

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-03
품목 | 치킨소스(Chicken Sauce)
HS CODE | 2103.90-9090
국가 | 프랑스(France)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 프랑스 소스 및 향신료 시장규모	06
2. 프랑스 기타 소스 시장규모	07
3. 프랑스 치킨소스 수입규모	08
4. 프랑스 치킨소스 단위당 수입단가	09

III. 시장트렌드

1. 대중매체의 영향으로 프랑스 내 한국 소스 인기	12
2. 현지 및 수입 브랜드 모두 인기	13
3. 프랑스 내 매운 소스 관심 증가	14
4. 프랑스 '할랄' 키워드 빈출	15

IV. 유통채널

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

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 프랑스 치킨소스 통관 및 검역 절차	31
2. 프랑스 치킨소스 품질 인증	36
3. 프랑스 치킨소스 라벨링	38
4. 프랑스 치킨소스 성분 및 유해물질	42

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 까르푸(Carrefour)	45
2. 마이프렌치그로서리(My French Grocery)	50
3. 오상(Auchan)	54

VII. 시사점

1. 시사점	58
--------	----

※ 참고문헌	60
--------	----



HS CODE : 2103.90-9090

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

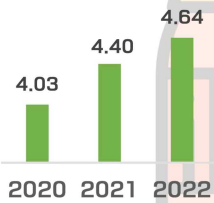
SUMMARY

프랑스 치킨소스 시장

시장 현황

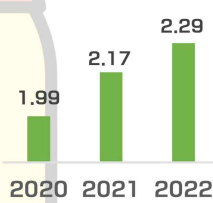
소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



기타 소스 시장규모

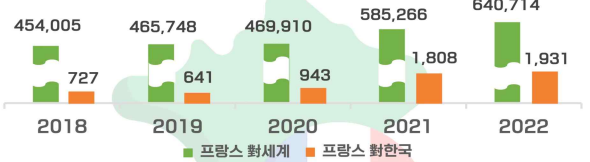
단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2103.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

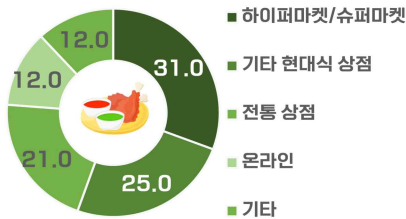
빅데이터 분석



* 프랑스 온라인 쇼핑몰 치킨소스 제품 658건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정관세율 0%

사전 준비
수출업자 세관등록(EORI)
공인경제운영인(AEO) 취득

품질 인증



라벨링 유의사항

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

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

프랑스 내 치킨소스 수요 프랑스 소비자들은 다양한 요리를 선호하기 때문에 치킨소스의 수요 또한 전반적으로 증가하는 추세임
주요 트렌드 최근 프랑스 소비자들 내 건강에 대한 관심이 증가하며 설탕과 소금 함량이 적은 제품과 천연 재료에 대한 관심이 증가하고 있음
프랑스 내 치킨소스 인지도 프랑스 내 한국산 치킨소스에 대한 인지도가 낮은 편이나, 한국 음식과 문화에 대한 관심 증가로 인지도 상승 가능

Point 02.

고객사 제품 피드백 고객사 제품의 달콤한 맛은 고소한 맛의 소스를 선호하는 프랑스 소비자들을 타겟 시 보완이 필요해 보임
프랑스 수출 제언 프랑스는 EU의 기준 외에도 추가적인 제한 사항을 요구하기 때문에 복잡한 규정과 세부 사항에 대한 사전조사가 필요함
추천 유통채널 고급 수입식품 전문점, 아시아안 마트, 온라인 플랫폼에 우선 진출 후 대형 슈퍼마켓에 진출하는 것을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 프랑스 소스 및 향신료 시장규모
2. 프랑스 기타 소스 시장규모
3. 프랑스 치킨소스 수입규모
4. 프랑스 치킨소스 단위당 수입단가

1. 프랑스 소스 및 향신료 시장규모

프랑스 국가 일반 정보¹⁾

면적	67만 5,417km ²
인구	6,781만 명
GDP	2조 9,355억 달러
GDP (1인당)	4만 4,852달러

▶ 프랑스 소스 및 향신료 시장규모 5.9조 원, 연평균 3.8% 성장

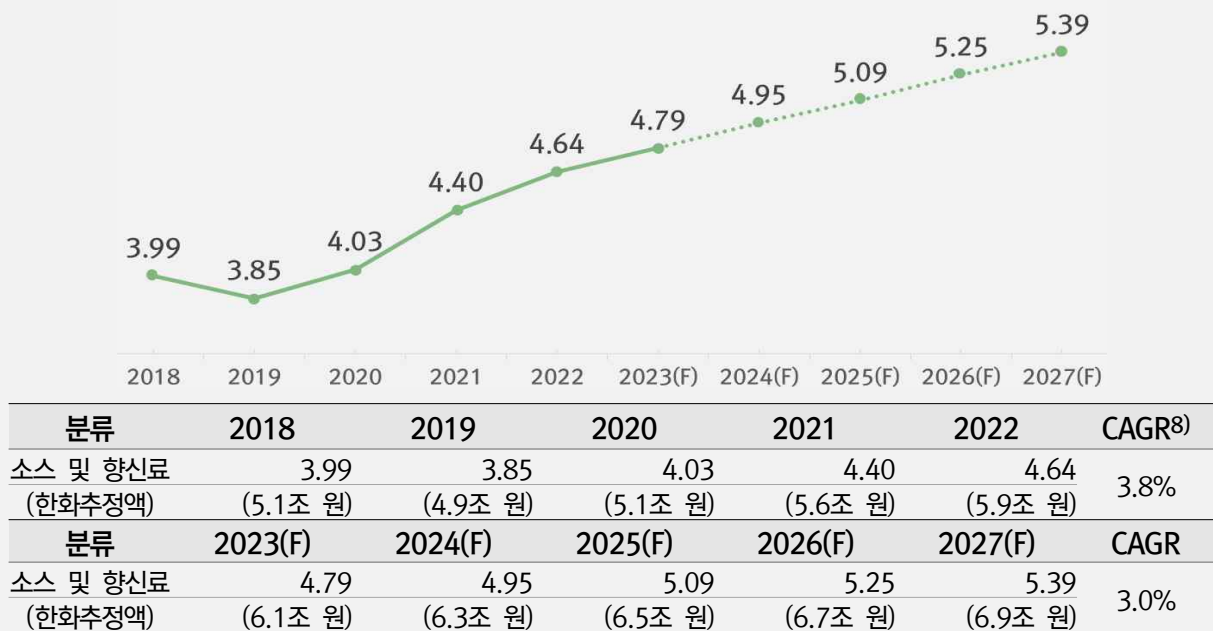
2022년 기준 프랑스 소스 및 향신료 시장규모는 5.9조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률 3.8%를 기록함. 세부 분류 기준으로 기타 소스의 비중이 49.4%, 향신료 34.1%, 케첩 16.6%를 차지함. 2022년 한국의 소스 및 향신료 시장규모는 6.5조 원이며, 지난 5년간 연평균 4.0% 성장함²⁾

▶ 프랑스 소스 및 향신료 시장규모, 향후 5년간 3.0%씩 성장 예상

프랑스 소스 및 향신료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.0%씩 성장하여 2027년 6.9조 원을 기록할 것으로 예상됨. 프랑스에서는 한국 대중문화 인기 상승에 따라 한식 및 한국 소스류에 대한 관심도 증가한 것으로 파악됨³⁾⁴⁾

[표 2.1] 프랑스 소스 및 향신료 시장규모⁵⁾⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 자료: 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_South Korea」, 2023.08

3) 자료: 식품유통신문, 「세계 소스 시장, 건강·친환경 제품 수요 증가 속 한국산에 관심」, 2022.03

4) 조사제품 '치킨소스'는 치킨 또는 튀김 요리에 버무려 먹거나 찍어먹는 소스 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '기타 소스'의 시장규모와 상위품목인 '소스 및 향신료'의 시장규모를 조사함

5) 자료: 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_France」, 2023.08

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 1달러=1,273.80원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 프랑스 기타 소스 시장규모

▶ 프랑스 기타 소스 시장규모 2.9조 원, 연평균 3.8% 성장

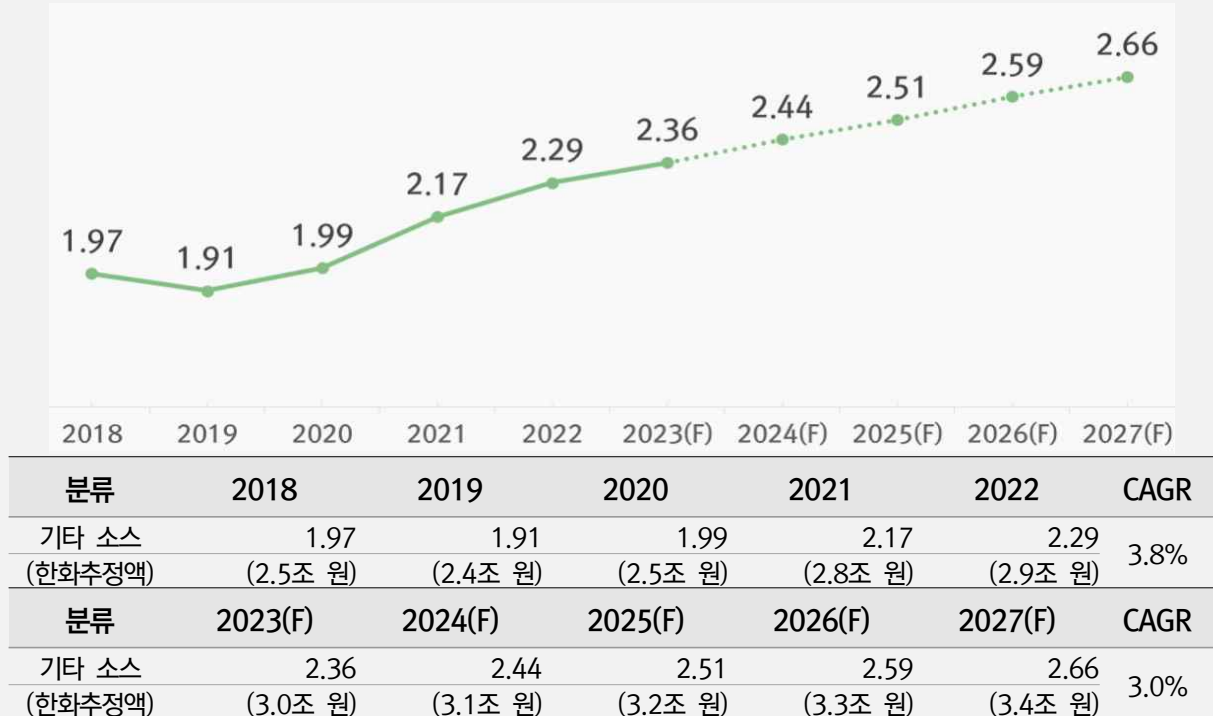
2022년 기준 프랑스 기타 소스 시장규모는 2.9조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 3.8% 성장함. 2022년 한국의 기타 소스 시장규모는 5.4조 원 규모이며, 최근 5년간 연평균성장률은 4.8%로 프랑스 대비 높은 성장세를 기록함⁹⁾

▶ 프랑스 기타 소스 시장규모, 향후 5년간 3.0%씩 성장 예상

프랑스 기타 소스 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.0%씩 성장하여 2027년 3.4조 원을 기록할 것으로 예상됨. 프랑스 포함 서유럽 지역의 소스 시장 규모가 증가하면서 현지 업체에서 제조한 한국 소스류 제품 판매가 증가하는 추세임. 유럽 내 대형 유통매장의 아시아 식품 코너에는 한국 수출품 또는 현지 생산 한국 소스가 다양하게 판매되고 있음¹⁰⁾

[표 2.2] 프랑스 기타 소스 시장규모¹¹⁾¹²⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

9) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Other Sauces_South Korea」, 2023.08

10) 자료: 헤럴드경제, 「판 커지는 서유럽 소스시장, 현지생산 K-소스 잘 나가네 [at와 함께하는 글로벌푸드 리포트]」, 2023.07

11) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Other Sauces_France」, 2023.08

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 프랑스 치킨소스 수입규모

치킨소스 HS CODE

해당 장에서 치킨소스는 HS CODE 2103.90으로 분류. HS CODE 제2103호의 품명은 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자, HS CODE 2103.90-9090의 품명은 기타로 확인

▶ 2018-22년 프랑스 HS CODE 2103.90 對글로벌 연평균성장률 9.0%

프랑스 내 HS CODE 2103.90 품목인 치킨소스의 對글로벌 수입규모는 최근 5년(2018-22년)간 연평균 9.0% 성장했으며, 2022년도에는 8,161억 원을 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 9.0%인데 비해 2021년에는 전년 대비 24.5%의 높은 성장세를 기록함

▶ 프랑스 내 HS CODE 2103.90 품목 수입, 한국산 상위 24위

2022년 기준 프랑스 내 치킨소스의 對한국 수입규모는 24.6억 원으로 수입국 상위 24위를 차지함. 동일 연도 수입규모 1위국 벨기에(2,168억 원, 27%)는 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률 8.6%를 기록했고, 2위국 이탈리아(1,208억 원, 15%)는 연평균성장률 13.2%를 기록함. 3위국 영국(1,032억 원, 13%)은 연평균 25.9% 증가함

[표 2.3] 프랑스 HS CODE 2103.90 수입규모¹³⁾¹⁴⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 프랑스 치킨소스 단위당 수입단가

치킨소스 HS CODE

해당 장에서 치킨소스는 HS CODE 2103.90으로 분류. HS CODE 제2103호의 품명은 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자, HS CODE 2103.90-9090의 품명은 기타로 확인

▶ **프랑스 HS CODE 2103.90 수입단가, 對글로벌 연평균성장률 2.3%**

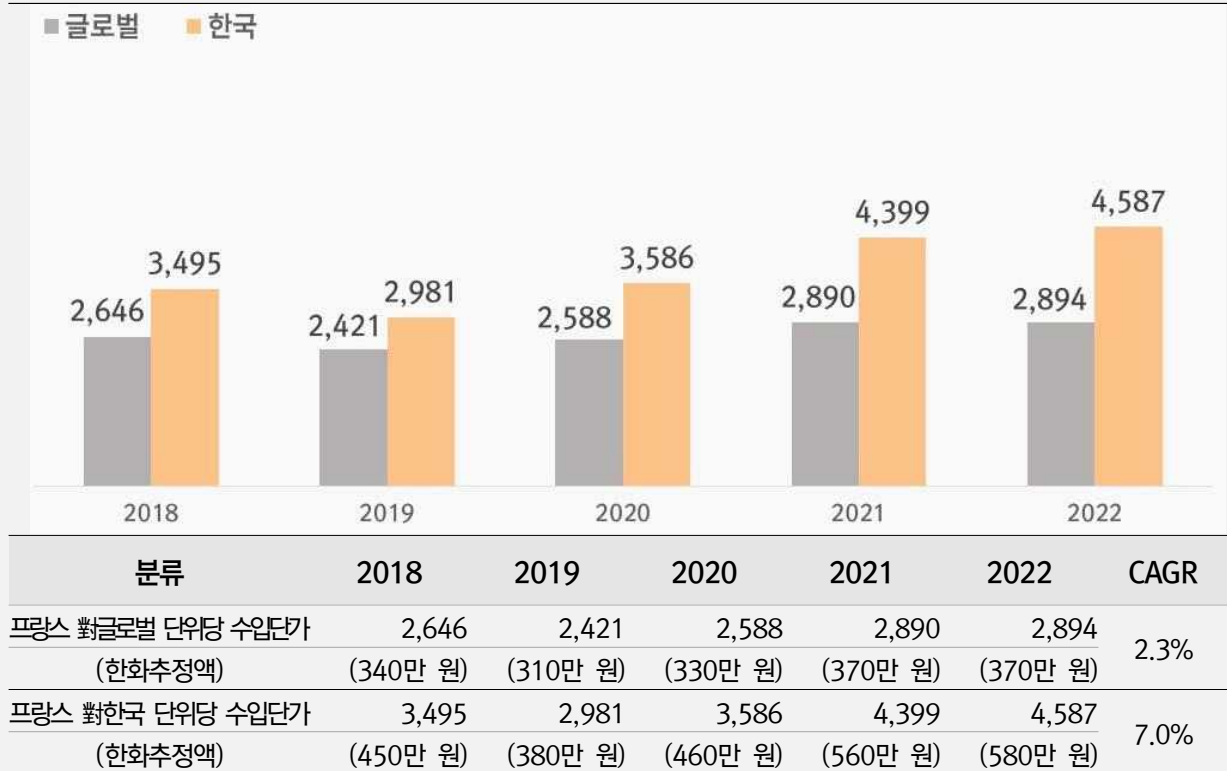
2022년 프랑스 HS CODE 2103.90 품목인 치킨소스의 對글로벌 1톤당 수입단가는 370만 원을 기록하였으며 지난 5년(2018-22년)간 연평균 2.3% 성장함

▶ **프랑스 내 HS CODE 2103.90 품목 수입단가, 한국산 상위 22위**

2022년 기준 프랑스 내 치킨소스의 對한국 1톤당 수입단가는 580만 원이며 수입국 상위 22위를 차지함. 동일 연도 수입단가 1위국은 불가리아로 1톤당 수입단가가 9,940만 원으로 확인되었으며 2위국 콜롬비아는 1톤당 4,200만 원을 기록함. 3위국 트리니다드 토바고는 1톤당 3,300만 원으로 확인됨

[표 2.4] 프랑스 HS CODE 2103.90 단위당 수입단가¹⁵⁾¹⁶⁾

단위 : 달러 / 톤



자료 : ITC(International Trade Centre)

15) 자료: ITC(International Trade Centre)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 대중매체의 영향으로 프랑스 내 한국 소스 인기
2. 현지 및 수입 브랜드 모두 인기
3. 프랑스 내 매운 소스 관심 증가
4. 프랑스 '할랄' 키워드 빈출

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 프랑스 온라인매장 입점 치킨소스

- 데이터 수집 키워드 : 치킨소스(sauce au poulet)
- 데이터 수집량 : 658건
- 데이터 수집원 : 프랑스 온라인쇼핑몰 아마존 프랑스 (Amazon France)

▶ 프랑스 온라인매장 입점 치킨소스 특징 분석

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

항목	키워드 (국문/프랑스어)		빈도	키워드 (국문/프랑스어)		빈도
경쟁제품	커리소스	Curry	240	하바네로 핫소스	Habanero	50
	간장	Sauce Soja	207	국수소스	Nouilles	47
	감자튀김소스	Frites	84	샐러드소스	Salades	45
	참깨소스	Sésame	75	마요네즈	Mayonnaise	19
	바베큐소스	BBQ	54	햄버거소스	Hamburgers	15
경쟁브랜드	아얌	Ayam	250	프랭크	Frank's	55
	타노시	Tanoshi	192	산타 마리아	Santa Maria	40
	크노르	Knorr	133	우마미	Umami	32
	비스토	Bisto	120	코리안스트리트	Korean Street	27
	셰프	Chef	76	타바스코	Tabasco	16
	삼양	Samyang	62	이금기	Lee Kum Kee	13
홍보문구	마늘	Ail	560	토마토	Tomate	206
	후추	Piment	559	전분	Amidon	164
	간장	Soja	451	매운	épicée	182
	포도주	Vin	371	향료	Arômes	85
	소금	Sel	340	겨자	Moutarde	84
	식초	Vinaigre	307	생강	Gingembre	64
	양파	Oignon	284	케첩	Ketchup	36
	설탕	Sucre	250	당근	Carotte	32
	생선소스	Poisson	247	로즈마리 추출물	Romarin	32
인증	치킨과 어울리는	Poulet	691	방부제 무첨가	Sans Conservateurs	92
	글루텐 프리	Sans Gluten	262	락토프리	Sans Lactose	92
	일본산	Japonais	145	편리한	Pratique	105
	한국산	Corée	118	비건	Végétariens	56
	아시아풍	Asiatique	109	할랄인증	Halal	53
	맛있는	Délicieuse	104	무설탕	Sans Sucre	34

1. 대중매체의 영향으로 프랑스 내 한국 소스 인기

▶ 간장과 바베큐, 커리소스 등 아시아 풍 소스 인기

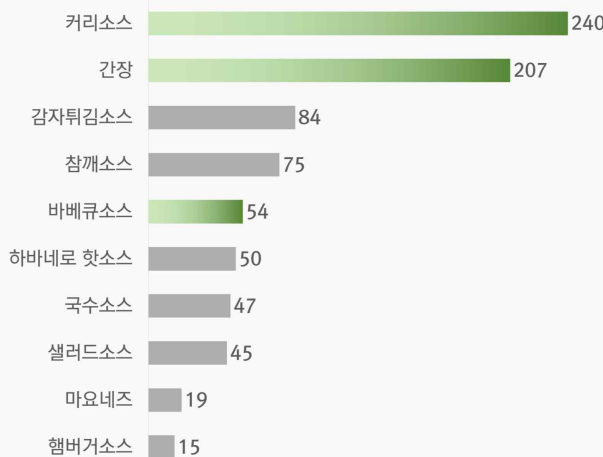
- 프랑스의 치킨소스 관련 경쟁제품 분석 결과 ‘커리소스’ 키워드 240건으로 가장 많이 도출됨
- 그 외 ‘간장’과 ‘바베큐소스’ 관련 키워드도 각각 207건, 54건 도출되며 아시아풍 소스가 인기 있는 것을 확인함

▶ 프랑스 소비자, 한국 소스 즐겨 먹어

- 최근 프랑스에서는 한국 대중문화 인기 상승으로 한국 소스류에 대한 관심이 증가하고 있음
- 까르푸와 모노프리 등의 유통업체에서 한국 소수를 다수 판매 중이며, 현지에서 만든 한국 소스류 제품도 증가하는 추세임¹⁷⁾

간장		바베큐소스		커리 소스	
					
제품명	중국 레몬 치킨소스 (Sauce Pour Poulet au Citron Chinois)	제품명	BBQ 오리지널 소스 (BBQ Sauce originale)	제품명	레드 카레 페이스트 (Pâte de Curry Rouge)
브랜드	아얌(Ayam)	브랜드	산타마리아(Santa Maria)	브랜드	아얌(Ayam)
중량	210ml	중량	355g	중량	100g
가격	3.96유로(5,548원 ¹⁸⁾)	가격	19.00유로(26,621원)	가격	2.45유로(3,433원)

[표 3.1] 프랑스 판매 치킨소스 경쟁제품 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘치킨소스’ 관련 게시글 658건 분석

17) 자료: 식품음료신문, ‘세계 소스 시장, 건강·친환경 제품 수요 증가 속 한국산에 관심’, 2023.03.01

18) 1유로=1,401.12원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 현지 브랜드와 수입 브랜드 모두 인기

▶ 프랑스에서 만든 ‘타노시’ 브랜드 인기

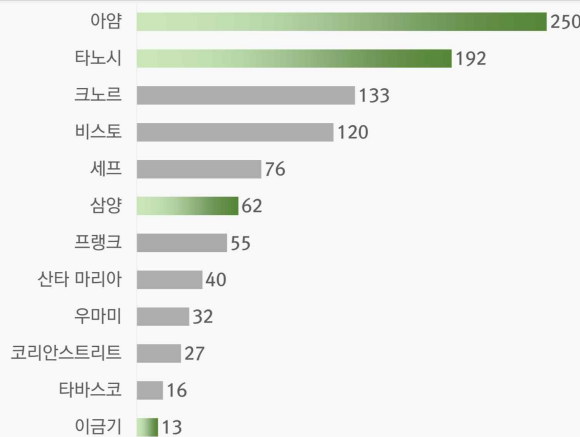
- 경쟁브랜드 분석 결과 ‘타노시’ 관련 키워드 192건 확인됨
- ‘타노시’는 아시아풍 소스를 만드는 프랑스 현지 기업으로, 당초 일본 식품 출시를 위해 만들어졌지만 최근에는 한국과 베트남 등 다양한 아시아 국가 제품을 출시하는 중
- 한국 소스로는 불고기소스와 잡채소스, 비빔밥 소스 등을 판매 중¹⁹⁾

▶ ‘아얌’과 ‘삼양’, ‘이금기’ 등 아시아 태생의 수입 브랜드도 빈출

- 싱가포르 소스 브랜드인 ‘아얌’ 관련 키워드 250건으로 빈출됨
- 한국에서도 인기있는 ‘이금기’ 브랜드 키워드도 확인됨
- 한국 브랜드 중에서는 불닭볶음면 인기의 영향으로 ‘삼양’ 관련 키워드 확인됨

타노시		삼양		이금기	
					
제품명	잡채 간장참깨소스 (Sauce Japchae au Soja et Sésame)	제품명	불닭 핫소스 (Sauce au poulet épicé Bulldark)	제품명	레몬 치킨소스 (Sauce au Citron pour poulet)
브랜드	타노시(Tanoshi)	브랜드	삼양(Samyang)	브랜드	이금기(Lee Kum Kee)
중량	225ml	중량	200g	중량	80g
가격	4.16유로(5,829원)	가격	12.00유로(16,813원)	가격	1.80유로(2,522원)

[표 3.2] 프랑스 판매 치킨소스 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘치킨소스’ 관련 게시물 658건 분석

19) 자료: 헤럴드경제, ‘판 커지는 서유럽 소스시장, 현지생산 K-소스 잘 나가네’, 2023.07.31

3. 프랑스 내 매운 소스 관심 증가

▶ ‘마늘’과 ‘토마토’가 들어간 소스 다수 확인

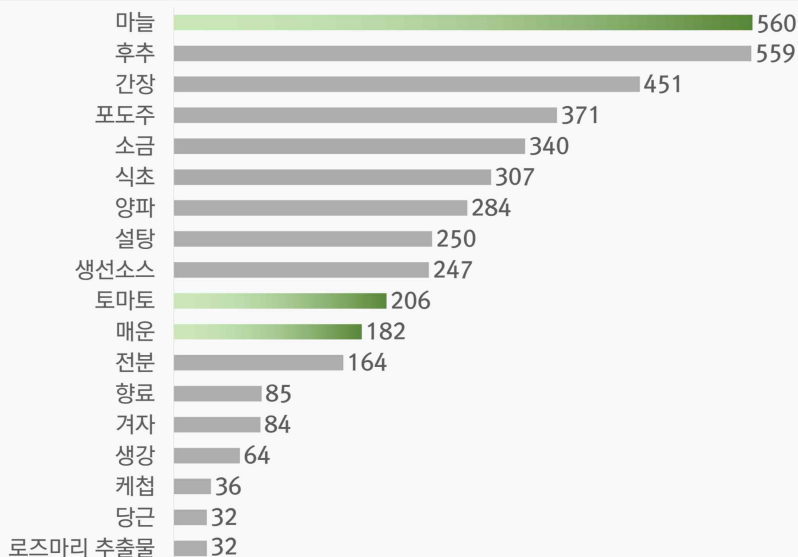
- 프랑스 치킨소스 맛과 성분 확인 결과 ‘마늘’ 관련 키워드가 560건으로 가장 많이 도출됨
- ‘토마토’ 관련 키워드는 206건 도출되었는데, 실제 데이터 확인 결과 주로 매운 핫소스나 커리소스의 성분으로 포함된 것으로 확인됨

▶ 한국 음식의 영향으로 매운 소스에 대한 관심도 증가

- 프랑스 사람들은 핫소스 등을 통해 매운 소스를 섭취해 왔지만, 최근 한국 대중매체의 인기로 매운 맛에 대한 관심이 더욱 증가하고 있음
- 맛과 성분 관련 키워드 확인 결과, ‘매운’ 키워드 182건 도출됨

마늘		토마토		매운	
					
제품명	BBQ소스 어메이징코리아 (BBQ Sauce Amazing Korean)	제품명	버터 치킨소스 (Sauce au beurre au poulet)	제품명	매운 피클 핫 소스 (Sauce piquante aux cornichons épicés)
브랜드	포파미스(Poppamies)	브랜드	세인스베리(Sainsbury's)	브랜드	킵인(KICKIN')
중량	445g	중량	500g	중량	141.7g
가격	14.99유로(21,003원)	가격	24.75유로(34,678원)	가격	19.95유로(27,952원)

[표 3.3] 프랑스 판매 치킨소스 맛/성분 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘치킨소스’ 관련 게시물 658건 분석

4. 프랑스 ‘할랄’ 키워드 빈출

▶ ‘일본산’, ‘한국산’, ‘아시아풍’ 등 아시아 식품을 강조하는 홍보문구

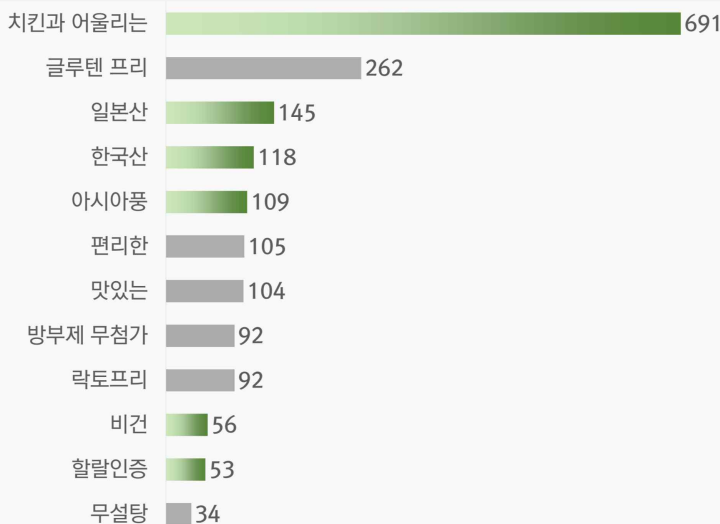
- 치킨소스 홍보문구 키워드 분석 결과 ‘치킨에 잘 어울리는’ 키워드 691건으로 가장 많이 도출됨
- 그 외 ‘일본산’과 ‘한국산’ ‘아시아풍’ 키워드가 각각 145, 118, 109건 도출되며 아시아풍 소스임을 강조하는 홍보문구 다수 확인됨

▶ ‘비건’과 ‘할랄’ 등 인증 강조한 키워드 확인

- 프랑스는 비거니즘을 선도하고 있는 국가 중 하나로, ‘비건’ 관련 홍보문구 56건 도출됨
- 또한, 프랑스는 다민족 국가로 무슬림 인구도 많은 편임. 이에 따라 할랄 관련 인증을 홍보하는 제품도 53건으로 빈출됨

치킨에 잘 어울리는		아시아풍		비건	
					
제품명	베스트 치킨소스 (Best Sauce au poulet)	제품명	매실소스 (Plum Suace)	제품명	티카마살라 커리페이스트 (Pâte de Curry Tikka Masala)
브랜드	비스토(Bisto)	브랜드	이금기(Lee Kum Kee)	브랜드	파탁스(PATAK'S)
중량	250g	중량	397g	중량	165g
가격	9.99유로(13,997원)	가격	12.00유로(16,813원)	가격	6.21유로(8,701원)

[표 3.4] 프랑스 판매 치킨소스 홍보문구 관련 키워드



자료: 프랑스 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘치킨소스’ 관련 게시글 658건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



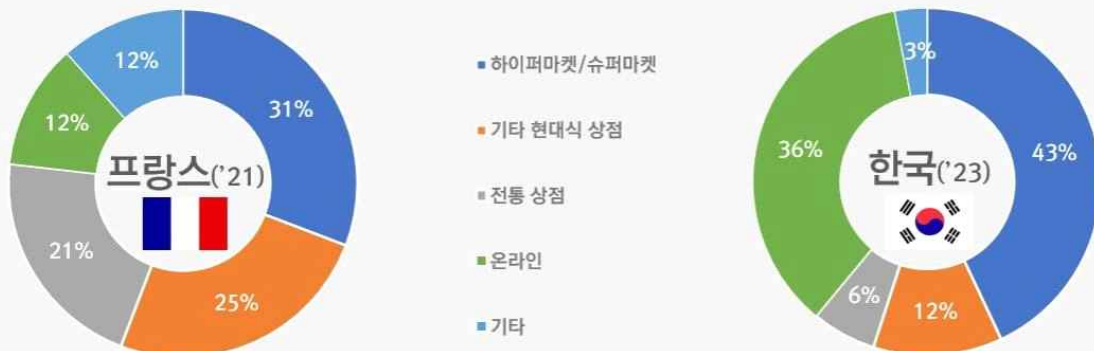
1. 프랑스 치킨소스 유통채널 점유율
2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널

1. 프랑스 치킨소스 유통채널 점유율

▶ 프랑스 내 치킨소스 유통채널, 오프라인 매장 비중 높아

2021년 기준 프랑스의 치킨소스를 비롯한 식품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 31%의 점유율을 차지하였으며, 2023년 기준 한국도 43%의 높은 점유율로 두 국가에서 모두 1위를 기록함. 이어서 ‘기타 현대식 상점’은 프랑스 내에서 25%의 점유율을 차지하여 2위 유통채널로 드러났으며, 한국은 해당 채널을 통해 12%의 비중을 차지함. 특히, 한국 내 ‘온라인’ 채널의 점유율이 36%으로 2위인 반면, 프랑스는 12%의 비중을 차지하여 프랑스 내 치킨소스를 비롯한 식품 유통채널은 오프라인 매장 형태의 비중이 높음을 알 수 있음. 이외에도 ‘전통 상점’은 프랑스 내 21%의 점유율을, 한국에서는 해당 채널을 통해 6%의 비중으로 치킨소스를 비롯한 식품이 유통되고 있음을 확인함

[표 4.1] 프랑스 및 한국 치킨소스 소매유통채널 점유율 비교



프랑스 및 한국 치킨소스 소매유통채널 점유율 비교(20)21)22)23)

프랑스	유형	한국
31%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	43%
25%	기타 현대식 상점	12%
21%	전통 상점	6%
12%	온라인	36%
12%	기타 ²⁴⁾	3%

자료: 칸타(Kantar)

20) ‘치킨소스’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식품(Food)’의 정보를 확인함

21) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07

22) 자료: 스탯스타(Statista), 「Sales channels favored by French people for sustainable food shopping from 2019 to 2021」, 2022

23) 각 점유율은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

24) 기타 채널에는 직판매, 비매장 형태의 채널을 포함함

2. 프랑스 치킨소스 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(1,257억 원 ²⁵⁾ 기타 규모 • 매장 수(*22): 721개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1948년 설립된 프랑스의 프랑스 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드 • 프랑스 온라인 식료품 시장의 선두주자로서, 드라이브스루(커브사이드픽업) 시스템 적극 활용 중 • 2020년 기준 하이퍼마켓 브랜드 점유율 33.9%로 1위 • 폴란드, 이탈리아, 포르투갈 등 일부 유럽 국가에서도 매장 운영 중 • 저렴한 가격 및 넓은 상품군이 르끌레어의 성공 비결 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 생활용품, 식기류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <ol style="list-style-type: none"> ① 입점 희망 매장 ② 담당자 정보 (담당자명, 이메일, 주소, 연락처) ③ 문의 내용 • 유의사항 및 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-9-69-32-42-52 - 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)

25) 1유로=1,401.12원 (2023.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)


2. 프랑스 치킨소스 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(116조 4,177억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 5,755개	
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	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 유제품, 냉동식품, 스낵류, 음료류, 건강보조식품, 생활용품, 잡화류 등 	
	선호 제품	<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"> • 홈페이지를 통한 직접 문의 (www.carrefour.fr/services/carrefour-marketplace-vendeurs) - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (제품 웹사이트, SIRET 코드 등) ③ 기타 설문 사항 - 'l'envoi ma demande' 제출 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-69-39-70-00 	

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

사진 자료: 까르푸(Carrefour), 알티이(RTE)

2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널 ③ 인터마르쉐

기업 기본 정보	기업명	인터마르쉐(Intermarché)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.intermarche.com	
	위치	프랑스 전역	
	규모	매출액('22) • 360억 유로(50조 4,403억 원) ²⁶⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 2,170개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1969년에 설립된 프랑스의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인 브랜드 • Les Mousquetaires 그룹의 자회사 • 2002년 브랜드 로열티 카드 출시 • 프랑스의 모든 매장 면적이 2,660,000m² 이상에 해당함 • '비싼 물가에 대항하여 모두 단결'이라는 슬로건을 제시하여 가격 경쟁력을 강조하고 있음 		

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 생활용품, 식기류 등
	선호 제품	• 현지 식품, 브랜드 신뢰도가 높은 상품, 가격 경쟁력이 높은 상품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +33-805-101-115 - 이메일: cartefidelite@serviceclients.mousquetaires.com
-------------	---------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 인터마르쉐(Intermarché), 리테일디테일이유(RetailDetail EU)

사진 자료: 레무스케테르(Les Mousquetaires), 리테일디테일이유(RetailDetail EU)

26) 모기업 레무스케테르(Les Mousquetaires)의 총매출액

2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널 ④ 오상

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.auchan.fr		
	위치	프랑스 전역		
	규모	매출액('21)		• 116억 7,460만 유로(16조 3,575억 원)
		기타 규모		• 매장 수('22): 687개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1961년 프랑스에서 처음 설립됨 • 1981년에 스페인을 시작으로 해외 진출을 시작함 • 프랑스의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드 2위에 해당하며, 경쟁사는 까르푸(Carrefour)가 있음 • 매출 기준 세계 16위의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 소매 체인 브랜드 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 스낵류, 소스류, 향신료 등		
	선호 제품	• 현지 식품, 브랜드 신뢰도가 높은 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단에 'Besoin d'aide?' 메뉴에서 'Mail' 클릭 - 'J'ai un autre besoin' 버튼 클릭 (www.auchan.fr/contactez-nous) - 'Quelle est votre demande?' 카테고리에서 'Autre' 선택 - 입력 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보 (담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-3-59-30-59-30 		

자료: 오상(Auchan)

사진 자료: 엘에스에이(LSA)


2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널 ⑤ 시티파르마

기업 기본 정보	기업명	시티파르마(Citypharma)	
	기업구분	H&B(드렉스토어)	
	홈페이지	pharmacie-citypharma.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 20,000개 이상의 제품을 취급하고 있으며, 처방전 없이 구매할 수 있는 약품은 약 1,000개 이상 구비되어 있음 • 온라인몰을 운영하여 전국으로 배송 가능하며, 의약품 오남용 방지를 위해 배송 주문 시, 의약품 구매 가능 수량은 1인당 5개로 제한됨 • 30일 이내 환불을 보장해 주는 품질 보장 서비스를 지원하고 있음 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 의약품, 건강기능식품, 상비약, 천연 의약품, 더마 화장품, 유아용 약품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 건강식품, 품질 및 기능이 보장된 의약품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 및 유선 연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단에 'Qui sommes-nous?' 클릭 - 해당 페이지에 'NOUS CONTACTER' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소 등) ② 회사 및 제품 관련 내용 (회사 유형, 제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 희망 입고량, 예상 매출액 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-1-46-33-06-09 - 주소: 26 rue du Four 75006 Paris France - 이메일: serviceclient@citypharma.com 	

자료: 시티파르마(Citypharma)

사진 자료: 시티파르마(Citypharma)




2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널 ⑥ 몽주약국

기업 기본 정보	기업명	몽주약국(Pharmacie Monge)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	pharmacie-monge.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 3개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 파리 내 2시간 이내 배송을 보장하는 서비스를 제공하고 있음 • 처방전 스캔을 통한 비대면 의약품 처방이 가능함 • 인스타그램 운영을 통해 프로모션 정보를 안내하고 있으며, 제품 설명을 한국어로도 기입하여 한국인 대상으로 홍보를 진행하고 있음 • 의료 장비 대여 서비스 제공 • 오프라인뿐만 아니라 온라인 서비스도 제공하며 각종 프로모션 실시 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 의약품, 건강기능식품, 상비약, 위생용품, 더마 화장품, 동물용 약품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 스킨케어 및 헬스케어 제품, 품질 및 기능이 보장된 의약품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단에 'Nous contacter' 클릭 - 입점 희망 지점의 'CONTACTER LA PHARMACIE' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자 이름, 이메일, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소 등) ② 회사 및 제품 관련 내용 (회사 유형, 제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 희망 입고량, 예상 매출액 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +33-1-43-31-39-44 (노트르담 및 온라인) - 다른 지점 연락처 (pharmacie-monge.fr/trouvez-votre-pharmacie) 	

자료: 몽주약국(Pharmacie Monge)

사진 자료: 까르테파마시즈(Carte des Pharmacies), 맵스터(Mapstr)

2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널 ⑦ 케이마트

기업 기본 정보	기업명	케이마트(K-Mart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.k-mart.fr	
	위치	일드프랑스(ile-de-france)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 5개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년에 처음 파리에 개업하여 한국 및 일본 식재료를 취급하는 프랑스 내 아시안마트/한인마트 • 케이터링 공간인 '카페테리아' 코너가 마련되어 있어 포장 서비스 제공 • 김밥, 초밥, 비빔밥 등 현장에서 직접 조리해서 제공함 • 페이스북을 통해 신상품 업데이트 소식을 소개하고 있음 • 오프라인 매장 및 온라인 스토어도 운영 중 • 공휴일에도 휴무 없이 오전 10시부터 오후 9시까지 영업 	
매장정보	입점 가능 품목	• 한국 식재료, 가공식품, 즉석식품, 신선식품, 육류, 소스류, 향신료 등	
	선호 제품	• 한국 식재료, 한국 향신료	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 전화 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 매장마다 전화번호 및 이메일 주소 상이하여 홈페이지 참조 (www.k-mart.fr/contact-et-boutiques) 	

자료: 케이마트(K-Mart)

사진 자료: 케이마트(K-Mart) 페이스북, 엠지피에너지솔루션(MGP Energy Solutions)


2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널 ⑧ 파리스스토어

기업 기본 정보	기업명	파리스토어(Paris Store)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	paris-store.com	
	위치	파리(Paris) 외	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 21개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1977년 파리 13구에 처음 설립된 프랑스 전역에 위치한 아시안 마트 • 한국뿐만 아니라 아시아의 식재료를 취급하며, 오프라인 매장 내에 한국 식재료 코너가 별도로 마련되어 있음 • 6,000개 이상의 제품을 취급하며 도매업자, 소매업자, 레스토랑, 개인고객을 대상으로 서비스 진행 • 홈페이지를 통해 한국 식재료를 만들 수 있는 한식 요리를 소개하고 있음 • 이메일 구독 시, 특가 상품 정보 제공 	
매장정보	입점 가능 품목	• 한국 식재료, 가공식품, 즉석식품, 신선식품, 육류, 소스류, 향신료 등	
	선호 제품	• 한국 식재료, 한국 향신료	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 우측 'CONTACT' 클릭 (paris-store.com/contact) - 입력 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 담당자 정보 (담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ② 입점 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 매장마다 전화번호 및 이메일 주소 상이하여 홈페이지 참조 (paris-store.com/magasins) 	

자료: 파리스토어(Paris Store)

사진 자료: 빠쥬존느(Pages Jaunes), 타임아웃파리(TimeOut Paris)

2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널 ⑨ 씨디스카운트

기업 기본 정보	기업명	씨디스카운트(Cdiscount)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.cdiscount.com		
	규모	그룹 매출액('21)	21억 2,750만 달러(2조 7,100억 원 ²⁷⁾)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 3,080만 회	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1998년 보르도에서 첫 매장이 설립되었음 • 2000년에 프랑스 대형 유통기업인 카지노 그룹의 자회사로 영입 • 2개의 물류센터 운영 중 • 프랑스 전역에 약 22,000여 개의 무인 배송함 운영 중 		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	파탁스(PATAK's)	
		해외 판매	해외 판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보	 <p>시기 및 품목별 할인, 멤버십 발급 시 추가 할인, 게임을 통한 할인 등</p>			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'DECOUVREZ NOTRE MARKETPLACE' 메뉴의 'Vendre sur Cdiscount' 클릭 - 상단 'S'inscrire' 클릭 - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) ④ 기타 서류(신분증 사본, 수혜자 선언서 양식, 은행 계좌 정보 등) • 문의사항 홈페이지 통해 문의 (marketplace.cdiscount.com/contact) 		

자료: 씨디스카운트(Cdiscount), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 씨디스카운트(Cdiscount)

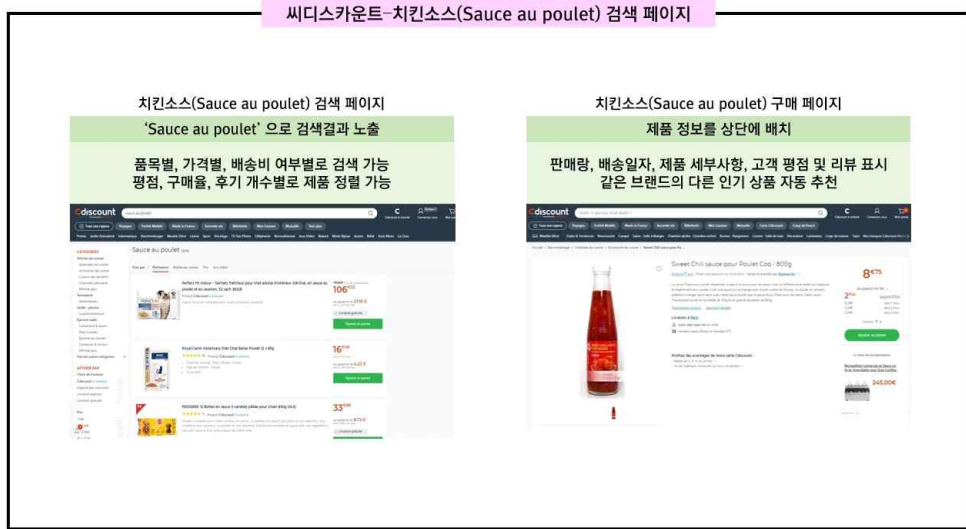
27) 1달러=1,273.80원 (2023.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



프로모션 코드를 통해 높은 할인을 혜택을 제공하고 있음


온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 씨디스카운트(Cdiscount)
사진 자료: 씨디스카운트(Cdiscount)

2. 프랑스 치킨소스 주요 유통채널 ⑩ 아마존 프랑스

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.fr	
	규모	매출액('22)	59억 270만 달러(7조 5,189억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 방문횟수(최근 1개월): 1억 8,540만 회 	
		<ul style="list-style-type: none"> 2000년에 프랑스에 진출한 미국의 전 세계적인 이커머스 기업 2021년 아마존프레시(Amazon Fresh) 사업 중단 이후 아마존프라임나우 서비스를 통해 오프라인 매장과 파트너십을 맺고 제품군 확대 	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	산타마리아(Santa Maria), 크리스프(KRISP) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 <p>기간별 및 품목별 할인, 멤버십 가입 시 할인 적용, 쿠폰 지급 등</p>		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 메뉴 'Gagnez de l'argent' 카테고리 'Vendez sur Amazon' 클릭 'S'inscrire' 클릭 아마존 셀러 계정 생성 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) 평가 기준 <ol style="list-style-type: none"> 아마존 행동 강령 준수 평가 기준 EU Regulation on the Provision of Food Information to Consumers 준수 유의사항 <ul style="list-style-type: none"> 입점 가능한 카테고리 20개 중 식음료를 포함한 10개 부문은 승인을 걸쳐야 등록 가능 	

자료: 아마존(Amazon) 프랑스, 시밀러웹(Similarweb), 스태티스타(Statista), 농수산물유통공사(aT)

사진 자료: 아마존(Amazon) 프랑스

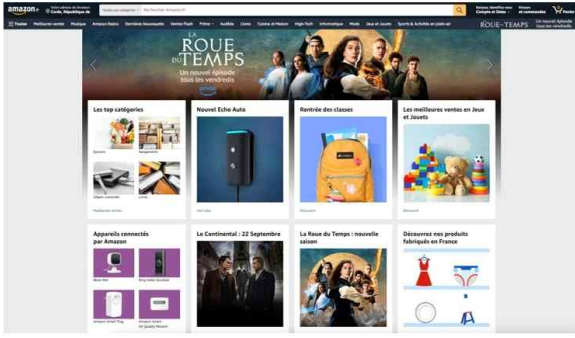
온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다언어 지원
프랑스어, 일본어, 중국어, 한국어, 독일어 등 9개의 언어 지원

2. 아마존 신용거래
아마존 사입처 내 구입액의 5%페이백 제공, 발급시 125달러 기프트카드 제공

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공



4. 아마존 프라이م
연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 감상 서비스 제공

5. 국제배송
타 국가에서도 아마존 프랑스에서 구매 가능

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②

아마존-치킨소스(Sauce au poulet) 검색 페이지

치킨소스(Sauce au poulet) 검색 페이지
'Sauce au poulet' 으로 검색결과 노출

추천순, 가격순, 고객 리뷰 순으로 정렬
평점, 브랜드, 가격, 배송일 별로 필터링 가능



치킨소스(Sauce au poulet) 구매 페이지
제품 정보를 상단에 배치

제품 세부사항, 고객 평점 및 리뷰 표시
다른 고객들이 구매한 상품을 자동 추천



품목별, 가격별, 배송비 여부 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon) 프랑스
사진 자료: 아마존(Amazon) 프랑스

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



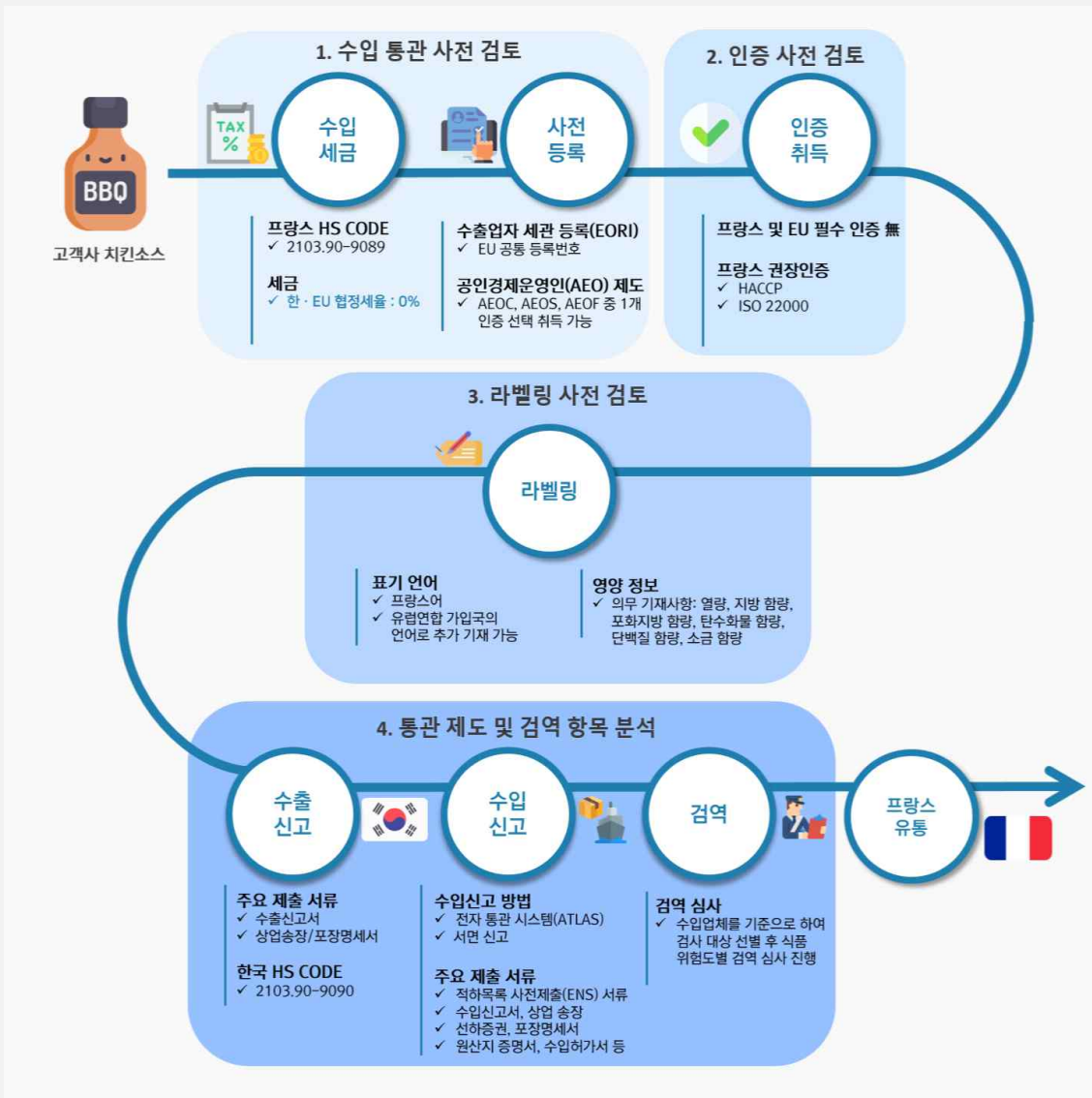
1. 프랑스 치킨소스 통관 및 검역 절차
2. 프랑스 치킨소스 품질 인증
3. 프랑스 치킨소스 라벨링
4. 프랑스 치킨소스 성분 및 유해물질

1. 프랑스 치킨소스 통관 및 검역 절차²⁸⁾

▶ 프랑스 치킨소스 수출 시, 수출업자 세관등록 필수

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

[표 5.1] 프랑스 치킨소스 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

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

▶ 프랑스 일반가공식품 직접 통관을 위해 EORI 필요

수출입업자 사전 세관 등록(EORI: Economic Operators Registration and Identification)이란 EU로 통관을 진행하고자하는 개인 또는 사업자가 통관 절차를 진행하기 위해 부여받게 되는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 세관 등록을 통해 등록번호를 부여받아야 함. 등록 번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되어, 한 번 등록을 하면 다른 국가에서도 공통적으로 사용할 수 있음

공인경제운영인(AEO: Authorized Economic Operator)제도는 인증 기업의 통관 절차를 간소화하기 위한 사전 등록 절차이며, AEOC, AEOS 두 가지 인증으로 구분됨. AEOC(Customs Simplification)는 세관절차의 간소화를 위한 인증이며 AEOS(Security and Safety)는 무역 안전을 위한 인증임. 두 인증을 모두 갖춘 경우에는 AEOF(Full)가 부여됨. 한국 관세청에서 ‘수출입안전관리우수공인업체’라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와는 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)이 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정받지 못함

[표 5.2] EU 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

적용 규제	<ul style="list-style-type: none"> EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘Regulation (EC) 648/2005’
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> 통관 절차가 진행될 국가의 세관 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가
절차	<ul style="list-style-type: none"> 프랑스 온라인 페이지(www.douane.gouv.fr)를 통하여 EORI 신청 서류 심사 후 EORI 발급

자료: 유럽연합집행위원회

[표 5.3] EU 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

적용 규제	<ul style="list-style-type: none"> EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘Regulation (EC) 648/2005’
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> EU회원국의 통관 담당 기관 한국 관세청
분류	<ul style="list-style-type: none"> 통관 원활화 서류 및 샘플 검사에 대한 간소화 통관 절차 수행 시 수행 내용에 대한 사전 공지

자료: 유럽연합집행위원회

▶ EU 복합식품 수입 규정 개정(2021. 04. 21 시행)

복합식품(Composite Products)은 식물성 재료와 가공된 동물성 원료가 결합된 식품으로, EU 수입식품(복합식품 포함) 중 동물유래 가공식품은 EU 회원국이나 EU 승인국에 소재하는 EU 승인시설에서 제조된 것이어야 함

[표 5.4] EU 복합식품 수입 규정 개정 사항

핵심 개정 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 동물성 원료 함량 비중과 상관없이 위생상태 및 공중 보건 위험성에 따라 통관 여부 결정 (기존: 함량 기준 통관 여부 결정)
세부 구성	<ul style="list-style-type: none"> • 상온 보관 육류 불포함 복합식품 • 상온 보관 육류 포함 복합식품 • 비상온 보관 복합식품

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.5] EU 복합식품 수입 규정 적용 품목

HS코드	품목분류	주요품목	HS코드	품목분류	주요품목
1601	소시지류	(-)	1905	빵 및 과자류	빵, 과자
1602	기타 육가공식품	(-)	2004	초절임가공 이외 냉동 채소가공품	채소혼합물
1603	육즙 및 어류 추출물/즙	어류 엑기스, 젓갈	2005	초절임가공 이외 비냉동 채소가공품	김치
1604	어류가공품 및 어란류	생선묵	2103	소스 및 양념류	간장, 고추장
1605	조제, 보존 처리한 조개류/갑각류	대게살, 굴 등	2104	스프 및 육수류	스프, 브로드
1901	맥아 추출물, 곡물가루	밀가루	2105	아이스크림류	아이스크림, 빙과류
1902	면류	라면, 국수	2106	기타 식품가공품	두부, 김, 인삼차류
1517	동,식물성 지방	마가린	1518	동/식물성지방과 이들의 분획물	동식물성 기름
1702	꿀 등 감미료	당시럽, 인조꿀	1704	코코아 함유제품 제외 설탕과자	껌, 캐러멜
1806	초콜릿, 코코아 함유 조제식품	초콜릿	1904	곡물 조제식품	곡물가공품 팽창-볶은 제품
2001	채소 및 과일 초절임	초산처리 채소, 과일	2101	커피 및 차류	커피, 차, 마테 등
2202	음료류	주스, 탄산음료	2208	변성하지 않은 에틸알코올	소주
2008	견과류	견과류 가공식품	(-)	(-)	(-)

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.6] 유럽연합(EU) 복합식품 수입 규정

	규정 내용	한국 식품 적용 내용
<p>상온 보관 육류 불포함 복합식품</p>	<ul style="list-style-type: none"> EU 회원국 혹은 EU가 승인한 제3국의 동물 유래 성분(동물성 가공품)을 이용해 복합식품을 제조한 경우 EU로 수출할 수 있음. 이 경우 다음 세 가지 조건을 충족시켜야 함 <ol style="list-style-type: none"> 해당 동물성 가공품을 EU 회원국 또는 EU 승인 제3국의 승인시설에서 제조 검역 관련 서류로 수입자의 사설인증서 제출 제품에 사용된 유제품 또는 달걀이 위험 완화 처리를 거쳤음을 증명하는 신고서 제출 	<ul style="list-style-type: none"> 수산물류 포함 복합식품: 한국의 수산물류는 EU의 수입 승인을 받은 품목으로, 이를 원료로 사용한 복합식품 수출 가능 유제품, 달걀, 벌꿀 가공품 포함 복합식품: EU 회원국 또는 EU 승인국(잔류물질 승인목록 2011/163/EU에 등재된 제3국)에서 생산된 원료만을 사용하는 경우 해당 복합식품 수출 가능
<p>상온 보관 육류 포함 복합식품 및 비상온보관 복합식품</p>	<ul style="list-style-type: none"> 복합식품에 포함된 동물 유래 성분(동물성 가공품)의 EU 수입이 허용된 국가의 경우에만 복합식품의 EU 수출이 가능함. 이 경우 다음 두 가지 조건을 충족시켜야 함 <ol style="list-style-type: none"> 해당 동물성 가공품을 EU 회원국 또는 EU 승인 제3국의 승인시설에서 제조 검역 관련 서류로 정부증명서 제출 	<ul style="list-style-type: none"> 육류 가공품 포함 복합식품: 육류와 관련해 한국은 EU의 수입 승인을 받지 못했기 때문에 한국산 육류 가공품을 포함해 제조한 한국산 복합식품, EU의 육류 수출 허가를 받은 국가의 육류 가공품을 사용해 한국에서 제조한 복합식품 모두 수출 불가 수산물류 포함 복합식품: 한국의 수산물류는 EU의 수입 승인을 받은 품목이므로 이를 원료로 포함한 복합식품 수출 가능 유제품, 달걀, 벌꿀 가공품 포함 복합식품: 상온보관 대비 위험도가 높은 비상온보관 제품군의 경우는 해당 국가 동물성 원료의 EU 승인이 수출의 전제조건임. 한국은 유제품, 달걀, 벌꿀을 EU에 수출할 수 있는 승인을 받지 못했기 때문에, EU 회원국 또는 EU 승인국에서 생산된 원료를 사용한 경우에도 수출 불가

자료: KATI농식품수출정보

▶ EU, 공식 통제가 면제되는 복합식품 목록 개정안 발표

2023년 6월, EU 집행위원회(EC: European Commission)는 위임규정 「(EU) 2021/630」의 ‘국경통제소(BCPs: Designated Border Control Posts)²⁹⁾에서 공식 통제(official controls)³⁰⁾가 면제되는 복합식품 목록’을 확대한 개정안 「(EU) 2023/1674」을 발표함. 해당 개정안에 따라 코코아 함유 특정 스프레드와 음료 조제용 코코아 함유 특정 조제식품 등이 ‘국경통제소에서 공식 통제가 면제되는 복합식품 목록’에 추가되었으며, ‘특정 소스 및 조미료’도 이에 포함됨. 해당 제품들은 2023년 9월 21일부터 EU 회원국으로 수입 시 국경통제소의 수입 검역 검사가 면제됨

【표 5.7】 개정안 「(EU) 2023/1674」의 대상 품목

CN 코드 ³¹⁾	설명
1806 90 60 / 1806 90 70	• 코코아 함유 특정 스프레드와 음료 제조용 코코아 함유 특정 조제식품
1904 10	• 곡물 유래 특정 조제식품 또는 곡물 제품
1904 20	• 시리얼 또는 시리얼 제품
1904 90	• 쌀 또는 기타 곡물 유래 특정 조제식품
1905 90 / 2005 20 20	• 특정 칩 과자(chips and crisps), 크래커
2102	• 특정 소스 및 조미료 ³²⁾

자료: EU 집행위원회 「(EU) 2023/1674」, KATI농식품수출정보

29) 항구나 공항을 통해 제 3국에서 EU로 들어오는 동물, 식물 및 제품 등을 검사하는 장소

30) 관할 당국 또는 검사 책임 기관이 식품 수입 규정 준수 여부를 확인하기 위해 진행하는 모든 형태의 통제 조치

31) EU의 8자리 상품분류 코드로, 앞 6자리까지는 HS 코드와 일치하며 통관절차 진행 시 상세 품목분류코드로 10자리까지 표현 가능함

32) 원문에 따르면, ‘소스 및 그에 따른 조리품; 혼합 조미료 및 양념; 겨자 가루와 겨자 밀과 가공된 겨자(Sauces and preparations thereof; mixed condiments and mixed seasonings; mustard flour and meal and prepared mustard)로 명시되어 있으며 육류와 우유 중 하나를 포함하거나, 두 가지 모두를 포함하는 가공품에 적용됨

2. 프랑스 치킨소스 품질 인증

▶ 프랑스 치킨소스, 필수 인증 無

프랑스로 수출하고자 하는 일반가공식품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. EU에서도 별도의 식품 인증을 강제하고 있지 않음. 다만 수입 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보들을 제출해야 함. 이러한 위생 관리 기준은 국제기준인 HACCP를 따르도록 하고 있음. HACCP 인증 취득을 필수로 요구하고 있지는 않으나 그 기준에 준하는 수준에서의 위생 요건을 요구하고 있음. ISO 2200 인증 등 기타 인증도 HACCP 기준을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있어, 프랑스를 포함한 EU 역내로 식품 수입 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출할 수 있음

[표 5.8] 프랑스 치킨소스 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	비건 식품 생산 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 및 의약품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처	

자료: 각 인증기관

▶ 프랑스 치킨소스, 뉴트리스코어 표시 도입 가능

뉴트리스코어(Nutri-score)는 프랑스에서 개발해 2017년 최초 도입한 영양품질 표시 시스템으로, 식품에 포함된 건강에 좋은 성분과 좋지 못한 성분을 점수로 계산해 A부터 E까지 5등급의 색으로 표기하는 방법임

[표 5.9] 뉴트리스코어 표시 사용 방법

목적	<ul style="list-style-type: none"> • (소비자) 영양정보에 대한 이해 촉진 및 정보에 입각한 제품 선택 장려 • (산업계) 보다 건강한 제품 제조 장려
표시 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 식품 정보에 관한 규정 (EU) No 1169/2011 부록 5호에 규정된 의무 영양표시 대상 제외 식품 - 비가공식품(예: 신선채소, 꿀), 0~3세 영유아용 식품 등
표시 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 수직버전이 기본이며 포장 전면 하단 1/3에 배치 • 로고 너비 = (포장 길이 + 포장 너비) / 10 • 로고 너비 최소 17mm, 최대 45mm
등록 주체	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 생산업자 또는 유통업자
등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 사이트 (www.demarches-simplifiees.fr/commencer/ns_international_registration_procedure)를 통해 등록 후 무료 사용
등급 부여 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 100mg 또는 100ml당 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	<p>The image shows five examples of the Nutri-Score logo, each consisting of five colored circles labeled A, B, C, D, and E. The first logo has A highlighted in green. The second has B highlighted in green. The third has C highlighted in green. The fourth has D highlighted in green. The fifth has E highlighted in green. Below the logos is a horizontal scale with a green circle containing a '+' on the left and a red circle containing a '-' on the right, with an arrow pointing from left to right.</p>

출처: 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템

3. 프랑스 치킨소스 라벨링

[표 5.10] 프랑스 치킨소스 라벨링

라벨 필수 표시 사항 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"> • 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 • 중량 비율이 높은 순서대로 표시
	4. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 무게 단위로 ‘킬로그램’ 또는 ‘그램’으로 표시 • 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시
	5. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용
	8. 사업자 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것이 원칙 • 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재

출처: EU 법령포털(EUX-LEX)

[표 5.10] 프랑스 치킨소스 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	9. 영양 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 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 기재. 영양 정보는 제품 100g 또는 100ml를 기준으로 표시(예: 100g당 나트륨 1g). 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	<ul style="list-style-type: none"> • 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재 • 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재
	11. 알레르기 유발물질	<ul style="list-style-type: none"> • 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 표시대상 알레르기 유발물질: ①글루텐 함유 곡물, ②갑각류, ③난류, ④어류, ⑤땅콩, ⑥대두, ⑦대두, ⑧견과류, ⑨셀러리, ⑩겨자, ⑪참깨, ⑫이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상) ⑬루핀, ⑭연체동물
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	<ul style="list-style-type: none"> • 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
	13. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 프랑스어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 • 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 • 유럽 연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
14. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> • 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 • 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함 	

출처: EU 법령포털(EUX-LEX)

▶ 프랑스 치킨소스 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 프랑스어]

- ① HEINZ
- ② CLASSIC BARBECUE SMOKEY&RICH

[앞면 - 국문]

- ① 하인즈
- ② 클래식 바비큐 스모키&리치

[뒷면 - 프랑스어]

- ① HEINZ CLASSIC BARBECUE SMOKEY&RICH
- ② Sauce barbecue au goût fumé
- ③ Ingrédients : Purée de tomates mi-réduite, vinaigre d'alcool, sucre, mélasse, eau, sel, épices, épaississant (gomme xanthane), ail, arôme de fumée, arômes
- ④ À consommer de préférence avant le: voir bouchon
- ⑤ A conserver au réfrigérateur après ouverture

[뒷면 - 국문]

- ① 하인즈 클래식 바베큐 스모키&리치
- ② 훈제 바베큐 소스
- ③ 원재료명: 반 환원 토마토 퓨레, 증류주 식초, 설탕, 당밀, 물, 소금, 향신료, 농축제(진탄검), 마늘, 훈제향, 향료
- ④ 유통기한 전에 섭취하는 것이 가장 좋습니다: 마개를 참조하세요
- ⑤ 개봉 후 냉장고에 보관하세요

⑥ Avant utilisation, dévisser le bouchon et enlever l'opercule. Bien agiter avant utilisation. Flacon en plastique à recycler, bouchon en plastique à jete

⑦ H.J. HEINZ DISTRIBUTION SAS
Tour Europlaza - 20 Avenue
André Prothin 92927 Paris La
Défense Cedex. www.heinz.eu

⑧ FLACON + BOUCHON

⑨ 260g-220ml

Valeurs nutritionnelles pour 100g	
Énergie	586kj 138kcal
Matières grasses	0g
- dont acides gras saturés	0g
Glucides	32g
- dont sucres	29g
Protéines	0.9g
Sel	1.2g

⑥ 사용 전에 캡을 열고 커버를 제거하세요. 사용하기 전에 잘 흔들어주세요. 플라스틱 병은 재활용하고, 플라스틱 뚜껑은 버려주세요

⑦ H.J. HEINZ DISTRIBUTION SAS
Tour Europlaza - 20 Avenue
André Prothin 92927 Paris La
Défense Cedex. www.heinz.eu

⑧ 병 + 코르크

⑨ 260g-220ml

100g당 영양가	
에너지	586kj 138kcal
지방	0g
- 포화지방	0g
탄수화물	32g
- 설탕	29g
단백질	0.9g
소금	1.2g

4. 프랑스 치킨소스 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. 프랑스를 포함한 EU 국가의 '소스류'에 적용되는 일부 식품첨가물 목록은 다음과 같음. 더욱 자세한 식품첨가물 목록은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.11] 소스류에 적용되는 프랑스 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	아르곤	Argon	소금, 향신료, 수프, 소스, 샐러드 및 단백질제품	GMP
2	헬륨	Helium		
3	수소	Hydrogen		
4	질소	Nitrogen		
5	이산화질소	Nitrous oxide		
6	산소	Oxygen		
7	대두 헤미셀룰로오스	Soybean hemicellulose		단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg
8	벤조산	Benzoic acid		
9	안식향산칼슘	Calcium benzoate		
10	벤조산나트륨	Sodium benzoate		
11	소르빈산	Sorbic acid		
12	사카린	Saccharin		
13	이산화탄소	Carbon dioxide		

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

프랑스를 포함한 EU 회원국은 (EC) No. 2073/2005에 의하여 식품 중 미생물에 관하여 규정함. 또한, (EC) No. 1881/2006에 의해 식품 중 오염에 관하여 규정하고 있음. 이 규정들을 준수한 식품만이 EU의 식품 시장에서 유통 가능함. 하기 표는 소스류에 적용되는 유해물질 규정임. 더욱 자세한 프랑스 유해물질 규정은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.12] 소스류에 적용되는 프랑스 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	잔류허용기준
1	에루스산	Erucic acid	머스타드(조미료)	35.0mg/kg wet weight / *지방과 결합한 에루스산 (erucic acid) 포함

출처: 유럽연합법률(EUR-LEX), KATI농식품수출정보

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 까르푸(Carrefour)
2. 마이프렌치그로서리(My French Grocery)
3. 오상(Auchan)

Interview ①

33)



까르푸
(Carrefour)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1958년 설립
 - 마씨에 위치한 소매업체
 - 현지 공급업체를 통해 제품을 유통함
 - 취급 품목: 공산품 및 식료품
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보
Global
Marketing Manager

까르푸(Carrefour) Global Marketing Manager

Q. 프랑스에서 치킨소스의 수요는 어떠한가요? 또한, 프랑스 치킨소스 시장 동향은 어떠한가요?

프랑스에서 마요네즈가 가장 흔히 사용되는 치킨소스지만, 허브와 마늘 등을 재료로 하여 맛을 낸 소스가 최근 인기를 얻고 있습니다. 또한, 페리페리(Peri-Peri), 피리피리(Piri-Piri)와 같이 포르투갈 요리에서 영감을 받은 소스의 수요가 증가하고 있으며, 이런 소스들은 칠리페퍼와 같이 아프리카와 아시아 요리의 요소를 특징으로 갖고 있습니다. 또한, 프라이드 치킨의 수요가 증가하면서 미국식 바비큐소스의 수요가 증가했습니다. 건강에 관심이 있는 소비자들은 소화가 잘 되지 않는 크림 기반 소스에서 벗어나 천연 요구르트와 과일로 만든 옵션을 선호하고 있습니다. 루이소스(Rouille)와 같은 전통적인 프랑스 지역 소스가 여전히 자리를 지키고 있지만, 다양하고 건강한 소스에 대한 선호도가 높아지는 추세입니다.

Q. 프랑스에서 가장 인기 있는 치킨소스 제품은 무엇인가요?

프랑스에서 인기 있는 치킨소스 브랜드는 다양한 제품이 있습니다. 우선 일반적으로 가장 인기 있는 제품은 K사의 치킨소스입니다. 해당 제품은 크림 같은 식감이며 닭고기의 풍미가 강합니다. 다른 주요 경쟁제품으로는 L사와 A사의 치킨소스가 있습니다. 바비큐소스 카테고리에서 가장 인기 있는 브랜드는 M사입니다. M사는 조미료 분야의 선두 브랜드로 치킨과 잘 어울리는 강렬하고 스모키한 맛이 나는 바비큐소스 브랜드입니다. 프리미엄 카테고리에서 인기 있는 소스는 C사의 소스입니다. 해당 장인 브랜드는 치킨 야생 버섯소스를 제공합니다. 포르치니와 파리산 버섯의 풍부한 감칠 맛이 특징이며 일반 브랜드보다 가격이 더 비쌉니다. 인기 있는 프랑스 치킨소스의 주요 특징은 닭고기와 조화를 이루는 크림이나 토마토와 같은 전통적인 재료가 포함된다는 것입니다. 또한, 프리미엄 소스에는 야생 버섯과 같은 천연 재료가 들어가는 것이 특징입니다.

33) 사진 자료: 까르푸(Carrefour)

Q. 프랑스 소비자들 사이에서 한국 음식과 소스에 대한 인식은 어떠한가요?

최근 몇 년간 프랑스에서는 갈비와 비빔밥 등을 중심으로 한식의 인기가 높아지고 있습니다. 하지만 프랑스 소비자들 사이에서 한국 음식과 소스에 대한 인식은 계속 변화하고 있으며, 일반적으로 한국 음식은 맵고 짠 음식이라는 인식이 많은 편입니다. 프랑스 소비자들은 한국 요리를 소스 중심이 아닌 재료 중심의 요리로 생각하며, 김치와 같이 독특하고 매콤한 채소 요리가 특징적이라고 생각합니다. 또한, 고추장과 쌈장 같은 한국식 바비큐소스는 대부분의 프랑스 소비자들에게 새로운 소스이며, 걸쭉한 식감 때문에 한국 요리에 익숙하지 않은 현지 소비자들은 거부감을 느낄 수 있습니다. 더욱이 미역, 절인 채소, 된장, 불고기 양념장과 같은 재료는 태국이나 베트남 요리와 같이 가벼운 아시아 요리에 더 익숙한 프랑스 소비자들의 입맛에 색다르게 다가옵니다. 프랑스 셰프가 한국 요리법을 응용하여 고급 음식점에서 판매하여 한식의 노출이 증가했지만, 한국 요리의 대중 시장 보급률은 상대적으로 낮습니다. 전반적으로 한국 요리와 걸쭉한 발효 소스 등이 인지도를 얻었지만, 여전히 많은 프랑스 소비자들에게 다른 아시아의 맛에 비해 생소한 제품으로 여겨지고 있습니다.

Q. 프랑스에서 한국산 치킨소스를 흔히 볼 수 있나요?

한국 요리와 재료가 대부분의 프랑스 소비자에게 덜 친숙하기에 프랑스에서는 한국산 치킨소스에 대한 인지도가 다른 아시아 소스보다 낮습니다. 고추장과 된장과 같은 전통 한국 소스는 프랑스 식료품점에서 널리 판매되고 있지는 않으며 아시안 마트에서 더 흔히 볼 수 있습니다. 한국의 일부 유명 프라이드치킨 가맹점에서 치킨소스를 프랑스에 출시했지만, 소량으로 진행되었습니다. 또한, 프랑스 셰프와 수입업체들이 한정판 한국 소스를 현지 음식 애호가에게 소개하여 어느 정도 인지도를 얻었지만, 제품은 여전히 틈새시장에 머물고 있습니다. 한국식 바비큐소스가 프랑스에서 어느 정도 주목을 받고는 있지만, 소비자들은 이를 일상용 조미료라기보다는 조리용 소스로 보는 경우가 많습니다. 한국산 소스는 전형적인 프랑스 소스보다 매콤하고 발효되었다는 점과 고추장과 같이 맛이 강한 제품은 일부 현지 소비자가 구매를 원하지 않을 수 있습니다. 최근 들어 갈비의 인기가 높아지고 건강에 좋은 김치에 관한 관심이 높아지고 있기에 시간이 지난다면 한국산 소스에 관한 관심도 높아질 가능성이 있습니다. 아직 한국산 치킨소스는 다른 아시아 소스보다 프랑스에서 상대적으로 덜 알려져 있으며 재고도 부족합니다.

Q. 프랑스에서 인기 있는 한국산 치킨소스의 가격대는 어떠한가요?

표준 프랑스산 브랜드나 K사, L사, A사, H사 등의 수입 브랜드의 가격은 250-500g 병당 1-3유로(1,401-4,203원³⁴⁾)입니다. 고급 프랑스 장인 브랜드의 경우 250g 병당 4-8유로(5,604-1만 1,209원)입니다. 현재 프랑스에서 한국 요리에 대한 인식이 제한적이라는 점을 고려한다면 한국 소스 신제품은 더 폭넓은 인지도를 얻을 때까지 150g-250g당 4-7유로(5,604-9,808원)로 가격을 잡아 프리미엄 카테고리 포지셔닝하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품은 달콤한 오리지널 치킨소스의 맛으로 순 중량은 400g입니다. 고객사 제품이 프랑스 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품의 달콤한 맛은 고소한 맛을 선호하는 전형적인 프랑스 음식에 잘 어울리지 않을 수 있습니다. 프랑스 소비자들은 치킨소스에서 진한 치킨의 맛을 기대하기에 허브가 균형을 이루는 섬세한 단맛이 더 적합할 것으로 보입니다. 프랑스에서 판매되는 유사한 제품이 250-500g당 1-3유로(1,401-4,203원)인 점을 고려하면, 400g 용량인 고객사 제품의 적절한 가격대는 2.50-3유로(3,503-4,203원)입니다. 또한, 고객사 제품의 용량인 400g은 표준 소스 용량입니다. 프랑스 소비자들은 일반적으로 200-500g 범위의 소스 용량을 구매합니다.

34) 1유로=1,401.12원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 프랑스에서 치킨소스 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요? 또한, 프랑스 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 맛 옵션으로 프랑스 시장에 출시되어야 할까요?

프랑스 시장에 맞는 새로운 치킨소스 제품을 개발할 때 특정 맛과 인증의 우선순위를 두는 것이 중요합니다. 첫 번째로 맛 프로파일은 풍부하고 고소한 닭고기 맛을 지향해야 하며, 허브, 향신료, 마늘을 사용하여 강렬한 맛을 내는 데 중점을 두어야 합니다. 크림 같은 식감부터 가볍고 자연스러운 식감까지 다양한 식감을 제공하여 소비자 선호도를 충족해야 합니다. 또한, 프로방스와 디종 지역의 겨자와 같이 프랑스의 지역 맛과 아시아의 칠리와 같은 글로벌 맛 사이에서 균형을 맞추는 것이 좋습니다. 프랑스에서 성공적인 치킨소스 제품을 만들기 위해 고려해야 하는 또 다른 사항에는 과도한 단맛보다 허브나 담백한 맛을 우선시하면서 닭고기 맛이 강하게 유지되도록 하는 것이 중요합니다. 하나의 맛이 다른 맛을 압도하지 않도록 균형을 위해 노력해야 합니다.

인증은 프랑스에서 신뢰와 시장 적합성을 확보하는 데 중추적인 역할을 합니다. 유기농 인증은 건강에 관심이 있는 소비자에게 매력적으로 다가가며 제품의 품질을 입증하기 위해 그 중요성이 점점 더 커지고 있습니다. Non-GMO 인증도 마찬가지로 가치 있는 인증입니다. 수입 제품의 경우 EU 유기농 인증과 동등한 기준을 준수해야 합니다. 필수 위생 및 식품 안전 인증도 취득해야 하며, 최소한의 가공과 성분의 투명성으로 '클린 라벨'을 유지하는 것이 필수적입니다.

Q. 고객사 제품은 400g 용량의 작은 용량으로 프랑스 시장에 진출할 예정입니다. 프랑스에서 해당 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

프리미엄 제품으로 위치를 잡기 위한 고급 식품 전문점을 추천합니다. 또한, 접근성과 비용 효율성을 위해 온라인 플랫폼도 좋은 유통채널이 될 수 있습니다. 음식에 정통한 고객 사이에서 샘플링하여 신뢰성을 높이기 위한 아티저널 델리카트슨(Artisanal Delicatessens)도 좋은 유통채널이 될 수 있습니다. 다양한 고객 기반에 더 넓은 가용성을 제공하고자 한다면 소규모 독립 식료품점을 추천합니다. 언급한 모든 채널에 제품을 유통한다면 현지 시장 침투와 접근성이 최적화될 것입니다.

Q. 프랑스 문화와 잘 어우러지는 치킨소스의 특징은 무엇인가요?

프랑스 문화와 어우러지는 치킨소스를 만들기 위해서는 몇 가지 특성을 고려해야 합니다. 무엇보다도 단 맛보다 고소한 맛을 우선시해야 하며 허브, 마늘, 머스타드와 같은 요소를 혼합하여 풍부한 맛을 제공해야 합니다. 식감의 다양성도 중요합니다. 크림 같은 스타일부터 가벼운 국물 기반 스타일까지 다양한 옵션을 선택하여 균형을 유지하면서 다양한 선호도를 충족할 수 있습니다. 또한, 이러한 소스에는 버섯, 와인, 허브 등 프랑스 전통 요리에 깊이 뿌리를 둔 재료가 포함되어야 하며 지역적 유대감과 진정성을 강조해야 합니다. 압도적인 맛을 피하고 균형 잡힌 맛은 프랑스 요리에서 높이 평가됩니다. 유기농 인증도 중요하지만, 라벨에만 집중하기보다는 고품질의 성분을 실제로 사용하는 데 중점을 두어야 합니다.

Q. 프랑스로 치킨소스를 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

프랑스에 식품을 성공적으로 수출하기 위해서는 규정 및 요구 사항을 필수적으로 준수해야 합니다. 우선, 모든 식품첨가물은 EU의 승인을 받아야 하며 제품 라벨에 명시되어야 합니다. 또한, 프랑스는 EU의 기준 외에도 추가적인 제한 사항을 요구합니다. 영양성분 표시는 라벨링의 필수 사항이며 100g당 성분 비교가 포함된 EU 지정 라벨 형식을 엄격히 준수해야 합니다. 제품은 소비자 안전을 보장하기 위해 EU 식품 안전 규정을 따라야 하며, 프랑스에서 고객사 제품을 '유기농'으로 판매하려는 경우 승인된 기관으로부터 유기농 인증을 받는 것이 중요합니다. 프랑스는 화학물질과 유전자 변형 성분에도 제한이 있다는 점을 유의해야 합니다. 또한, 프랑스 시장에 맞춰 포장과 라벨링을 모두 프랑스어로 작성하거나 정확한 번역을 해야 합니다. 프랑스로 제품을 수입하려면 관련 정부 기관으로부터 위생 증명서를 취득해야 합니다. 이러한 복잡한 규정과 세부 사항을 위해 철저한 사전조사가 필요하며 식품 구성, 안전 관리 시스템, 영양성분 표시 및 수입 프로토콜 등과 관련된 프랑스와 EU 규정을 준수하는 것을 권장합니다.

Interview ②

35)



마이프렌치그로서리
(My French Grocery)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2018년 설립
 - 샤텔라옹플라주에 위치한 소매업체
 - 취급 품목: 음료, 양념, 냉동식품 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Customer
Relations Manager

마이프렌치그로서리(My French Grocery) Customer Relations Manager

Q. 프랑스에서 치킨소스의 수요는 어떠한가요? 또한, 프랑스 치킨소스 시장 동향은 어떠한가요?

최근 프랑스의 소스 수요에는 주목할 만한 몇몇 변화들이 있습니다. 닭고기 요리에는 뵈르블랑(Beurre Blanc)이나 올랑데즈(Hollandaise)와 같은 전통적인 프랑스 소스가 여전히 인기가 많으며, 스위트 칠리와 데리아끼 같은 아시아풍 소스도 수요가 많아지고 있습니다. 또한, 소비자들은 설탕과 소금 함량이 적은 제품을 선호하기에 대량 생산된 소스보다 장인이 만든 소스를 더 찾습니다. 튀김 요리의 경우, 아올리(Aioli)나 허브 버터와 같은 대표적인 소스가 꾸준히 선호되며, 매콤하고 여러 나라의 영향을 받은 소스의 수요가 증가하고 있습니다. 음식점 요리와 가정식 모두에서 세계의 다양한 맛을 추구하는 트렌드가 번지고 있습니다.

Q. 프랑스에서 가장 인기 있는 치킨소스 제품은 무엇인가요?

A브랜드의 바비큐소스는 닭고기 요리와 잘 어울리며 은은한 단 맛을 선사합니다. A브랜드는 사용하기 쉬운 다양한 소스로 유명한 프랑스의 주요 브랜드입니다. K브랜드의 기본 소스는 쇠고기용으로 생산되었지만, 닭고기에도 사용할 수 있습니다. 토마토와 야채 등의 재료로 만든 풍부한 풍미가 특징입니다. B브랜드는 프리미엄 소스로 유명한 프랑스 브랜드로 전통적인 프랑스 소스로 식사에 즐거움을 더 해주는 다양한 옵션을 제공합니다. 또한, 프리미엄 재료를 통해 풍부하면서도 균형 잡힌 맛을 선사합니다. B브랜드의 부르고뉴소스는 쇠고기와 닭고기 요리에 적합하며, 풍부한 부르고뉴 와인의 풍미가 특징입니다. 주로 해산물 요리에 곁들이는 B브랜드의 타르타르소스는 신선한 허브가 첨가되었으며, 크림 같은 식감을 가지고 있습니다. 일반적으로 A브랜드, K브랜드와 B브랜드와 같이 인기 있는 프랑스 소스 브랜드는 닭고기는 물론 다른 고기의 맛을 더 좋게 하는 다목적 소스를 판매합니다. 해당 브랜드들의 소스에는 일반적으로 전통적인 프랑스 조미료와 재료를 사용합니다.

35) 사진 자료: 마이프렌치그로서리(My French Grocery)

Q. 프랑스 소비자들 사이에서 한국 음식과 소스에 대한 인식은 어떠한가요?

한국 음식은 프랑스에서 인기를 얻고 있지만 다른 아시아 음식보다 상대적으로 틈새시장에 있습니다. 김치는 매콤함과 독특한 발효된 맛이 특징인 가장 잘 알려진 한국 음식입니다. 초반에 일부 소비자들은 김치 맛이 특이하다고 느꼈지만, 최근 들어 젊은 세대는 김치의 맛을 높이 평가하고 있습니다. 프랑스 소비자들은 비빔밥, 불고기, 한국식 바비큐 등 한국 요리에 점점 익숙해지고 있으며, 들어가는 재료가 많아 맛이 풍부하고 깊다는 인식이 있습니다. 또한, 프랑스 소비자들은 간장에 대해 보편적으로 이해하고 있습니다. K-Pop 문화, 한식당, TV 쇼의 영향으로 특히 젊은 소비자들 사이에서 새로운 한국 요리와 소스에 관심을 두기 시작했습니다. 한식에 대한 전반적인 관심은 높아지고 있지만, 여전히 중식이나 일식보다는 친숙하게 느끼지 않으며, 주로 큰 도시에서 수용도와 인지도가 더 높습니다.

Q. 프랑스에서 한국산 치킨소스를 흔히 볼 수 있나요?

현재 프랑스에서의 한국산 치킨소스에 대한 인지도는 상당히 제한적입니다. 주로 닭고기와 곁들여 먹는 한국식 치킨소스는 프랑스 소비자들에게 생소합니다. 간장과 같은 기본적인 아시아 소스와는 달리 한국산 소스는 현지 슈퍼마켓에서 눈에 띄게 소개되지 않으며 별도의 설명이 없습니다. 한국산 소스에 대한 노출은 여전히 상대적으로 드물고 주요 도시에서 몇 안 되는 한식당을 통해서만 이루어집니다. 또한, 글로벌 식품 트렌드에 관심이 있는 도시에 거주하는 젊은 프랑스 소비자층에서는 어느 정도의 인지도가 있지만, 더 확립된 다른 아시아 요리보다 대중적인 인지도는 여전히 낮습니다.

Q. 프랑스에서 인기 있는 한국산 치킨소스의 가격대는 어떠한가요?

한국산 치킨소스는 일반적으로 270-290g당 3.43-3.97달러(4,369-5,057원³⁶⁾)입니다. A브랜드와 K브랜드의 소스는 약간 저렴한 290g당 3.43-3.65달러(4,369-4,649원)이며, B브랜드의 제품은 270g당 3.97달러(5,057원)입니다.

36) 1달러=1,273.80원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품은 달콤한 오리지널 치킨소스의 맛으로 순 중량은 400g입니다. 고객사 제품이 프랑스 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

달콤한 치킨소스는 단맛과 고소한 맛이 균형을 이루고 성분의 투명성이 유지되는 한 프랑스 시장에서 인기를 얻을 것으로 보입니다. 프랑스 소비자들의 입맛에 처음에는 강렬할 수도 있지만, 제품에는 잠재력이 있습니다. 가격은 경쟁력을 유지하기 위해 400g당 3-4유로(4,203-5,604원) 범위에 있어야 하며, 신규 소비자를 유치하기 위해 가격을 더 낮추는 것도 방법입니다. 400g의 순 중량은 프랑스 소스 용기의 표준에 맞으며 매장 내에서 선반 배치가 쉽습니다. 프랑스 소비자의 신뢰를 얻으려면 HACCP 식품 안전 인증을 획득하고 성분 추적성을 보장하는 것이 필수입니다. 또한, 한국 치킨소스의 맛이 낯설 수 있기에, 프랑스 시장 초기 진출을 위해 적절한 가격과 포장에 이루어져야 합니다. 보수적인 소비자를 끌어들이기 위해 한국의 맛 소개와 생소한 재료의 명확한 라벨링을 하는 것이 성공적인 제품 출시로 이어질 것입니다. 꾸준한 마케팅을 통해 인지도와 수요가 증가할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 프랑스에서 치킨소스 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요? 또한, 프랑스 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 맛 옵션으로 프랑스 시장에 출시되어야 할까요?

치킨소스의 맛은 식초나 감귤류와 같은 재료의 미묘한 산미가 첨가되고 풍부한 풍미와 고소함이 균형을 이루어야 합니다. 과도하게 단맛이 나는 것을 지양해야 하며 버섯, 토마토 등 감칠맛이 풍부한 성분의 맛을 강조하는 것을 추천합니다. 또한, 천연 성분을 사용했다는 점을 부각하기 위해 조미료를 거의 사용하지 말아야 합니다. 유기농 및 Non-GMO 식품 인증은 건강에 관심이 있는 소비자를 만족하게 하는 데 중요합니다. 방부제가 없는 제품의 품질을 위해 신선한 재료를 사용하는 것이 중요합니다.

Q. 고객사 제품은 400g 용량의 작은 용량으로 프랑스 시장에 진출할 예정입니다. 프랑스에서 해당 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

새로운 맛을 탐구할 의지가 있는 다양한 고객층이 이용하는 수입식품 전문점을 활용하는 것부터 시작하세요. 아시안 마트를 타겟으로 하는 것도 전략적인 것입니다. 해당 채널을 통해 한국 음식에 익숙한 커뮤니티를 활용할 수 있기 때문입니다. 또한, 식품 서비스 공급업체 등과 같이 셰프 중심의 유통업체와 파트너십을 구축해야 합니다. 이러한 채널들은 해당 제품을 전문 셰프에게 소개하여 피드백과 홍보를 할 뿐만 아니라, 요식업계에서 신뢰도를 높이는 데도 도움이 됩니다. 마지막으로, 전국적으로 서비스를 제공하고 더 넓은 소비자들을 기반으로 고객사 제품을 소개할 수 있는 온라인 플랫폼을 빼놓아서는 안 됩니다.

Q. 프랑스 문화와 잘 어우러지는 치킨소스의 특징은 무엇인가요?

프랑스 문화에 맞게 치킨소스를 고급 재료로 선보이기 위해서는 세련되고 은은한 맛이 우선되어야 합니다. 백리향, 타라곤, 월계수 잎과 같은 신선한 허브를 첨가하여 뚜렷한 프랑스 에센스를 전달해야 합니다. 4-6개의 고품질 구성 성분이 들어가는 것을 선호합니다. 치킨소스는 닭고기 요리의 자연스러운 맛을 해치지 않으면서 다양한 용도로 사용할 수 있어야 합니다. 또한, 지역 특산물을 이용하여 소스를 만들면 제품에 진정성이 더해져 프랑스 소비자들의 선호도를 높일 수 있습니다. 프랑스 문화와 잘 어우러지는 치킨소스는 품질, 허브와 같은 향, 다양성, 친숙함을 중요하게 고려하여 만들어야 합니다.

Q. 프랑스로 치킨소스를 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

식품을 프랑스로 수출할 때 법적 요구 사항을 준수하는 것이 필수적입니다. 우선 모든 제품 라벨과 포장은 성분 목록, 영양 데이터 및 보관 지침을 프랑스어로 작성해야 합니다. 식품첨가물의 사용은 프랑스 식품위생노동청(ANSES)에 의해 규제되며, 승인된 첨가물만 허용됩니다. 영양 정보는 일반적으로 100g당 Codex 형식을 따라야 하며 정확성을 위해 인증된 실험실에서 검사해야 할 수도 있습니다. 또한, 고객사 제품에 14가지 주요 EU 알레르기 유발 물질이 포함된 경우 명확한 라벨링이 필수입니다. 안전, 위생 및 품질과 관련된 표준을 포괄하는 EU 식품 안전 규정을 준수하는 것이 필수적입니다. 마지막으로, 식품 접촉 물질 규정을 준수하기 위해 식품 포장에 승인된 재료만 사용해야 합니다.

Interview ③

37)



오상
(Auchan)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1961년 설립
 - 크화에 위치한 소매업체
 - 취급 품목: 냉동식품, 해산물, 고기
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sector Sales Manager

오상(Auchan) Sector Sales Manager

Q. 프랑스에서 치킨소스의 수요는 어떠한가요? 또한, 프랑스 치킨소스 시장 동향은 어떠한가요?

치킨소스의 수요가 전반적으로 증가하고 있으며 앞으로도 수요가 더욱 늘어날 것으로 보입니다. 소비자들이 신선한 재료로 만든 제품, 특히 인공 첨가물이나 방부제가 없는 제품을 점점 더 찾으면서 치킨소스의 수요도 커지고 있습니다. 이러한 동향은 건강한 식습관에 대한 소비자 인식이 변화되면서 생겨났습니다. 프랑스 소비자들은 아시안 소스, 멕시코 소스 등 다양한 종류의 소스를 선호하며 장인이 직접 만든 소스, 고급 재료로 만든 소스 등 프리미엄 제품에 관한 관심도 높아지고 있습니다.

Q. 프랑스에서 가장 인기 있는 치킨소스 제품은 무엇인가요?

A사의 바비큐소스 제품은 고수, 마늘, 칠리 향이 특징인 알제리 소스를 제공하여 닭고기나 고기 요리와 함께 먹을 수 있는 매콤한 소스입니다. A사는 독특하고 풍미 가득한 소스 옵션들을 보유하고 있습니다. B사는 고품질 소스와 조미료로 유명한 브랜드입니다. 해당 브랜드에서 가장 인기 있는 소스는 계란, 화이트 와인, 식초, 타라곤 등의 재료로 만든 전통 프랑스 소스입니다. 이 소스는 종종 고기나 닭고기와 함께 먹으며 풍부하고 크림 같은 식감에 약간 툭 쏘는 맛을 제공합니다. 소스와 보존 식품 분야의 세계적인 선두업체인 H사는 클래식 바비큐소스의 프리미엄 제품을 제공합니다. 미국의 유명한 소스에서 영감을 받은 H사의 클래식 바비큐소스는 멀치, 파르메산, 머스타드가 어우러져 균형 잡힌 맛으로 유명합니다. 전통적인 바비큐 맛에 독특한 반전을 주어서 구운 닭고기 요리에 자주 사용됩니다. 프랑스의 인기 소스는 현지 요리와 국제적인 요리의 영향을 받아 다양한 맛을 보여줍니다. 고품질의 재료, 고기나 닭고기와 페어링할 수 있는 다양성, 전통 조리법을 보존하려는 점이 주요 특징입니다.

Q. 프랑스 소비자들 사이에서 한국 음식과 소스에 대한 인식은 어떠한가요?

최근 몇 년 동안 프랑스 전역에 한식당이 늘어나고 K-Pop의 영향으로 한식이 인기를 얻었지만, 여전히 많은 프랑스 소비자들에게는 새롭고 생소한 음식입니다. 비빔밥, 불고기, 한국식 프라이드 치킨과 같은 일반적인 요리는 프랑스 대중에게 한국의 맛을 보여줬지만, 전통 요리는 상대적으로 알려지지 않았습니다. 고추장, 고춧가루, 된장과 같은 한국 소스는 유럽인의 입맛에 새롭고 독특한 맛을 제공합니다. 또한, 일부 현지 소비자들은 한국 음식을 너무 기름지거나 맵다고 인식합니다. 신선한 재료로 만든 정통 한국 가정식을 먹어본 프랑스 사람들은 한식의 다양성, 기술, 건강함을 높게 삽니다.

Q. 프랑스에서 한국산 치킨소스를 흔히 볼 수 있나요?

프랑스에서는 한국산 치킨소스에 대한 인지도가 낮은 편입니다. 일부 아시안 마트에서는 이미 한국 요리에 익숙한 소비자들을 위한 제품을 제공하지만 다른 유통채널에서는 가용성이 부족합니다. 고추장과 같은 소스가 인지도를 얻고 있지만, 온라인 플랫폼을 넘어 광범위한 슈퍼마켓에 유통까지 이어지지는 않았습니다. 한국 음식과 문화에 대한 프랑스인의 관심이 꾸준히 커지면서 한국 전통 소스의 맛의 인지도, 수요와 매장 재고가 앞으로 증가할 가능성이 있습니다.

Q. 프랑스에서 인기 있는 한국산 치킨소스의 가격대는 어떠한가요?

수입 아시아 소스와 현지 치킨소스는 일반적으로 할인점에서 300-500g에 1-2유로(1,401-2,802원), 일부 슈퍼마켓에서 200-400g에 1.50-3.50유로(2,102-4,904원), 150g에 3-6유로(4,200-8,400원)로 판매하고 있습니다. 아시안 마트에서는 350g 용량의 병을 구매하실 수 있으며 온라인으로 구매하면 비슷한 용량의 경우 2.50-5유로(3,503-7,005원)입니다. 소규모 프랑스 장인 생산업체는 현지 시장에서 250-450g의 소스를 4-8유로(5,604-1만 1,209원)에 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 달콤한 오리지널 치킨소스의 맛으로 순 중량은 400g입니다. 고객사 제품이 프랑스 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품의 달콤한 맛은 달콤한 소스보다 고소한 맛의 소스를 선호하는 프랑스인의 입맛을 사로잡기에는 어려움이 있을 수 있습니다. 달콤함과 고소함 사이에서 균형을 이루는 맛으로 조정하면 수요가 생길 것입니다. 전체 용량 443g에 순 중량 400g은 적합하며, 특히 프랑스에서는 음식물 쓰레기에 대한 우려가 커지고 있기에 제품의 순 중량을 중요하게 고려합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 프랑스에서 치킨소스 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요? 또한, 프랑스 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 맛 옵션으로 프랑스 시장에 출시되어야 할까요?

프랑스 문화에 맞는 치킨소스 제품을 만들려면 고소한 풍미를 우선시하고, 과하지 않은 크림 같은 식감을 강조하며, 재료의 성분들을 잘 결합하는 것이 중요합니다. 완전하고 조화로운 맛을 보장하면서 균형을 맞추는 것이 필수적입니다. HACCP 인증은 EU 내 유통에 있어 중요하지만, 더 많은 인증을 갖춘다면 현지 시장에서의 신뢰도를 더욱 강화할 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품은 400g 용량의 작은 용량으로 프랑스 시장에 진출할 예정입니다. 프랑스에서 해당 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

400g 소형 제품 출시에 가장 적합한 유통채널은 새로운 제품에 대한 열린 마음과 높은 가격을 낼 의지가 있는 소비자들이 이용하는 고급 식품 전문점입니다. 온라인 고급 식품 소매업체는 더 높은 접근성을 제공하며 고급 샐러티리와 델리 매장은 프리미엄 제품을 취급하는 유통채널입니다. 재고 문제 때문에 시장 진출 초기에는 슈퍼마켓에서 유통하는 것을 피하기를 추천합니다. 고급 채널에서 제품 유통을 시작하면 프리미엄 포지셔닝, 피드백 수집과 점진적인 확장이 가능하며, 성장을 위해서 도매업체와의 파트너십도 가능할 것입니다.

Q. 프랑스 문화와 잘 어우러지는 치킨소스의 특징은 무엇인가요?

프랑스 요리는 소스에 과도한 단맛보다는 허브와 향료의 사용을 중시합니다. 따라서 타라곤, 백리향, 파슬리와 같은 허브를 첨가한 치킨소스는 향이 좋은 소스를 선호하는 프랑스인의 입맛에 잘 맞습니다. 또한, 프랑스 요리는 다양성을 중시하기에 다양한 요리와 잘 어울리는 치킨소스는 프랑스 음식 철학과 일치합니다. 프랑스 소비자들은 장인의 제품, 높은 기준과 같이 프리미엄 품질 보장이 되는 제품에 높은 가치를 부여합니다. 이러한 특성을 보여주는 치킨소스는 장인정신과 식품의 우수성을 중시하는 프랑스 요리의 전통과 이어집니다.

Q. 프랑스로 치킨소스를 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

제품은 품질, 안전 및 위생 표준을 포함하는 프랑스 식품 안전 규정을 준수해야 합니다. 종합적인 성분 및 영양 표시가 필수이므로 첨가물을 포함한 모든 성분의 정확한 명시가 필요합니다. 모든 수입품은 검역을 위해 프랑스 세관에 신고해야 합니다. 또한, 제품의 포장과 라벨링은 프랑스어로 작성되어야 하며 표준화된 EU 템플릿과 크기를 준수해야 합니다. 상용화 과정에 걸쳐 당국은 규정 준수 여부를 확인하기 위해 검사를 실행할 수 있으며, 과정에 방해가 되지 않도록 이러한 규정을 엄격히 준수하는 것이 중요합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



시장수요

프랑스 對 한국 치킨소스 수입, 높은 증가세



프랑스 소스 및 향신료 시장규모는 향후 5년간 3.0%씩 증가할 것으로 전망되며, 기타 소스 시장규모는 향후 5년간 3.0%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 2103.90의 프랑스 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 9.0%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 27.7%씩 증가함. 한편, 2022년 기준 프랑스의 치킨소스 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 벨기에의 연평균성장률은 8.6%를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 프랑스 내 치킨소스의 수요가 전반적으로 증가하고 있다고 답변함. 또한, 프랑스 내 소비자들 사이에서 닭고기 요리에는 뷔르블랑(Beurre Blanc)이나 올랑데즈(Hollandaise)와 같은 전통적인 프랑스 소스가 여전히 인기가 많으며, 스위트 칠리와 데리야끼 같은 아시아풍 소스의 인기도 확인됨



소비 특징 ①

프랑스 치킨소스 시장 내 '커리소스', '간장' 인기 높음



프랑스 온라인 쇼핑몰 판매 치킨소스 경쟁제품 키워드 분석 결과, 커리소스가 가장 인기가 많은 것으로 확인됨. 이외에도 간장과 바베큐소스 관련 제품도 빈출되며 아시아풍 소스가 인기가 있는 것으로 확인됨

프랑스 치킨소스 시장 내 경쟁브랜드 관련 키워드로는 아시아풍 소스를 만드는 프랑스 현지 기업인 타노시가 빈출됨. 또한, 아시아 태생의 수입 브랜드인 아얌, 이금기 등의 키워드도 다수 도출됨. 한국 브랜드 중에서는 불닭볶음면 인기의 영향으로 삼양 관련 키워드가 확인됨

프랑스 온라인 쇼핑몰 치킨소스 경쟁제품



소비 특징 ②

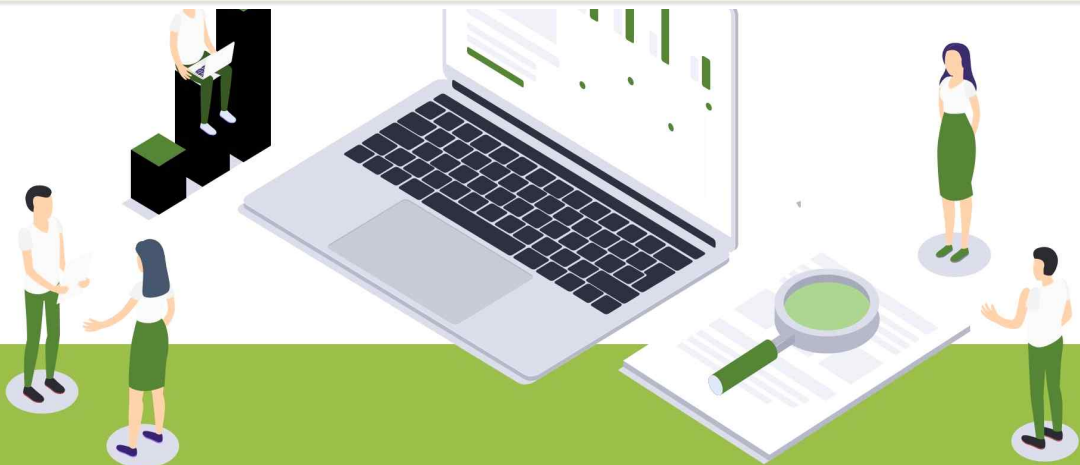
'마늘', '후추' 등의 제품 맛/성분 키워드 다수



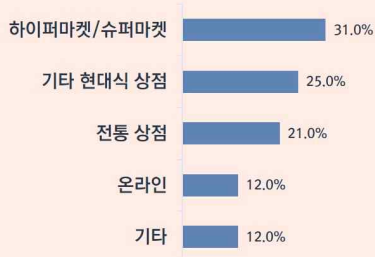
프랑스 온라인 쇼핑몰 판매 치킨소스 제품 맛/성분 키워드 분석 결과, '마늘' 관련 키워드가 가장 많이 도출됨. 또한, 프랑스 내 최근 한국 대중매체의 인기로 매운 맛에 대한 관심이 증가하여, 핫소스와 같은 매운 소스에 대한 관심도 증가하고 있는 것으로 확인됨

프랑스 치킨소스 시장 내 '치킨과 어울리는' 홍보문구를 가장 많이 사용하는 것으로 확인됨. '일본산', '한국산', '아시아풍' 등 아시아풍 소스임을 강조하는 제품 홍보문구도 다수 확인됨. 또한, 프랑스는 비거니즘을 선도하고 있는 국가 중 하나로, '비건' 관련 홍보문구도 확인됨

프랑스 온라인 쇼핑몰 치킨소스 맛/성분



프랑스 치킨소스 유통 비중



유통채널



프랑스 치킨소스를 비롯한 식물 소매유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓(31.0%)이 가장 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 기타 현대식 상점(25.0%), 전통 상점(21.0%), 온라인(12.0%), 직판매, 비매장 형태의 채널을 포함한 기타(12.0%) 채널이 프랑스 내 치킨소스의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 프랑스 내 치킨소스의 주요 유통채널은 대형 슈퍼마켓, 고급 수입식품 전문점, 아시안 마트, 온라인 플랫폼 등이라고 답변함

진입장벽

- ▶ Point 1) 수출업자 세관등록(EORI) **必**
- ▶ Point 2) 공인경제운영인(AEO) 취득 권장
- ▶ Point 3) HACCP 인증 권장



프랑스로 치킨소스 수출 시, 협정세율에 따라 0%가 적용됨. 또한, 프랑스로 식품 수출 시, 수출입업자 사전 세관등록(EORI)을 통해 번호를 발급받아야 함. 공인경제운영인(AEO) 제도를 활용하여 통관 절차를 간소화할 수 있음

품질 인증의 경우, HACCP, ISO 22000, IFS 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 반드시 프랑스어로 표기해야 하고, 유럽 연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능하며, 스티커 형태의 라벨 부착도 가능함

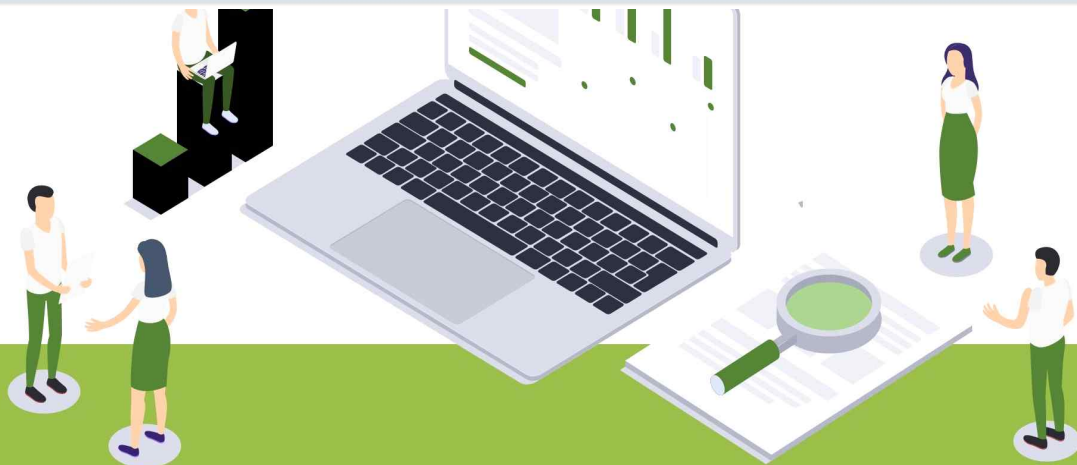
수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 프랑스 내 치킨소스의 주요 구매 요인은 프랑스 문화에 맞는 세련되고 은은한 맛이라고 답변함. 월계수 잎과 같은 신선한 허브를 첨가하고 고품질의 구성 성분을 배합하여 제품의 맛에 주력할 것을 추천함. 또한, 지역 특산물을 이용하여 소스를 만들어 프랑스 소비자들의 선호도를 높일 수 있다고 답변함

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 달콤한 맛은 고소한 맛을 선호하는 프랑스 소비자들에게 큰 선호를 얻지 못할 수 있다고 답변함. 따라서 단 맛과 고소한 맛이 적절한 균형을 이룰 수 있도록 보완하고, 버섯, 토마토 등 감칠 맛이 풍부한 성분의 맛을 강조하는 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_South Korea」, 2023.08
3. 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_France」, 2023.08
4. 식품음료신문, 「세계 소스 시장, 건강·친환경 제품 수요 증가 속 한국산에 관심」, 2022.03
5. 스태티스타(Statista), 「Other Sauces_South Korea」, 2023.08
6. 스태티스타(Statista), 「Other Sauces_France」, 2023.08
7. 헤럴드경제, 「판 키지는 서유럽 소스시장, 현지생산 K-소스 잘 나가네 [aT와 함께하는 글로벌푸드 리포트」, 2023.07
8. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
9. 스태티스타(Statista), 「Sales channels favored by French people for sustainable food shopping from 2019 to 2021」, 2022
10. EU 법령포털(EUR-LEX), 「REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL」, 2011
11. 한국농수산식품유통공사, 「2020년 EU 식품 라벨링 제도」, 2020.11
12. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템, 「글로벌 식품안전 브리프 제3호」, 2021.08
13. KATI농식품수출정보, 「유럽연합, 쇠고기, 커피 등 산림 별채로 생산되는 식품의 수입을 규제하는 산림 전용 방지 규정 시행」, 2023.06
14. KATI농식품수출정보, 「EU 국경통제소에서 공식 통제가 면제되는 복합식품 목록 개정안 발표(2023년 9월 21일 발표)」 2023.09
15. EU 집행위원회(EC: European Commission), 「(EU) 2023/1674」, 2023.06

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 아마존 프랑스(Amazon France) (amazon.fr)
4. 칸타(Kantar) (www.kantar.com)
5. 르플레어(E.Leclerc) (www.e-leclerc.com)
6. 농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
7. 지디오뉴스(GDO News) (www.gdonews.it)
8. 까르푸(Carrefour) (www.carrefour.fr)
9. 오상(Auchan) (www.auchan.fr)
10. 엘에스에이(LSA) (www.lsa-conso.fr)
11. 인터마르쉐(Intermarché) (www.intermarche.com)
12. 레무스케테르(Le Mousquetaires) (www.mousquetaires.com)
13. 리테일디테일이유(RetailDetail EU) (www.retaildetail.eu)
14. 알티어(RTE) (www.rte.ie)
15. 시티파르마(Citypharma) (pharmacie-citypharma.fr)
16. 몽주약국(Pharmacie Monge) (pharmacie-monge.fr)
17. 까르트레파마시즈(Carte des Pharmacies) (www.carte-des-pharmacies.com)
18. 맵스터(Mapstr) (mapstr.com)
19. 케이마트(K-Mart) (www.k-mart.fr)
20. 케이마트(K-Mart) 페이스북 (www.facebook.com/kmartfrance1/)
21. 엠지피에너지솔루션(MGP Energy Solutions) (mgpenergysolutions.com)
22. 파리스토어(Paris Store) (paris-store.com)
23. 빠주존느(Pages Jaunes) (www.pagesjaunes.fr)
24. 타임아웃파리(TimeOut Paris) (www.timeout.fr)
25. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
26. 씨디스카운트(Cdiscount) (www.cdiscount.com)
27. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

28. 관세청 (www.customs.go.kr)
29. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
30. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
31. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
32. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
33. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템 (foodlaw.foodinfo.or.kr)
34. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
35. 마이프렌치그로서리(My French Grocery) (my-french-grocery.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.06

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