTES(34%), AMANDES(24%),
base aromatisante sel, farine de riz,
amidon, extrait et poudre de levure,
arôme naturel, sucre caramélisé,
dextrose, extrait de paprika, extrait de
curcuma, poudre d'oignon, poudre de
paprika, stabilisant(gomme d'acacia)

⑨

VALEURS NUTRITIONNELLES MOYENNES	POUR 100g	POUR 30g	% POUR 30g
énergie	2,511kj 605kcal	753kj 182kcal	9%
matières grasses dont saturées	47g 6.5g	14g 2.0g	20% 10%
glucides dont sucres	21g 6.6g	6.3g 2.0g	2%
fibres	6.8g	2.0g	
protéines	21g	6.3g	
sel	1.1g	0.34g	6%

* Apport de référence pour un adulte type (8400kj / 2000kcal)

③ 우리는 이 제품을 4세 미만의 어린이에게 주지 않는 것을 권장합니다. 질식 위험 있음.

④ 가스 치환 포장 방식. 건조하고 서늘한 장소에 보관하세요.

⑤ 0 805 803 903
무료 통화 및 서비스

⑥ 서비스 컨텐트 펩시코 프랑스:
15 boulevard Charles de Gaulle,
92705 Colombes Cedex, 프랑스

⑦ 펩시코 프랑스에서 배급:
RCS Nanterre 381 511 039
www.benenuts.fr

⑧ 성분:
캐슈넛(39%), 땅콩(34%), 아몬드(24%),
향미소금, 쌀가루, 전분, 효모추출물 및
분말, 천연향료, 캐러멜화당, 포도당,
파프리카추출물, 심황추출물, 양파분말,
파프리카 가루, 안정제(아카시아 고무)

⑨

영양성분표	100g 당	30g 당	% 30g 당
열량	2,511kj 605kcal	753kj 182kcal	9%
지방 포화지방	47g 6.5g	14g 2.0g	20% 10%
탄수화물 당류	21g 6.6g	6.3g 2.0g	2%
식이섬유	6.8g	2.0g	
단백질	21g	6.3g	
나트륨	1.1g	0.34g	6%

* 일반 성인 기준섭취량 (8400kj / 2000kcal)

4. 프랑스 맛밤 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물²⁰⁾

프랑스로 맛밤 수출 시, 유럽연합의 식품 유형별 식품첨가물 규정 및 기준을 준수해야 함. 하기 표는 고객사의 맛밤에 적용될 수 있는 식품첨가물 규정의 일부이며, 자세한 규정은 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 맛밤에 적용되는 유럽연합 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	아라비아검	Gum arabic (Acacia gum)	GMP ²¹⁾ (미니컵 젤리에는 사용 불가)	가공 견과류
2	아세실팜칼륨	acesulfame potassium	350 mg/L or mg/kg	
3	아세트산	acetic acid	GMP	
4	아세틸아디프산이녹말	acetylated distarch adipate		
5	아세틸인산이녹말	acetylated distarch phosphate		
6	지방산의 모노글리세리드와 디글리세이드의 아세트산 에스터	acetic acid esters of mono- and diglycerides of fatty acids		
7	한천	agar	GMP(미니컵 젤리에는 사용 불가)	
8	알긴산	alginic acid		
9	아세틸화 녹말	acetylated starch	GMP	

출처: KATI농식품수출정보

20) EU의 식품첨가물 목록에 등재되어 있지 않은 첨가물은 사용할 수 없음. EU 위원회의 사용허가를 받아 E-번호를 부여받은 후에만 사용이 가능하며, 이때 위원회는 EU 식품안전청(EFSA)의 자문을 받음. 신청절차는 EU규정 1331/2008/EC에 의거함

21) 우수제조관리기준(Good Manufacturing Practice)에 따라 식품분류에 따른 적정량을 사용할 수 있음

▶ **유해물질**

프랑스로 맛밤 수출 시, 유럽연합의 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 준수해야 함. 하기 표는 고객사의 맛밤에 적용될 수 있는 유해물질 규정이며, 자세한 규정은 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 맛밤에 적용되는 유럽연합 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2)	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	B1 = 2.0 / Total = 4.0 $\mu\text{g}/\text{kg}$	직접섭취 및 식재료용 견과류(아몬드, 피스타치오, 행인, 헤이즐넛, 브라질넛 이외)
2	보스칼리드	Boscalid	0.05mg/kg	
3	플루디옥소닐	Fludioxonil	0.01mg/kg	
4	페나자퀸	Fenazaquin	0.02mg/kg	
5	피라클로스트로빈 (F)	Pyraclostrobin (F)		
6	사이프로디닐 (R) (F)	Cyprodinil (R) (F)	0.04mg/kg	

출처: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

2015년 7월 1일부터 프랑스 식품 라벨링 표기 시, 알레르기 유발 성분이 함유되었을 때, 모든 예방 주의 문구 뒤에 성분 목록 혹은 예방 방지 문구를 제시해야 함. 프랑스 수출 시, 알레르기 유발 성분 표기 의무를 엄격하게 적용하여야 함

[표 5.8] 프랑스 알레르겐 성분 표시

순번	표시 의무 여부	대상	맛밤 포함 여부
1	필수	글루텐	-
2	필수	갑각류	-
3	필수	달걀	-
4	필수	물고기(물고기 젤라틴 제외)	-
5	필수	땅콩	-
6	필수	콩	-
7	필수	우유	-
8	필수	견과류	√
9	필수	셀러리	-
10	필수	겨자	-
11	필수	깨	-
12	필수	이산화황	-
13	필수	루핀	-
14	필수	연체류	-

출처: KATI농식품수출정보

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 비엔 매니저(Bien Manager)
2. 크로켈라(CROC'ELLA)
3. 넛엑스퍼트(NutExpert)

Interview ①

22)



비엔 매니저 (Bien Manager)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 라 티외(La Tieule), 프랑스에 위치한 온라인 식료품 업체
 - 2000년 설립
 - 선물용 식품, 유기농 식품, 식료품 등 취급

담당자 정보

Webmarketing &
Communication Project
Manager

비엔 매니저(Bien Manager) Webmarketing&Communication Project Manager

Q. 프랑스 소비자들의 밤 조리법, 소비 시기, 주요 소비층 등은 어떻게 되나요?

밤은 제철인 가을과 겨울철에 프랑스에서 인기 있는 식품입니다. 프랑스인들은 일반적으로 밤을 볶아서 간식으로 먹거나 다양한 요리의 재료로 사용합니다. 밤 크림이나 몽블랑 케이크와 같은 디저트에도 사용됩니다. 프랑스에서 많은 사람이 밤을 즐기지만, 특히 밤이 재배되는 시골 지역에서 인기가 높습니다. 또한, 아르데슈(Ardèche) 밤 케이크나 코르시카(Corsica) 밤 가루 팬케이크와 같은 지역 특산품에 자주 사용되는 재료이기도 합니다. 군밤은 일반적으로 제철인 가을과 겨울에 즐겨 먹지만, 밤 통조림이나 건조 형태로는 일 년 내내 구할 수 있습니다.

Q. 프랑스 소비자들이 주로 소비하는 밤 가공식품의 종류는 무엇인가요?

밤은 밤 수프, 푸레, 빵 및 케이크와 같은 여러 전통 프랑스 요리에 활용됩니다. 그 외에도 밤은 무스, 아이스크림 및 페이스트리와 같은 맛있는 디저트에 사용됩니다.

Q. 밤 가공품과 관련된 최근 트렌드가 있나요?

밤 가루, 밤 파스타, 밤 맥주 등 다양한 신제품에 밤이 사용되고 있으며, 최근 몇 년 동안 주목받고 있습니다.

Q. 프랑스 시중에 고객사의 밤 제품과 같은 형태의 제품이 판매되고 있나요?

네, 고객사 제품과 유사한 통조림 밤을 포함하여 신선한 밤, 군밤 등 다양한 형태로 판매되고 있습니다. 밤의 용도가 찐 형태로만 국한되지는 않습니다. 신선한 밤은 보통 가을에 수확하며 볶거나 끓일 수 있습니다. 군밤은 프랑스에서 인기 있는 길거리 음식이며 종종 길거리나 시장에서 상인이 판매합니다. 통조림 밤은 일 년 내내 편하게 밤을 즐길 수 있는 방법으로, 샐러드, 수프, 스투 등 다양한 요리에 연중 내내 사용할 수 있습니다.

이 외에도 밤 푸레, 크림, 유기농 바닐라 밤 크림, 유기농 밤 푸레, 밤 가루, 밤 조각, 아몬드 밤 케이크, 밤 페이스트 등 밤 가공품이 다양한 형태로 판매되고 있습니다. 이러한 제품들은 베르피유(Verfeuille), 다니엘 에 조셉 이야킨타(Danielle et Joseph laquina), 마롱 임베르(Marrons Imbert), 안젤리나 파리(Angelina Paris), 에스텔 에 모건 클레르몽(Estelle et Morgan Clermon), 찰스 안토나(Charles Antona) 등 다양한 브랜드에서 판매합니다.

22) 사진자료: 비엔 매니저(Bien Manager)

Q. 경쟁제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

경쟁제품들은 전통적인 방법을 사용하여 유기농 및 천연 재료로 만들어집니다. 맛과 요리 용도가 다양하며 글루텐 프리 제품도 많습니다. 결정화된 밤과 밤 가루 비스킷과 같은 제품은 독특한 선물이 될 수 있습니다. 하지만 일부 제품의 경우 가격이 비싸고, 재고가 항상 구비되어 있지 않다는 약점이 있습니다. 고객사가 이 분야에서 다년간 쌓아온 경험을 높이 평가합니다. 프랑스에서는 지속적인 공급과 제품 품질의 안정성을 유지하는 것이 가장 중요합니다. 공급망에 차질이 생기면 경쟁 업체에 고객을 빼앗길 수 있다는 점을 강조하고 싶습니다.

Q. 프랑스 내 경쟁제품들은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용하나요?

홍보와 관련하여 유기농 및 천연 재료와 장인으로부터의 생산을 강조합니다. 또한 종종 소셜 미디어 플랫폼을 사용하여 기존 고객과 신규 고객의 유입을 유도합니다.

Q. 고객사 제품의 포장, 인증, 홍보 슬로건(50년 국산 밤 유통 노하우를 바탕으로 선별한 좋은 원물로 만든 국산 맛밤)에 대한 피드백을 부탁드립니다.

제품의 품질과 밤 유통에 대한 회사의 전문성을 강조하는 홍보 슬로건이 매우 매력적입니다. 제품 마케팅에 매우 도움이 될 것입니다. 게다가 다양한 인증은 제품의 성공에 중요한 역할을 할 것입니다. 그러나 포장재는 재고할 필요가 있습니다.

Q. 고객사의 제품이 프랑스에 출시될 경우 예상되는 수요는 어떠한가요?

프랑스에서 고객의 제품에 대한 수요가 높을 것으로 예상됩니다. 밤은 프랑스에서 인기 있는 식품이며, 고객의 제품은 잘 포장되어 있고 인증도 받았습니다. 제품의 품질과 밤 유통에 대한 회사의 전문성을 강조하는 홍보 슬로건도 효과적입니다. 전반적으로 고객의 제품은 프랑스 시장에서 성공할 가능성이 있습니다.

Q. 고객사가 생산한 밤을 활용한 제품 개발 시 스낵류 외에 추천하는 제품이 있나요?

프랑스에서 판매되고 있는 밤 푸레, 밤 크림, 밤 가루와 같은 옵션도 있습니다. 또한, 마케팅 시 유기농을 강조하는 것을 권장합니다.

Q. 고객사의 제품을 프랑스에 수출할 때 홍보 및 마케팅 전략으로 추천하고 싶은 것은 무엇인가요?

프랑스 시장에서 제품을 알리기 위한 행사를 추천합니다. 유통업체 및 소매업체와의 관계를 구축하는 것은 프랑스에서 브랜드를 구축하는 데 매우 중요합니다.

Q. 한국산 밤을 유럽 시장에 수출할 때 준비해야 할 것이 있나요?

두 가지 중요한 사항이 있습니다. 첫째, 제품이 EU의 식품 안전 기준을 충족하는지 확인해야 합니다. 둘째, 제품에 EU 규정에 따라 라벨이 제대로 부착되어 있는지 확인해야 합니다. 마케팅 및 유통과 같은 다른 중요한 요소는 앞서 언급한 부분과 같습니다.

Interview ②

23)


**크로켈라
(CROC'ELLA)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 마르세유(Marseille), 프랑스에 위치한 수입/도매/유통업체
 - 2020년 설립
 - 가공 견과류 제품 취급
 - 오프라인 유통채널로 슈퍼마켓, 소매점, 식료품점, 전통 가게, 전문점 등 보유

담당자 정보

Sales Manager

**크로켈라(CROC'ELLA)
Sales Manager**
Q. 프랑스 소비자들의 밤 조리법, 소비 시기, 주요 소비층 등은 어떻게 되나요?

밤은 가을과 겨울에 프랑스 요리에서 즐겨 먹는 식재료입니다. 밤은 일반적으로 볶거나 삶거나 푸레로 만들어 다양한 요리에 사용됩니다. 특히 삶은 밤은 수프, 소스에 많이 사용됩니다. 프랑스의 여러 지역에서는 삶은 밤을 달콤한 푸레로 만들어 디저트나 케이크와 페이스트리의 속 재료로 사용합니다. 프랑스에서는 모든 연령대의 사람들이 밤을 좋아하지만, 어린 시절부터 계절 음식으로 밤을 즐겨온 기성세대에게 특히 특별한 의미를 지니고 있습니다.

Q. 프랑스 소비자들이 주로 소비하는 밤 가공식품의 종류는 무엇인가요?

달콤한 밤 푸레는 디저트와 페이스트리에서 인기 있는 재료입니다. 밤을 설탕과 바닐라로 부드럽고 걸쭉한 푸레가 될 때까지 조리하여 만듭니다. 일반적으로 케이크, 타르트, 크레페의 속 재료로 사용됩니다. 밤 통조림은 프랑스인들 사이에서 인기있는 또 다른 유형의 밤 가공식품입니다. 밤을 설탕, 때로는 바닐라 또는 럼과 함께 걸쭉한 잼 같은 농도가 될 때까지 익혀서 만듭니다. 일반적으로 토스트에 발라 먹거나 요거트나 아이스크림의 토핑으로도 사용합니다. 이러한 밤 가공품은 일 년 내내 즐길 수 있지만, 특히 밤이 제철인 가을과 겨울에 인기가 높습니다. 거의 모든 연령층이 즐길 수 있습니다.

Q. 밤 가공품과 관련된 최근 트렌드가 있나요?

현지 혹은 지속 가능한 방법으로 공급된 밤을 활용한 가공식품이 증가하고 있습니다. 이는 환경친화적이고, 사회적으로 책임감 있는 식품을 선택하는 트렌드의 일부입니다. 일부 회사에서는 친환경적이고 책임감 있는 농법으로 재배하고 만든 밤 제품을 광고하고 있습니다.

Q. 현재 프랑스에서 고객사의 제품과 유사한 제품이 있나요?

시중에서 쉽게 구할 수 있는 유사 제품이 있습니다. 소금에 절인 볶은 견과류와 말린 과일, 무염의 볶은 견과류와 말린 과일, 아로마로 볶은 견과류와 말린 과일 등이 있습니다. 이들은 고객사의 제품과 정확하게 일치하지는 않지만, 가공 견과류 및 말린 과일과 같은 범주에 속합니다.

Q. 경쟁제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

고객사의 강점은 다양한 옵션을 갖춘 프리미엄 품질의 제품을 제공한다는 것입니다. 또한, 다양한 포장 옵션을 제공하여 고객에게 편의를 제공합니다. 가장 큰 강점은 최상급 제품에 대한 엄격한 품질 보증입니다. 또한, 고객사의 제품이 50년의 전문성에서 비롯된다는 것이 시장에서 신뢰성을 더할 것입니다. 다만, 고객사는 프리미엄 제품의 지속적인 공급을 유지하기 위해서 큰 노력이 필요할 것입니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용합니까?

밤 가공제품 업체들은 다른 기업들과는 다소 다른 홍보 및 마케팅 전략을 사용해왔습니다. 항상 프리미엄 품질의 제품을 제공하는 것을 목표로 해왔으며, 이는 시장의 관심을 끌기에 충분했습니다. 또한 그들은 프랑스의 유통업체, 소매업체 및 케이터링 업체와 정기적으로 연결하여 지속적으로 판매를 유지해 왔습니다. 최근에는 지난 몇 년 동안 유행이었던 온라인 홍보에 집중하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 포장, 인증, 홍보 슬로건(50년 국산 밤 유통 노하우를 바탕으로 선별한 좋은 원물로 만든 국산 맛밤)에 대한 피드백을 부탁드립니다.

품질 보증과 홍보 슬로건 측면에서 제품이 잘 포지셔닝 되어있습니다. 또한, 슬로건도 중요하지만, 제품이 이러한 슬로건에 부응하고 고객이 밤의 맛과 품질에 만족할 수 있도록 하는 것이 중요합니다.

Q. 고객사의 제품이 프랑스에 출시될 경우 예상되는 수요는 어떠한가요?

밤에 대한 수요가 높은 편이기 때문에 다양한 브랜드에서 제품을 제공하고 있습니다. 프리미엄 카테고리에는 비슷한 제품을 제공하는 여러 브랜드가 있습니다. 따라서 고객이 프리미엄 제품을 합리적인 가격과 더 매력적인 포장으로 제공할 수 있다면 시장에서 뛰어난 성과를 거둘 수 있습니다.

Q. 프랑스에 제품을 출시할 경우 수정 및 개선해야 할 사항은 무엇인가요?

프랑스 소비자를 끌어들이기 위해 제품 포장 디자인을 조정할 것을 권합니다. 프랑스 시장에서 공감할 수 있는 색상, 이미지, 언어를 사용하여 제품을 더욱 매력적이고 눈에 띄게 만들 것을 제안합니다. 또한, 프랑스에서 제품이 성공하기 위해서는 효과적인 마케팅과 홍보가 중요합니다.

Q. 고객사가 생산한 밤을 활용한 제품 개발 시 스낵류 외에 추천하는 제품이 있나요?

페이스트리의 필링, 아이스크림의 토핑, 소스 및 수프의 베이스로 사용할 수 있는 밤 푸레에 대한 시도를 추천합니다.

Q. 고객사의 제품을 프랑스에 수출할 때 홍보 및 마케팅 전략으로 추천하고 싶은 것은 무엇인가요?

관련 전시회 및 이벤트에 참가하는 것은 제품을 소개하고 프랑스 시장의 잠재 고객 및 파트너와 연결할 수 있는 효과적인 방법입니다. 최근 유행하는 디지털 마케팅 전략을 세우는 것도 중요합니다. 그리고 무엇보다도 프랑스 시장에서 성공하기 위해서는 높은 품질 기준을 충족시키는 것이 중요합니다.

Q. 한국산 밤을 유럽 시장에 수출할 때 준비해야 할 것이 있나요?

EU는 밤을 포함한 식품 수입에 관한 엄격한 규정이 있습니다. 라벨링 요건, 위생 기준 및 식품 안전 규정을 포함한 모든 관련 규정을 제품이 충족하는지 확인하는 것이 중요하며, 이는 유럽 시장으로 수출하기 전에 가장 먼저 준비해야 할 가장 중요한 사안입니다. 유럽 시장으로 수출할 때 제품의 품질을 보장하는 것은 매우 중요합니다.

Interview ③



넛익스퍼트
(NutExpert)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 마리니 르 샤텔 (Marigny-le-Châtel), 프랑스에 위치한 도매업체
 - 오프라인 채널로는 식당, 소매업체 등 보유
 - 가공된 땅콩 제품 취급

담당자 정보

Quality Manager

24)

넛익스퍼트(NutExpert) Quality Manager

Q. 프랑스 소비자들의 밤 조리법, 소비 시기, 주요 소비층 등은 어떻게 되나요?

밤은 일 년 내내 즐길 수 있지만, 수확 시기인 가을에 인기가 절정에 이릅니다. 사람들은 밤을 구워 먹거나 삶아 먹거나 밤 가루를 만드는 등 취향에 따라 다양한 방법으로 활용합니다. 밤 케이크나 밤 무스와 같은 맛있는 디저트나 밤 수프나 밤 속과 같은 고소한 요리에 풍미를 더할 때도 밤이 사용됩니다.

Q. 프랑스 소비자들이 주로 소비하는 밤 가공식품의 종류는 무엇인가요?

프랑스에서 가장 인기 있는 밤 가공식품은 마론 글라세(marrons glacés)입니다. 마론 글라세(marrons glacés)는 설탕 시럽으로 설탕에 절인 밤으로, 프랑스의 전통적인 크리스마스 간식입니다.

Q. 밤 가공품과 관련된 최근 트렌드가 있나요?

수프, 스투, 샐러드와 같은 짭짤한 요리에서 밤이 점점 인기를 얻고 있습니다. 또한, 베이킹 과정에서 글루텐이 없는 밀가루 대용품으로 사용하는 것을 선호하는 소비자들도 있습니다. 밤은 짭짤하고 달콤한 레시피를 포함한 다양한 요리에서 매우 수요가 높습니다.

Q. 경쟁제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

경쟁제품들은 지속 가능한 소싱과 재활용이 가능한 재료 사용에 특히 중점을 두고 있습니다. 또한, 고품질 제품 생산에 중점을 둡니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 홍보와 마케팅 전략을 사용합니까?

경쟁제품의 경우 광고는 주로 인쇄 매체를 통해 이루어졌으나, 지난 몇 년 동안은 소셜 미디어의 사용이 증가하고 있습니다. 또한, 경쟁기업들은 주요 무역 행사에 정기적으로 참여하여 제품을 선보이고 있습니다. 때때로 음식 블로거 및 인플루언서들과 제휴하기도 합니다.

Q. 고객사 제품의 포장, 인증, 홍보 슬로건(50년 국산 밤 유통 노하우를 바탕으로 선별한 좋은 원물로 만든 국산 맛밤)에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사가 취득한 인증은 프랑스 시장에서 매우 긍정적으로 작용할 것으로 예상합니다. 포장재는 재활용할 수 있지만, 더 환경친화적인 소재를 사용할 것을 권장합니다. 예를 들어, 폴리프로필렌은 재활용이 가능하지만 그 과정에서 약해지고 유연성이 떨어집니다. 프랑스

소비자들은 완전히 재활용이 가능한 제품을 선호하므로 고객사는 이에 대한 고려가 필요할 것입니다. 홍보 슬로건은 수년간의 전문성을 담아내고 있어 훌륭합니다.

Q. 고객사의 제품이 프랑스에 출시될 경우 예상되는 수요는 어떠한가요?

고객사의 제품은 시장에서 경쟁에 직면할 수 있지만, 앞서 언급했듯이 인증을 다양하게 취득했고 50년의 유통 노하우를 보유하여 잠재력이 있습니다. 하지만 다른 브랜드와 경쟁해야 하므로 명확한 마케팅 전략을 세워야 합니다.

Q. 프랑스에 제품을 출시할 경우 수정 및 개선해야 할 사항은 무엇인가요?

앞서 언급한 것처럼 친환경 포장 옵션을 더 고려할 가치가 있습니다. 추가로, 눈길을 끄는 포장과 광범위한 마케팅이 필요할 것입니다.

Q. 고객사가 생산한 밤을 활용한 제품 개발 시 스낵류 외에 추천하는 제품이 있나요?

밤을 베이스로 한 독특하고 맛있는 제품을 제공하면 프랑스 시장에서 경쟁 우위를 점할 수 있을 것입니다. 글루텐이 없고 다용도로 사용할 수 있는 밤 가루를 출시하는 것도 유망한 아이디어가 될 수 있습니다. 빵, 케이크, 파스타와 같은 레시피에서 밀가루를 대체할 수 있어 현재 시장 트렌드에 부합합니다.

Q. 고객사의 제품을 프랑스에 수출할 때 홍보 및 마케팅 전략으로 추천하고 싶은 것은 무엇인가요?

초기 단계에서는 강력한 브랜드 정체성을 구축하고 장기적으로 도움이 될 유통업체 및 소매업체와의 관계를 구축하는 것이 중요합니다. 또한, 제품의 고유한 특성을 효과적으로 전달하고 타겟 고객에게 어필할 수 있는 종합적인 마케팅 및 홍보 전략을 개발하는 것이 프랑스 시장에서 성공의 열쇠입니다.

Q. 한국산 밤을 유럽 시장에 수출할 때 준비해야 할 것이 있나요?

유럽연합 규정 준수, 목표 시장의 이해, 운송 및 물류 계획, 종합적인 마케팅 및 홍보 전략 개발의 중요성을 강조합니다. 앞서 언급했듯이 제품은 이미 인증을 획득했기에, 고객사는 모든 규제 요건을 충족하고 지침에 따라 라벨을 부착하고 포장하기만 하면 됩니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



시장수요

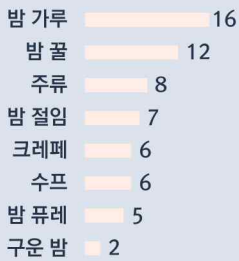
프랑스 견과류 시장,
건강한 재료 활용
먹거리 선호 트렌드



프랑스 견과류 시장규모는 2022년 기준 4,070억 원으로 확인되며, 향후 5년(2023-2027년) 간 연평균 1.6%의 안정적인 성장세를 보일 것으로 전망됨. 프랑스 HS CODE 2008.19 수입액은 2022년 기준 3,622억 원 수준이며, 수입 상위국은 1위 독일로 전체의 28%를 차지, 2위 스페인으로 15.5%를 차지, 3위 네덜란드로 12.7%를 차지하는 것으로 확인됨. 대한민국 수입액의 경우 4,070만 원 수준으로 매우 미미하여, 47위의 순위를 기록함

전문가 인터뷰에 따르면, 프랑스 내 밤 및 밤 가공식품에 대한 수요는 가을과 겨울에 특히 높은 편임. 밤을 볶거나, 삶거나, 튀려로 만들거나, 디저트류의 속 재료로 활용함. 이 외에도 수프, 소스, 가루 등 다양한 요리에 활용되고 있음

소비 특징 ①



경쟁 현황



프랑스 온라인 쇼핑물 밤 가공식품

온라인 쇼핑물 분석 결과, 프랑스 주요 밤 가공식품 키워드로 밤 가루, 주류, 퓨레, 스프레드 등이 확인됨. 밤 절임도 순위권으로 확인됨. 전문가 인터뷰 결과 프랑스 내 맛밤과 유사한 제품으로 프랑스 전통 크리스마스 간식인 설탕에 절인 밤 '마론 글라세(marrons glacés)'가 있음. 밤 가공식품 중 밤 퓨레가 특히 인기가 높으며, 밤 수프, 디저트의 속 재료, 밤 통조림 등이 인기인 것으로 확인됨

경쟁 브랜드 중 '머천트 고멧(Merchant Gourmet)'에서 고객사 제품과 유사한 통밤 제품을 판매 중임. 기타 밤 가공식품 브랜드들은 대부분 비교적 높은 가격에 고급스러운 포장재를 활용함. 전문가 인터뷰에 따르면 프랑스 내 밤 가공식품 경쟁기업들은 프리미엄의 품질, 유기농, 천연 속성을 강조하며 최근 지속 가능하고 친환경적인 공법으로 제조된 밤에 대한 수요가 증가 중임

소비 특징 ②



홍보 문구



프랑스 온라인 쇼핑물 밤 제품 홍보문구

프랑스 온라인 판매 밤 가공식품들은 달콤한 맛, 꿀로 맛있게 데친 밤, 바닐라 밤 등 다양한 맛으로 판매되고 있어, 고객사 제품의 맛과 유사한 것으로 확인됨

반면 짭짤한 밤, 아몬드 향이 나는 밤, 초콜릿 밤 등 한국 대비 다양한 코팅 및 맛이 활용되고 있음. 밤 가공식품 홍보문구로 '글루텐 프리', '유기농', '깊은 풍미' 등이 확인되어 전문가 인터뷰 결과와 일치함. 특히 글루텐 프리 밤 가루, 디저트 등이 밀가루의 대체 식품으로 유망할 것으로 예상됨



진입장벽



프랑스로 맛밤 수출 시, 수출업자 세관등록이 필요하며 발급된 등록번호는 EU 공통 등록번호로 다른 EU 국가에서도 사용 가능함. HS CODE 2008.19는 협정관세율 0%를 적용받으며, 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 등록 시 EU 통관 혜택을 받을 수 있음. 고객사가 취득한 HACCP 인증이 프랑스 진출 시 필수이며, 비건 인증 또한 이미 수취하였으므로 프랑스 시장 진출에 긍정적일 것으로 예상됨

라벨링의 경우, 프랑스어 표기가 필수이며 여러 언어의 병기가 가능함. 유럽연합 가입국의 언어로 추가 기재도 가능하며, 스티커 형태의 라벨 부착도 가능함. 2015년 7월 1일부터 프랑스 식품 라벨링 표기 시, 알레르기 유발 성분이 함유되었을 때, 모든 예방주의 문구 뒤에 성분 목록 혹은 예방 방지 문구를 제시해야 함. 프랑스 수출 시, 알레르기 유발 성분 표기 의무를 엄격하게 적용하여야 함



수출 확대 전략 ①

고객사 제품 피드백,
홍보 슬로건 및 다양한 인증,
프리미엄 품질 긍정적

디자인 및 포장
현지화 필요

Point 01 고객사 제품 현지화 전략 프랑스 내 이미 고객사 제품과 유사한 형태의 절인 밤이나 통밤을 포함하여 다양한 밤 가공식품이 판매되고 있으므로, 기본적인 시장 수요가 충족될 것으로 예상됨. 특히 프랑스 크리스마스 전통 식품인 설탕에 절인 밤 마론 글라세(marrons glacés)가 고객사 제품과 매우 유사하여, 고객사 제품에 대한 거부감이 낮을 것으로 전망됨

전문가 인터뷰에 따르면 고객사 제품의 다년간 쌓아온 유통 경험, 지속적인 공급과 높은 제품 품질, 회사의 전문성을 강조하는 홍보 슬로건, 다양한 인증 등이 긍정적이며 프랑스 시장에서의 성공 가능성이 높은 것으로 확인됨. 다만 포장재 개선 의견이 다수 확인되었음. 프랑스 소비자들이 공감할 수 있는 색상, 이미지, 언어를 사용하여 제품을 더욱 매력적이고 눈에 띄게 개선해야 함. 또한 친환경 포장에 대한 관심이 증가하고 있으므로 고려할 필요가 있음

수출 확대 전략 ②

밤 활용 신제품 개발



Point 02 맛밤 외 프랑스 및 유럽 타깃 가공식품 개발 방향 프랑스 시장 내 맛밤, 설탕에 절인 밤 외에도 매우 다양한 밤 가공식품이 확인됨. 특히 밤 튀레 제품이 다수 언급 및 확인되었으며, 밤 가루, 밤 수프, 밤 통조림, 디저트의 필링 등 다양한 밤 가공식품이 판매 및 소비되고 있음

고객사는 50년 이상의 국산 밤 유통 및 가공 노하우를 보유하고 있으므로 프랑스 및 유럽 권역 타깃 신제품 개발을 고려할 수 있음. 최근 밤 가루, 밤 파스타, 밤 맥주 등 밤을 활용한 다양한 제품들이 출시되고 있으며 글루텐 프리, 유기농, 천연, 지속 가능한 공급원 등의 클레임이 활용되고 있으므로 참고할 수 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Fruits & Nuts_France」, 2022.05
2. Kotra 해외시장뉴스, 「프랑스 과자류 스낵 시장동향」, 2022.07
3. 인씨(Insee), 「La situation du commerce en 2019」 2020.07
4. 스태티스타(Statista), 「Fruit and vegetable market share in France」, 2022.05
5. 프랑스 식품환경노동위생안전청(ANSES), 「a la teneur maximale en cadmium pour les algues destinees a l'alimentation humaine」, 2020.07
6. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드」, 2021
7. 유럽연합법령포털(EUR_LEX), COMMISSION REGULATION (EC) No 2073/2005 microbiological criteria for foodstuffs, 2020.03

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 아마존프랑스(Amazon France) (www.amazon.fr)
4. KATI 농식품수출정보 (www.kati.net)
5. 농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
6. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.fr)
7. 르끌레어(E.Leclerc) (www.e-leclerc.com)
8. 씨디스카운트(Cdiscount) (www.cddiscount.com)
9. 프랑프리(Franprix) (www.franprix.fr)
10. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
11. 까브레통투어리즘(Cabreton Tourism) (www.cabreton-tourisme.com)
12. 알티이(RTE) (www.rte.ie)
13. 지디오뉴스(GDO News) (www.gdonews.it)
14. 플렌티마켓플레이스(PlentyMarketplace) (marketplace.plentymarkets.com)
15. 트랙칼리틱(Trackalytics) (www.trackalytics.com)
16. 포스퀘어(Foursquare) (foursquare.com)
17. 몽주약국(Monge) (pharmacie-monge.fr)
18. 시티파르마(Citypharma) (pharmacie-citypharma.fr/en/)
19. 유럽연합 집행위원회 (ec.europa.eu)
20. 유럽연합법령포털(EUR_LEX) (eur-lex.europa.eu)
21. 유럽연합위원회 식품표시정보시스템 (food.ec.europa.eu)
22. 유럽식품안전청(EFSA) 홈페이지 (www.efsa.europa.eu)
23. 유럽연합 개발도상국 수입촉진센터(CBI) (www.cbi.eu)
24. 프랑스 관세청 홈페이지 (www.douane.gouv.fr)
25. 프랑스 식품환경노동위생안전청(ANSES) (www.anses.fr)
26. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
27. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
28. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
29. 비엔 매니저 (www.bienmanger.com)
30. 크로켈라 (www.crocella.fr)
31. 넛엑스퍼트 (nut-expert.eu)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.08.04

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