

2023 농식품 수출국가 정보조사 「이탈리아」

2023.12.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對이탈리아 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 | 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2023년 추정치)	61,021,855명, 전 세계 24위
민족구성	이탈리아인(북쪽에는 독일계, 프랑스계, 슬로베니아계, 남쪽에는 알바니아계, 그리스계, 이탈리아계의 소규모 집단 포함)
언어	이탈리아어, 독일어, 프랑스어, 슬로베니아어
종교 (2020년 추정치)	기독교 80.8%(매우 작은 집단의 여호와의 증인과 개신교), 이슬람교 4.9%, 무교 13.4%, 기타 0.9%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 12.08% (남성 3,772,041/여성 3,600,946) 15~64세: 64.61% (남성 19,430,217/여성 19,997,042) 65세 이상: 23.31% (남성 6,248,663/여성 7,972,946)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 46.5세, 전 세계 5위 남성: 45.4세 여성: 47.5세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$2.478조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 12위 \$2.322조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$2.553조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	6.74% (2021년 추정치), 전 세계 63위 -9.04% (2020년 추정치) 0.48% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$41,900 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 44위 \$39,100 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$42,700 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	2.1% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	3.9% (2011년 추정치)
주요 생산품	우유, 포도, 밀, 옥수수, 토마토, 사과, 올리브, 사탕무, 오렌지, 쌀 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<이탈리아의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
(EU) (발효) Western Balkans, 알제리, 안도라, CARIFORUM, 아르메니아, 아르제바이잔, SADC, Central America, 캐나다, 칠레, 콜롬비아, 에콰도르, 페루, ESA, West Africa, 이집트, 페로 제도, 피지, 조지아, 아이슬란드, 이스라엘, 이라크, 일본, 요르단, 카자흐스탄, 코소보, 레바논, 리히텐슈타인, ESA, 멕시코, 몰도바, 모로코, 노르웨이, 팔레스타인 당국, 파푸아뉴기니, 마다가스카, 사모아, 산마리노, 싱가포르, 솔로몬제도, 남아프리카, 한국, 스위스, 튀니지, 튀르키예, 우크라이나, 베트남, 영국 (서명 및 타결) Mercosur, 베냉, 토코, 부르키나파소, EAC, 카보베르데, 감비아, 기니, 기니비소, 아이티, 라이베리아, 말리, 모리타니, 니제르, 나이지리아, 세네갈, 시에라리온	호주, 중국, 인도네시아, 뉴질랜드, 필리핀	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
한-EU FTA	해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

이탈리아 식품 시장은 2018년 1,649억 달러에서 연평균 3.2% 성장하여 2022년 1,868억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 276억 달러에서 연평균 2.9% 성장하여 2022년 309억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 16.6% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 시장규모는 2018년 242억 달러에서 연평균 3.5% 성장하여, 2022년 277억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 14.8% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 238억 달러에서 연평균 3.5% 성장하여, 2022년 273억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 14.6% 비중을 차지하고 있다.

<이탈리아 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	164.9	158.6	164.0	177.7	186.8	100.0	5.1	3.2
육류	27.6	26.6	27.1	29.1	30.9	16.6	6.5	2.9
채소류	24.2	23.2	24.0	26.1	27.7	14.8	6.3	3.5
스낵류	23.8	22.8	23.6	25.6	27.3	14.6	6.3	3.5
낙농품	22.1	21.2	21.9	23.7	25.3	13.5	6.5	3.4
베이커리 및 곡물류	19.1	18.3	18.9	20.5	20.6	11.0	0.3	1.8
과일 및 견과류	16.3	15.7	16.3	17.7	18.7	10.0	5.6	3.6
수산물	14.8	14.3	14.8	16.2	16.7	8.9	3.3	3.1
유지류	5.7	5.5	5.7	6.3	6.3	3.4	0.5	2.5
편의식품	5.2	5.0	5.2	5.7	6.1	3.3	7.4	4.2
펫푸드	3.0	3.0	3.4	3.5	3.7	2.0	5.4	6.0
소스 및 향신료	1.4	1.3	1.3	1.5	1.6	0.8	6.2	3.5
영유아식품	1.3	1.3	1.2	1.3	1.3	0.7	1.5	1.4
스프레드 및 당류	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.4	4.7	2.0

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

이탈리아의 1인당 식품 소비액은 2018년 2,720달러에서 연평균 3.3% 성장하여 2022년 3,100달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 455달러에서 연평균 3.0% 성장하여 2022년 약 513달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 16.6% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비액은 2018년 약 398달러에서 연평균 3.6% 성장하여 2022년 약 459달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.8% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 392달러에서 연평균 3.6% 성장하여 2022년 약 452달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 14.6% 비중을 차지하고 있다.

<이탈리아 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,720.0	2,620.0	2,712.0	2,944.0	3,100.0	100.0	5.3	3.3
육류	455.5	439.0	447.8	481.2	513.3	16.6	6.7	3.0
채소류	398.4	382.8	396.7	431.7	459.8	14.8	6.5	3.6
스낵류	392.2	376.8	390.4	424.7	452.4	14.6	6.5	3.6
낙농품	365.1	349.8	361.7	392.9	419.3	13.5	6.7	3.5
베이커리 및 곡물류	315.7	302.6	312.8	339.6	341.2	11.0	0.5	2.0
과일 및 견과류	268.2	258.5	268.8	293.4	310.4	10.0	5.8	3.7
수산물	243.8	235.3	244.9	267.7	277.2	8.9	3.5	3.3
유지류	93.9	90.8	94.6	103.6	104.3	3.4	0.7	2.7
편의식품	85.3	82.5	86.0	94.1	101.2	3.3	7.5	4.4
펫푸드	48.6	49.9	56.0	58.6	62.0	2.0	5.7	6.3
소스 및 향신료	22.2	21.4	22.2	24.2	25.8	0.8	6.4	3.8
영유아식품	20.8	20.7	20.2	21.7	22.1	0.7	1.8	1.5
스프레드 및 당류	10.2	9.7	9.8	10.5	11.2	0.4	5.9	2.3

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

이탈리아의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 662kg으로 연평균 0.6% 성장하여 2022년 약 678kg으로 집계되었다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 198kg에서 연평균 0.9% 성장하여 2022년 약 206kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 30.4% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 110kg에서 연평균 0.5% 감소하여 2022년 108kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 15.9% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 약 95kg에서 연평균 1.2% 성장하여 2022년 약 100kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 14.9% 비중을 차지하고 있다.

<이탈리아 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	662.1	664.5	672.8	678.4	678.1	100.0	0.0	0.6
채소류	198.6	199.1	201.8	203.7	206.1	30.4	1.2	0.9
베이커리 및 곡물류	110.4	110.7	112.2	113.0	108.0	15.9	-4.4	-0.5
낙농품	95.9	96.8	98.4	99.7	100.8	14.9	1.2	1.2
과일 및 견과류	94.0	92.5	92.7	92.7	93.2	13.7	0.5	-0.2
스낵류	50.0	50.5	51.4	51.9	52.6	7.8	1.3	1.3
육류	41.5	42.1	42.4	42.5	43.1	6.4	1.6	1.0
펫푸드	21.7	22.4	22.5	22.5	22.5	3.3	0.4	1.0
편의식품	14.9	15.4	15.9	16.3	16.7	2.5	2.6	2.9
유지류	15.1	15.1	15.4	15.6	14.8	2.2	-5.1	-0.6
수산물	12.1	12.1	12.3	12.4	12.2	1.8	-1.9	0.1
스프레드 및 당류	3.1	3.1	3.1	3.1	3.1	0.5	0.6	0.1
소스 및 향신료	2.8	2.8	2.9	2.9	2.9	0.4	1.0	1.0
영유아식품	2.0	2.0	1.9	2.1	2.0	0.3	-1.0	0.7

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

이탈리아 식품 시장은 2022년 이후 연평균 3.7% 성장하여 2026년 2,158억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.3% 성장하여 2026년 365억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.2% 성장하여 2026년 322억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

채소류

채소류 시장규모는 2022년 이후 연평균 3.2% 성장하여 2026년 314억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<이탈리아 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	186.8	194.2	201.7	208.9	215.8	100.0	3.3	3.7
육류	30.9	32.5	33.8	35.2	36.5	16.9	4.0	4.3
스낵류	27.3	28.3	29.7	31.1	32.2	14.9	3.5	4.2
채소류	27.7	28.7	29.6	30.5	31.4	14.6	3.0	3.2
낙농품	25.3	26.3	27.6	28.9	30.2	14.0	4.6	4.6
베이커리 및 곡물류	20.6	21.4	22.0	22.6	23.3	10.8	2.8	3.1
과일 및 견과류	18.7	19.3	19.8	20.3	20.8	9.6	2.3	2.6
수산물	16.7	17.3	17.9	18.4	18.9	8.7	2.5	3.1
유지류	6.3	6.5	6.8	7.1	7.3	3.4	2.8	3.7
편의식품	6.1	6.4	6.6	6.9	7.1	3.3	3.2	3.9
펫푸드	3.7	3.8	3.9	4.0	4.1	1.9	2.0	2.3
소스 및 향신료	1.6	1.6	1.7	1.7	1.8	0.8	2.9	3.1
영유아식품	1.3	1.4	1.4	1.5	1.6	0.7	5.4	4.2
스프레드 및 당류	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.4	2.7	3.5

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 이탈리아의 식품 수출액은 약 642억 3,174만 달러로 2021년 대비 2.6% 증가하였다. 또한, 2018년 약 499억 2,105만 달러에서 연평균 6.5% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 0.9% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 5억 5,863만 달러로 2021년 대비 12.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.4% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

독일로의 식품 수출액은 15.5%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 99억 4,572만 달러로 2021년 대비 1.8% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 4.3% 증가하는 추세를 보인다.

미국으로의 식품 수출액은 11.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 70억 7,695만 달러로 2021년 대비 5.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.1% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 프랑스(10.9%), 영국(7.0%), 네덜란드(4.2%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<이탈리아 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	49,921,059	50,631,913	53,399,428	62,613,702	64,231,742	100.0	2.6	6.5
1 독일	8,417,427	8,122,138	8,954,127	10,125,746	9,945,723	15.5	-1.8	4.3
2 미국	4,988,491	5,248,662	5,636,876	6,696,163	7,076,953	11.0	5.7	9.1
3 프랑스	5,694,143	5,727,120	5,985,913	6,918,312	6,971,834	10.9	0.8	5.2
4 영국	4,058,788	3,962,501	4,176,707	4,405,594	4,466,215	7.0	1.4	2.4
5 네덜란드	1,847,484	1,882,719	1,964,730	2,447,662	2,682,035	4.2	9.6	9.8
6 스페인	1,828,370	1,854,070	1,797,643	2,320,251	2,551,612	4.0	10.0	8.7
7 스위스	1,836,457	1,782,361	1,970,902	2,236,604	2,240,801	3.5	0.2	5.1
8 벨기에	1,565,316	1,508,764	1,627,600	2,001,521	2,010,665	3.1	0.5	6.5
9 일본	1,360,264	2,105,085	2,326,056	2,718,884	1,867,838	2.9	-31.3	8.3
10 오스트리아	1,572,240	1,509,912	1,550,819	1,758,934	1,817,362	2.8	3.3	3.7
:								
22 대한민국	390,291	308,622	375,106	494,661	558,633	0.9	12.9	9.4

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 **포도주(2ℓ 이하)**, **파스타 기타**, **발포성 포도주**, **볶은 커피**, **빵 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

포도주(2ℓ 이하) 수출액은 8.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 55억 2,893만 달러로 2021년 대비 5.1% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 2.4% 증가하는 추세를 보인다.

파스타 기타 수출액은 4.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 29억 5,544만 달러로 2021년 대비 23.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.3% 증가하는 추세를 보인다.

발포성 포도주 수출액은 3.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 22억 8,337만 달러로 2021년 대비 6.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.3% 증가하는 추세를 보인다.

볶은 커피 수출액은 3.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 22억 2,722만 달러로 2021년 대비 13.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.5% 증가하는 추세를 보인다.

빵 기타 수출액은 3.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 22억 2,328만 달러로 2021년 대비 1.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **치즈 기타(3.3%)**, **조제식료품(2.8%)**, **초콜릿 조제품 기타(2.8%)** 등을 수출하였다.

<이탈리아 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	49,921,059	50,631,913	53,399,428	62,613,702	64,231,742	100.0	2.6	6.5
1 포도주(2ℓ 이하)	5,034,035	4,950,002	5,046,864	5,827,454	5,528,933	8.6	-5.1	2.4
2 파스타 기타	1,926,247	2,009,011	2,464,291	2,397,578	2,955,445	4.6	23.3	11.3
3 발포성 포도주	1,790,191	1,767,753	1,682,830	2,148,611	2,283,372	3.6	6.3	6.3
4 볶은 커피	1,605,543	1,637,781	1,619,292	1,971,341	2,227,220	3.5	13.0	8.5
5 빵 기타	1,586,488	1,728,804	1,749,409	2,184,200	2,223,287	3.5	1.8	8.8
6 치즈 기타	1,705,268	1,866,536	1,811,683	2,179,645	2,146,329	3.3	-1.5	5.9
7 조제식료품	1,359,965	1,399,195	1,379,533	1,673,861	1,791,384	2.8	7.0	7.1
8 초콜릿 조제품 기타	1,517,078	1,570,519	1,541,734	1,799,752	1,771,787	2.8	-1.6	4.0
9 신선 치즈	983,871	1,023,513	1,104,854	1,359,626	1,583,335	2.5	16.5	12.6
10 엑스트라버진 올리브유	0	0	0	0	1,577,706	2.5	N/A	N/A

*주: HS CODE(2204.21, 1902.19, 2204.10, 0901.21, 1905.90, 0406.90, 2106.90, 1806.90, 0406.10, 1509.20)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 이탈리아의 식품 수입액은 약 600억 8,574만 달러로, 2021년 대비 15.5% 증가하였다. 또한, 2018년 약 475억 4,707만 달러에서 연평균 6.0% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.0% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 1,359만 달러로 2021년 대비 2.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 1,143만 달러에서 연평균 4.4% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

프랑스에서의 식품 수입액은 12.4%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 74억 4,528만 달러로 2021년 대비 18.2% 증가하였다. 또한, 2018년 약 65억 6,904만 달러에서 연평균 3.2% 증가하는 추세를 보인다.

독일에서의 식품 수입액은 12.0% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 72억 2,944만 달러로 2021년 대비 7.2% 증가하였다. 또한, 2018년 약 67억 6,719만 달러에서 연평균 1.7% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **스페인(10.2%), 네덜란드(8.6%), 브라질(3.9%)** 등에서 식품을 수입하고 있다.

<이탈리아 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)	
전체	47,547,071	45,647,068	45,324,340	52,025,782	60,085,741	100.0	15.5	6.0	
1	프랑스	6,569,040	5,674,379	5,760,462	6,298,570	7,445,288	12.4	18.2	3.2
2	독일	6,767,194	6,280,064	5,909,707	6,743,743	7,229,446	12.0	7.2	1.7
3	스페인	4,733,631	5,008,233	4,742,850	5,380,565	6,116,018	10.2	13.7	6.6
4	네덜란드	3,809,598	3,393,260	3,545,849	4,417,210	5,143,084	8.6	16.4	7.8
5	브라질	1,039,394	1,093,932	1,220,829	1,763,574	2,365,047	3.9	34.1	22.8
6	폴란드	1,801,302	1,788,270	1,589,129	1,837,028	2,111,576	3.5	14.9	4.1
7	벨기에	1,634,858	1,647,248	1,524,772	1,747,266	2,044,114	3.4	17.0	5.7
8	오스트리아	1,484,571	1,504,176	1,475,286	1,723,362	1,950,659	3.2	13.2	7.1
9	헝가리	1,165,616	1,237,538	1,376,070	1,578,339	1,764,221	2.9	11.8	10.9
10	그리스	986,298	739,601	945,179	1,216,560	1,368,021	2.3	12.4	8.5
:									
95	대한민국	11,431	11,211	8,797	13,242	13,594	0.0	2.7	4.4

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **볶지 않은 커피, 옥수수 기타, 엑스트라버진 올리브유, 축우 기타, 밀 기타** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

볶지 않은 커피 수입액은 3.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 22억 9,784만 달러로 2021년 대비 57.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 11.3% 증가하는 추세를 보인다.

옥수수 기타 수입액은 3.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 21억 8,014만 달러로 2021년 대비 64.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 18.4% 증가하는 추세를 보인다.

엑스트라버진 올리브유 수입액은 3.1% 비중을 차지하며, 약 18억 4,256만 달러로 집계되었다.

축우 기타 수입액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 16억 9,633만 달러로 2021년 대비 35.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.4% 증가하는 추세를 보인다.

밀 기타 수입액은 2.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 16억 6,109만 달러로 2021년 대비 28.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 9.0% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **치즈와 커드(2.4%), 대두 기타(2.3%), 팜유 기타(2.1%)** 등을 수입하였다.

<이탈리아 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	47,547,071	45,647,068	45,324,340	52,025,782	60,085,741	100.0	15.5	6.0
1 볶지 않은 커피	1,498,370	1,358,783	1,240,452	1,459,100	2,297,844	3.8	57.5	11.3
2 옥수수 기타	1,110,054	1,167,330	1,116,907	1,324,443	2,180,142	3.6	64.6	18.4
3 엑스트라버진 올리브유	0	0	0	0	1,842,562	3.1	N/A	N/A
4 축우 기타	1,322,695	885,567	1,153,478	1,255,605	1,696,339	2.8	35.1	6.4
5 밀 기타	1,176,452	1,036,632	987,502	1,297,958	1,661,093	2.8	28.0	9.0
6 치즈와 커드	1,099,876	1,113,860	1,038,952	1,200,078	1,429,861	2.4	19.1	6.8
7 대두 기타	671,466	765,059	872,674	1,315,464	1,372,085	2.3	4.3	19.6
8 팜유 기타	587,582	510,909	658,785	931,648	1,234,371	2.1	32.5	20.4
9 돼지 넓적다리살	1,095,134	1,180,718	1,047,680	1,090,817	1,222,190	2.0	12.0	2.8
10 절단 쇠고기	962,965	920,441	835,676	974,765	1,078,326	1.8	10.6	2.9

*주: HS CODE(0901.11, 1005.90, 1509.20, 0102.29, 1001.99, 0406.90, 1201.90, 1511.90, 0203.12, 0201.20)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對이탈리아 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 7,030만 달러로 2018년 약 5,960만 달러에서 연평균 4.2% 증가하였다.

수산물

수산물 수출액은 68.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 4,803만 달러로 2021년 대비 9.3% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 4.9%의 증가세를 보이고 있다.

농산물

농산물 수출액은 25.0% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1,760만 달러로 2021년 대비 17.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.7%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 3.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 238만 달러로 2021년 대비 25.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 2.3%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 3.2% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 228만 달러로 2021년 대비 46.4% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 6.7%의 감소세를 보이고 있다.

<한국산 對이탈리아 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	59,603	58,575	53,155	74,133	70,309	100	-5.2	4.2
수산물	39,745	36,968	34,568	52,952	48,038	68.3	-9.3	4.9
농산물	14,669	16,994	12,892	15,021	17,606	25.0	17.2	4.7
임산물	2,178	1,858	1,677	1,903	2,382	3.4	25.2	2.3
축산물	3,012	2,755	4,019	4,257	2,284	3.2	-46.4	-6.7

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **라면, 조미 김, 인스턴트 면류 기타, 쌀가루 조제식료품, 젤라틴** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '김치'와 '라면' 등이 있으며, 2022년 '김치'는 최근 5년간 연평균 성장률 27.3%를 기록했다. '라면' 역시 같은 기간 동안 연평균 23.2%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

라면 수출액은 1.8%의 비중을 차지하며, 2022년 약 126만 달러로 2021년 대비 10.2% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 23.2%의 증가세를 보이고 있다.

조미 김 수출액은 1.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 95만 달러로 2021년 대비 18.6% 감소하였다.

인스턴트 면류 기타 수출액은 1.1%의 비중을 차지하며, 2022년 약 75만 달러로 2021년 대비 31.1% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 5.8% 감소하는 추세를 보인다.

쌀가루 조제식료품 수출액은 0.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 65만 달러로 2021년 대비 40.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.4% 증가하는 추세를 보인다.

젤라틴 수출액은 0.9%의 비중을 차지하며, 2022년 약 65만 달러로 2021년 대비 59.3% 감소하였다. 그리고, 2018년 이후 연평균 10.0% 감소하는 추세를 보인다.

<한국산 對이탈리아 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	59,603	58,575	53,155	74,133	70,309	100.0	-5.2	4.2
1 라면	548	592	849	1,407	1,263	1.8	-10.2	23.2
2 조미 김	N/A	340	704	1,168	951	1.4	-18.6	N/A
3 인스턴트 면류 기타	952	993	637	1,088	750	1.1	-31.1	-5.8
4 쌀가루 조제식료품	514	616	458	469	659	0.9	40.6	6.4
5 젤라틴	1,004	1,462	304	1,618	658	0.9	-59.3	-10.0
6 베이커리 제품	279	280	163	453	353	0.5	-22.0	6.1
7 영유아 맥아 조제품 기타	509	435	229	601	338	0.5	-43.8	-9.7
8 조제보존 과일 및 견과류	319	494	512	535	212	0.3	-60.4	-9.7
9 김치	73	93	159	273	192	0.3	-29.7	27.3
10 기타 무알콜 음료	1,280	424	365	123	168	0.2	36.5	-39.8

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2008.99-5010, 1902.30-1090, 1901.90-9091, 3503.00-1010, 1905.90-1090, 1901.90-9099, 2008.99-9000, 2005.99-1000, 2202.99-9000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 이탈리아 오프라인 유통채널 규모

개요

이탈리아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 1,357억 9,500만 유로에서 연평균 3.4% 성장하여 2022년 1,550억 9,400만 유로로 집계되었다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 469억 2,600만 유로에서 연평균 4.4% 성장하여 2022년 557억 3,600만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 35.9% 비중을 차지하고 있다.

할인점

할인점의 규모는 2018년 187억 4,000만 유로에서 연평균 7.7% 성장하여 2022년 252억 3,600만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 16.3% 비중을 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2018년 192억 6,600만 유로에서 연평균 2.6% 성장하여 2022년 213억 6,800만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 13.8% 비중을 차지하고 있다.

<이탈리아 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	135,795	137,721	147,124	151,860	155,094	100.0	2.1	3.4
슈퍼마켓	46,926	48,568	52,583	54,214	55,736	35.9	2.8	4.4
할인점	18,740	19,640	22,701	24,237	25,236	16.3	4.1	7.7
전문 판매점	19,266	19,651	20,830	21,261	21,368	13.8	0.5	2.6
하이퍼마켓	20,381	18,764	18,347	18,862	19,368	12.5	2.7	-1.3
소규모 식료품점	15,554	15,865	16,817	17,692	17,869	11.5	1.0	3.5
편의점	14,657	14,965	15,585	15,338	15,265	9.8	-0.5	1.0
포코트리테일러	270	267	262	257	254	0.2	-1.3	-1.5

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

*출처: 「Retail in Italy」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

이탈리아의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 25만 3,825개에서 연평균 1.7% 감소하여 2022년 23만 6,727개로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점 매장수는 2018년 11만 6,647개에서 연평균 0.5% 감소하여 2022년 11만 4,155개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 48.2%를 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점 매장 수는 2018년 10만 7,781개에서 연평균 3.4% 감소하여 2022년 9만 4,043개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 39.7%를 차지하고 있다.

편의점

편의점 매장 수는 2018년 1만 3,131개에서 연평균 2.7% 감소하여 2022년 1만 1,775개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 5.0%를 차지하고 있다.

<이탈리아 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	253,825	245,554	240,031	240,944	236,727	100.0	-1.8	-1.7
전문 판매점	116,647	112,448	109,637	114,874	114,155	48.2	-0.6	-0.5
소규모 식료품점	107,781	103,901	101,303	97,555	94,043	39.7	-3.6	-3.4
편의점	13,131	12,882	12,560	11,894	11,775	5.0	-1.0	-2.7
슈퍼마켓	8,977	9,031	9,130	9,076	9,053	3.8	-0.3	0.2
할인점	5,207	5,311	5,428	5,542	5,692	2.4	2.7	2.3
포코트리테일러	1,231	1,220	1,208	1,190	1,178	0.5	-1.0	-1.1
하이퍼마켓	851	761	765	813	831	0.4	2.2	-0.6

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

*출처: 「Retail in Italy」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①Esselunga

Esselunga SpA 소속으로, 2022년 5.4%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 1.2% 감소하였다.

②Ipercoop

Coop Italia Scarl 소속으로, 2022년 4.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.2% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 3.0% 증가하였다.

③Conad

CONAD-Consorzio Nazionale Dettaglianti Srl 소속으로, 2022년 4.5%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.2% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 2.3% 증가하였다.

④Eurospin

Gruppo Eurospin 소속으로, 2022년 4.4%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.3% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 1.6% 증가하였다.

⑤Coop

Coop Italia Scarl 소속으로, 2022년 4.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.4% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 0.8% 증가하였다.

<이탈리아 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Esselunga	5.6	5.4	5.4	5.4	0.0	-1.2
2 Ipercoop	4.3	4.2	4.6	4.7	2.2	3.0
3 Conad	4.2	3.9	4.6	4.5	-2.2	2.3
4 Eurospin	4.2	4.3	4.3	4.4	2.3	1.6
5 Coop	4.1	3.9	4.1	4.2	2.4	0.8
6 Lidl	3.4	3.7	3.9	3.9	0.0	4.7
7 Crai	2.7	3.1	3.2	3.3	3.1	6.9
8 Conad Superstore	2.1	2.1	2.1	2.1	0.0	0.0
9 Maxisidis	2.0	2.0	1.9	2.1	10.5	1.6
10 MD Discount	1.8	1.9	2.0	2.0	0.0	3.6

*출처: 「Retail in Italy」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Esselunga	창립연도	1957년
	점유율	5.4%	브랜드 국적	이탈리아
	웹사이트	esselunga.it	매장 수	173개**
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Esselunga SpA 산하의 브랜드 - 전 매장에서 'Food Stamp' 제도를 시행하여, 식품 구입 시에 타 회사에서 발행한 식품 바우처도 수령함 - 쇼핑 후 자택까지 대신 배달해 주는 시스템이 있으나 최대 10개의 품목까지 적용 - 할인율이 높아 가족 단위의 고객층이 많이 이용함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*주 : 「[파리지사] 이슈조사 2023 최종본」(한국농수산물유통공사), p76

*출처 : 「Retail in Italy」(Euromonitor), 이탈리아 Esselunga 홈페이지(esselunga.it), Esselunga 소셜미디어 계정

	브랜드명	Ipercoop	창립연도	1967년
	점유율	4.7%	브랜드 국적	이탈리아
	웹사이트	cooponline.it	매장 수	167**
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓 브랜드로, Coop Italia scarl 산하의 브랜드 - 동일 회사의 중형 슈퍼마켓 브랜드인 Coop보다 규모가 크고 도심 지역에 주로 판매 식료품의 품목이 다양함 - 통상적으로 오전 9시부터 오후 9시까지 영업하며 매장별 입지에 따라 식료품 배달을 제공하는 곳과 그렇지 않은 곳이 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Italy」(Euromonitor), 이탈리아 ipercoop 홈페이지(cooponline.it), coop 소셜미디어 계정

	브랜드명	Conad	창립연도	1962년
	점유율	4.5%	브랜드 국적	이탈리아
	웹사이트	conad.it	매장 수	1,183개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, CONAD-Consorzio Nazionale Dettaglianti Scrl 산하의 브랜드 - 여타 식료품점에 비해 가격대가 비쌘 - 점포마다 다른 할인 행사 혹은 프로모션을 진행하는데, 이를 공식 홈페이지에서 확인할 수 있게 함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Italy」(Euromonitor), 이탈리아 Conad 홈페이지(conad.it), Conad 소셜미디어 계정

	브랜드명	Eurospin	창립연도	1993년
	점유율	4.4%	브랜드 국적	이탈리아
	웹사이트	eurospin.it	매장 수	1,200개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Gruppo Eurospin 산하의 브랜드 - 이탈리아 내에서는 Lidl, Aldi와 더불어 가장 저렴한 식료품점 중 하나임 - 온라인을 통해 매주 매장에서 할인된 품목을 확인할 수 있게 하여 식료품을 저렴하게 구입 가능함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Italy」(Euromonitor), 이탈리아 Eurospin 홈페이지(eurospin.it), Eurospin 소셜미디어 계정

	브랜드명	Coop	창립연도	1967년
	점유율	4.2%	브랜드 국적	이탈리아
	웹사이트	cooponline.it	매장 수	718개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Coop Italia Scarl 산하의 브랜드 - 회원들을 대상으로 프로모션을 진행하여 식료품 할인 품목을 주기적으로 교체함 - 브랜드가 없는 식품과 있는 식품 모두를 제공하여 가격별 선택지가 다양함 - 도심에는 거의 없고 도심 외곽에 분포하고 있음 - 한국 식품의 경우 봉지라면, 김밥김 그리고 실온보관 김치 등이 유통됨 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in Italy」(Euromonitor), 이탈리아 Coop 홈페이지(cooponline.it), Coop 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 이탈리아의 식품 온라인 시장 규모는 24억 4,500만 유로 규모로 전년 대비 18.8% 성장했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 27.2% 성장했다.

<이탈리아 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 유로, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
935	1,188	1,806	2,057	2,445	18.8	27.2

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Italy」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

①Amazon Marketplace

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 23.3%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 7.2% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 1.9% 감소하였다.

②eBay Marketplace

ebay Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 13.8%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 12.1% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 7.3% 감소하였다.

③Amazon

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 5.7%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 8.1% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 2.8% 감소하였다.

④Esselunga A Casa

Esselunga SpA에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.5%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 4.9% 증가하였다.

⑤AliExpress Market place

Alibaba Group Holding Ltd에서 운영하는 사이트로, 2022년 1.3%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 2.7% 증가하였다.

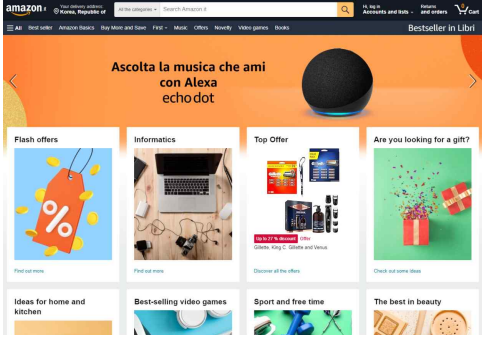
<이탈리아 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

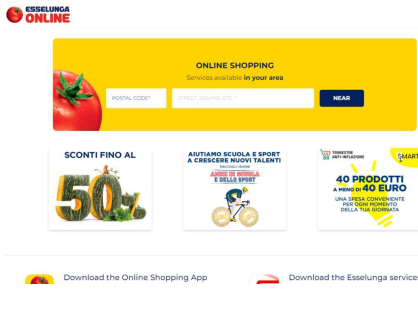
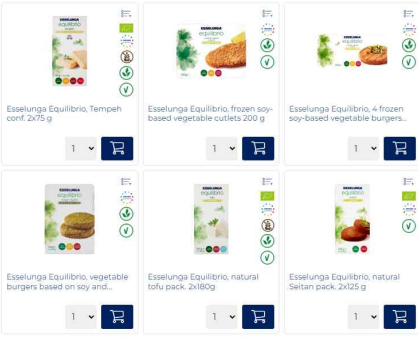
구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Amazon Marketplace	24.7	25.0	25.1	23.3	-7.2	-1.9
2 eBay Marketplace	17.3	17.0	15.7	13.8	-12.1	-7.3
3 Amazon	6.2	6.4	6.2	5.7	-8.1	-2.8
4 Esselunga A Casa	1.3	1.3	1.5	1.5	0.0	4.9
5 AliExpress Marketplace	1.2	1.3	1.3	1.3	0.0	2.7
6 Bofrost	1.2	0.9	1.0	1.2	20.0	0.0
7 Esselunga A Casa	1.3	1.3	1.5	1.5	0.0	4.9
8 Privalia	1.2	1.0	1.0	1.1	10.0	0.0
9 GameStop	0.6	0.6	0.7	0.7	0.0	5.3

*출처: 「Retail in Italy」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Amazon	운영업체	Amazon.com Inc
	점유율	5.7%	웹사이트	amazon.it
<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 해외 식료품 및 제품을 배송으로 받아볼 수 있다는 점이 가장 큰 메리트 - 로마 외의 지역에서 Amazon prime을 통한 식료품 배송이 불가능함 - 이탈리아 지역에서 2024년 말까지 드론 배송(Prime Air)을 개시하기로 계획 중임 				
사진				
	사이트 화면		무인 배송 로봇과 드론	

*출처 : 「Retail in Italy」(Euromonitor), 이탈리아 Amazon 홈페이지(amazon.it), 이탈리아 Amazon 소셜미디어 계정

	사이트명	spesaonline.esselunga	운영업체	Esselunga SpA
	점유율	1.5%	웹사이트	spesaonline.esselunga.it
<ul style="list-style-type: none"> - 이탈리아의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 온라인에서 식료품을 쇼핑하는 고객들에게 Gluten-free/Lactose-free/Vegan과 같은 지향성에 따른 식료품을 구분 가능한 마크를 제공 - Click And GO 서비스를 통해 주문한 식품을 지정 매장을 방문하여 당일 수령할 수 있는 서비스를 제공 				
사진				
	사이트 화면		비건, 유기농, 글루텐 프리 등 마크	

*출처 : 「Retail in Italy」(Euromonitor), 이탈리아 Esselunga Online 홈페이지(spesaonline.esselunga.it), Esselunga 소셜미디어 계정

bofrost*	사이트명	bofrost	운영업체	Bofrost Dienstleistungs GmbH & Co KG
	점유율	1.2%	웹사이트	bofrost.it
	<ul style="list-style-type: none"> - 유럽 12개국에서 서비스를 제공하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 냉동 식료품과 냉동 즉석섭취식품을 판매하며, 다양한 메뉴를 갖추고 있음 - 레시피와 해당 레시피에 대한 리뷰 시스템이 갖추어져있으며, 해당 요리에 사용될 냉동 재료를 추천 상품으로 제공함 - 무료 배송을 제공하며 구입 시 타 회사에서 발행한 식료품 바우처를 사용 가능 			
사진				
	사이트 화면		냉동 재료 연계 판매	

*출처 : 「Retail in Italy」(Euromonitor), 이탈리아 Bofrost 홈페이지(bofrost.it), 이탈리아 Bofrost 소셜미디어 계정

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

이탈리아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 1,550억 9,400만 유로에서 연평균 0.8% 성장하여 2026년에는 1,603억 5,400만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 557억 3,600만 유로에서 연평균 0.3% 성장하여 2026년 563억 5,100만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

할인점

할인점의 규모는 2022년 252억 3,600만 유로에서 연평균 2.1% 성장하여 2026년 274억 5,000만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2022년 213억 6,800만 유로에서 연평균 0.7% 성장하여 2026년 219억 3,100만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

<이탈리아 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	155,094	156,874	158,287	159,416	160,354	100.0	0.6	0.8
슈퍼마켓	55,736	55,931	56,098	56,239	56,351	35.1	0.2	0.3
할인점	25,236	25,892	26,462	26,991	27,450	17.1	1.7	2.1
전문 판매점	21,368	21,538	21,690	21,821	21,931	13.7	0.5	0.7
하이퍼마켓	19,368	19,542	19,698	19,836	19,955	12.4	0.6	0.7
소규모 식료품점	17,869	18,328	18,603	18,715	18,789	11.7	0.4	1.3
편의점	15,265	15,387	15,479	15,557	15,619	9.7	0.4	0.6
포코트리테일러	254	256	257	257	258	0.2	0.2	0.4

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Italy」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

이탈리아의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 6.8%로 성장하여, 2026년 31억 8,300만 유로에 이를 것으로 전망된다.

<이탈리아 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 유로, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
2,445	2,623	2,816	2,997	3,183	6.2	6.8

*주: 온라인 유통채널의 경우 식품 온라인 유통채널(food e-commerce)을 기준으로 작성

*출처: 「Retail in Italy」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

이탈리아 식품 유통구조 (2021.09)	- 주요 유통채널 현황
이탈리아 온·오프라인 식품 유통채널 (2021.09)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 할인점: ①Carrefour Express ②Punto Simply ③InCoop · 슈퍼마켓: ①Conad ②Esselunga ③Coop · 하이퍼마켓: ①Ipercoop ②Bennet ③Auchan · 편의점: ①Despar ②Sigma ③Conad ④Crai · 전통시장: ①Porta palazzo ②Mercato Settimanale di Forte dei Marmi - 온라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 전자상거래: ①supermarket italy.com ②Bella Italy food store ③EATALY · 홈쇼핑: ①Bofrost ②staples ③Eismann

2.4.2 품목보고서

이탈리아 가공식품 유통정보	
이탈리아 건강기능식품 유통정보	
이탈리아 신선식품 유통정보	

2.4.3 해외지사 발간 보고서

이탈리아 대형유통매장 내 한국식품 판매 분석 (2023.11)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 유통채널 및 유통경로 · 주요 유통채널: ①ESSELUNGA ②Coop ③ELITE · 대형유통매장 내 한국식품 유통 품목
--	---

3

수출품목 및 소비 트렌드

3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 에너지 바(해외지사 추천품목)

시장현황

이탈리아 에너지바 시장은 매년 꾸준한 성장세를 보이고 있다. 2022년 이탈리아 에너지바 시장 규모는 약 2억 5,000만 유로로 추산되며, 연평균 6.8%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다.

이탈리아 에너지바 시장은 건강한 간식 트렌드의 상승으로 확장되고 있다. 소비자들은 영양가가 높은 재료, 특히 베리, 대마, 치아, 아마씨와 같은 기능성 과일과 곡물을 선호하며, 이러한 간식바들은 초콜릿 및 제과에 대한 건강한 대안으로 인식되고 있다. 이탈리아의 소매 산업은 하이퍼마켓, 슈퍼마켓 및 편의점과 같은 다양한 매장의 출현으로 진화하고 있으며, 소비자들은 편리함과 편안함을 중시하고 있다.

시사점

이탈리아 소비자들의 건강과 영양을 중시하는 제품 트렌드를 반영하여 기능성 과일과 곡물을 포함한 제품 개발에 주력할 필요가 있다. 또한, 유럽 지역의 빠른 성장세를 고려하여 이탈리아뿐만 아니라 유럽 전역으로의 시장 확장 가능성도 탐색해야 할 것이다.

		
체리 크랜베리 견과류 바	초코 헤이즐넛 통곡물 바	아몬드 허니 앤 씨즈 바

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2023. 10. 13. 해외시장 동향, 유럽 스낵바 시장동향, 한국농수산물유통공사

② 건강보조식품

시장현황

2023년 이탈리아의 건강보조식품 시장은 약 3억 9,800만 달러로 평가되며, 2028년까지 5억 2,200만 달러에 이를 것으로 전망된다. 이는 2023년부터 2028년까지 연평균 성장률(CAGR) 5.54%를 의미한다. 이탈리아 시장의 주요 특징은 기능성 식품에 대한 소비자의 높은 인식과 선호도이며, 소비자들은 기능성 식품이 중요한 건강상의 이점을 제공한다고 믿고 있다.

이탈리아 시장의 또 다른 중요한 특징은 관련 기업들이 새로운 건강보조식품을 지속적으로 출시하고 있다는 것이다. 예를 들어, Garden of Life는 2021년 2월에 아기를 위한 새로운 비타민을 출시했다. 또한, NutraScience의 2022~2023 보고서에 따르면, 면역력 강화 보조제가 2028년까지 시장에서 약 7.5% 증가할 것으로 예상되며, 특히 약용 버섯이 인기있는 성분으로 주목받고 있다.

시사점

한국 식품 수출 기업에게 이탈리아 시장 진출 시 고려해야 할 주요 요소는 첫째, 기능성 식품에 대한 높은 소비자 인식을 활용하여, 한국의 기능성 식품 및 건강보조식품을 효과적으로 마케팅할 필요성 둘째, 시장 트렌드에 발맞춰 새로운 제품 개발 집중. 예를 들어, 면역력 강화 제품이나 특정 건강상의 이점을 제공하는 제품에 초점을 맞춰 현지 소비자의 관심을 끌 수 있다.

		
Il Hwa Ginseng Extract	Permented Red Ginseng Gold	Korean Red Ginseng Extract Everytime

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Europe Dietary Supplements Market Size & Share Analysis, Mordor Intelligence

The Trendiest Supplements You'll Be Seeing Everywhere in 2023, Eat This, Not That

③ 간편조리식품(수출상위 품목)

시장현황

2023년 이탈리아의 간편조리식품 시장은 9,130만 달러에 달하며, 2028년까지 연평균 3.26% 성장하여 약 6억 4,100만 달러에 이를 것으로 예상된다. 최근 몇 년 동안 신선 및 냉동 간편조리식품 시장은 그들의 편리함과 건강에 대한 인식 개선(예: 유기농, 저염, 무지방 또는 팜유 무첨가 등)으로 인해 성장을 보였다.

이탈리아 소비자들은 간편조리식품의 영양 성분을 점점 더 꼼꼼히 검토하고 있으며, 라벨의 투명성과 깨끗한 재료에 대한 요구를 하고 있다. 건강과 웰빙에 중점을 둔 옵션, 식물 기반 및 지속 가능한 제품에 대한 수요 증가는 회사들에게 혁신적이고 영양가 있는 간편조리식품을 제공할 기회를 제공한다. 또한, 맞춤화 및 개인화된 간편조리식품, 베이컨 및 식물 기반 옵션의 인기 상승, 글루텐 무함유 및 알레르기 유발 물질 무함유 식품에 대한 수요는 독특한 식사 경험에 대한 욕구를 충족시킨다.

시사점

이탈리아에 간편조리식품을 수출할 때, 현지 소비자들의 건강 및 영양에 대한 높은 관심을 고려해야 한다. 라벨의 투명성, 고품질의 재료, 식물 기반 및 지속 가능한 제품에 대한 소비자의 선호도를 충족시키는 제품 개발이 중요하다. 맞춤화 및 개인화된 제품 개발과 이커머스 및 직접 소비자 채널을 통한 판매 확장도 고려할 만한 전략이 될 수 있다.

		
ESSELUNGA, lasagna with veal ragout	ESSELUNGA, vegetable and legume soup	ESSELUNGA, Milanese risotto

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Convenience-food-ready-to-eat-meals, Statista

THE READY TO EAT MEALS MARKET | ITALY, Business Coot

Changing Consumer Dietary Preferences Influencing the Sales of Ready-to-Eat Food, Globenewswire

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 휴식과 친교의 순간에는 “커피”

이슈배경

이탈리아에서 커피는 단순한 음료가 아니라 일상의 휴식과 친교의 순간을 의미한다. 이탈리아인은 평균적으로 하루에 1-2잔의 커피를 마시며, 연간 6kg의 커피를 소비한다.

이슈내용

이탈리아에서 커피는 문화의 상징이며, 많은 이들이 하루를 시작하는 필수적인 요소로 여긴다. 대부분의 이탈리아인들은 집에서 모카포트를 사용해 커피를 준비하며, 캡슐과 파드 사용도 증가하고 있다.

커피 소비는 아침에만 국한되지 않고 하루 종일 다양한 시간에 이루어진다. 이탈리아인들은 개인의 취향에 따라 커피를 다양한 방식으로 즐긴다. 북부와 남부 지역에서는 커피 맛과 로스팅 방식에 차이가 있으며, 커피 소비 트렌드는 지속적으로 변화하고 있다.

최근에는 고급 커피, 커피 기반 칵테일, 콜드 브루 및 다양한 형태의 커피가 인기를 얻고 있다. 그 중 새로운 트렌드는 바로 "고급 커피"이다. 파나마 게샤와 자메이카 블루 마운틴과 같은 고급 커피 품종을 사용한 커피가 인기를 얻고 있으며, 또한, 발효 커피나 냉침 커피와 같은 새로운 방식으로 만들어진 커피도 주목받고 있다.

▶ 출처

Caffè in Italia: tendenze di consumo domestico e fuori casa, Perfect Moka

CURIOSITÀ: DOVE SI CONSUMA PIÙ CAFFÈ?, Portioli.it

Il caffè in Italia: quali sono i trend di consumo e le nuove tendenze?, ilbustese

② 스낵 변치 않는 인기 지속

이슈배경

이탈리아에서 스낵의 인기는 최근 몇 년 동안 지속적으로 증가하고 있다. 이는 소비자들이 건강에 대한 인식을 강화하고, 다양한 기능성 재료를 포함한 스낵을 선호하게 되면서 발생한 현상이다. 특히, 프로틴 바와 같은 기능성 스낵의 소비가 증가하고 있으며, 과일과 요거트와 같은 건강에 좋은 스낵의 인기도 높아지고 있다.

이슈내용

이탈리아의 스낵 시장은 향후 5년간(2023년~2028년) 연평균 2.83%씩 성장할 것으로 예측되며 이탈리아 사람들에게 꾸준한 사랑을 받을 것으로 예상된다.

이탈리아에서는 스낵의 종류가 다양해지고 있으며, 이에 따라 소비자의 스낵에 대한 선택도 넓어지고 있다. 스낵은 이제 단순한 간식이 아닌, 일상에서의 작은 즐거움과 건강을 동시에 추구하는 수단으로 자리잡고 있으며 식사 사이에 간식으로 스낵을 소비자들이 늘어나면서 건강과 웰빙에 중점을 둔 제품을 찾는 소비자가 증가하고 있다.

이는 스위트 비스킷과 같은 전통적인 스낵 제품군에도 영향을 미치고 있다. 소비자들은 맛과 영양의 균형을 잡은 제품을 선호하며, 이는 나트륨 함량이 낮고 다양한 영양소를 결합한 프로틴 바와 같은 건강한 제품과 친환경 포장재를 사용한 제품을 선호하는 등 소비자의 변화된 트렌드를 엿볼 수 있다.

▶ 출처

Snacks-in-italy, 유로모니터

Italy Snack Bar Market Size & Share Analysis - Growth Trends & Forecasts (2024 - 2029), Mordor Intelligence

Italy Savory Snacks Market Size and Trend Analysis, Global Data

③ 건강보충제 유럽 시장 점유율 26%로 선두주자

이슈배경

이탈리아에서 건강보충제 시장이 빠르게 성장하고 있으며, 특히 35세에서 54세 사이의 연령대에서 이러한 제품의 사용이 증가하고 있다. 이탈리아의 보충제 시장은 유럽 시장의 약 4분의 1에 해당하는 규모이다.

이슈내용

세계 건강보조식품 시장 규모는 1,500억 달러에 이르며 지난 3년간 연평균 4.7%의 성장을 보여 왔으나 이탈리아는 이보다 높은 연평균 9.5%를 기록하면서 세계시장 성장률을 앞지르고 있다. 이런 가파른 성장세는 이탈리아 인구의 약 3,000만 명의 사람들이 보충제를 사용하고 있기 때문이며, 그중에서도 35~54세 사이의 여성이 가장 많다.

이탈리아는 유럽에서 보충제 시장의 선두 주자로 자리매김했다. 소비자들은 보충제를 구매하는 이유 중 면역력 지원과 에너지 보충이 제일 많았으며 다음으로 뼈와 관절 건강 개선, 채식 및 비건 식단 보완, 수면 개선 및 외모 개선 순으로 구입하여 다양한 목적으로 사용하고 있다. 대부분의 소비자들은 보충제를 약국에서 전문가의 조언을 듣고 제품을 구매하는 경향이 높았으며 다음으로 온라인 전문 쇼핑몰을 통한 구매가 그 뒤를 이었다.

이탈리아에서 보충제 시장의 성장은 사람들이 건강에 대한 관심이 증가하고 있음을 나타낸다. 보충제는 식습관의 부족을 보완하고, 건강한 식생활을 강화하는 데 도움을 주는 것으로 인식되고 있다. 이러한 추세는 앞으로도 계속될 것으로 보이며, 식품 산업에 새로운 기회를 제공할 것으로 예상된다.

▶ 출처

Integratori alimentari, in Italia il settore cresce del 9,5% l'anno, ilsole24ore

Cresce il mercato degli integratori, ilsole24ore

GLI ALIMENTI FUNZIONALI ATTRAGGONO I CONSUMATORI, Food

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
복합식품 생산시설 등록	<ul style="list-style-type: none"> · 한국산 동물 유래 재료(수산물)가 사용된 복합식품 수출 시, 해당 재료의 생산·가공시설 등록 필요 · 국립수산물품질관리원에 생산·가공시설 등록 필요 	국내 수출업체
▼		
품목별 수입요건 파악	<ul style="list-style-type: none"> · 수출 품목에 대한 중국의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악 	국내 수출업체
▼		
수출신고 및 운송수단 선적	<ul style="list-style-type: none"> · 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료 	국내 수출업체
▼		
EORI 번호 발급	<ul style="list-style-type: none"> · 유럽연합에서 수입통관 진행 시 EORI 번호(통관고유번호) 발급 필수 · 유럽연합위원회 사이트를 통해 신청 가능 	이탈리아 수입업체
▼		
적하목록 사전제출	<ul style="list-style-type: none"> · 운송수단별 기한을 준수해 적하목록을 세관에 제출 · 제출정보: ①화물에 대한 정보 ②화물 운송인 및 송하인 정보 ③운송 및 운항 정보 	이탈리아 운송·수입 업체
▼		
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> · 물품 도착 30일 전~도착 후 90일 이내 수입신고 완료 필요 · SAD 양식의 수입신고서와 제반서류 제출 필요 · 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③포장명세서 ④특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서 ⑤위생증명서 등 검사증명서(필요 시) ⑥관세가격신고서 	이탈리아 수입업체
▼		
수입검사	<ul style="list-style-type: none"> · 수입식품에 대해 ①서류검사 ②식별검사 ③물리적검사 시행 <ul style="list-style-type: none"> - ①서류검사: 모든 수입식품에 대해 서류의 진위여부 검사 - ②식별검사: 제출서류의 세부사항과 실제 수입 물품을 교차 대조, 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등 실시 - ③물리적검사: 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 	이탈리아 수입업체
▼		
관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> · 관세 납부 후 물품 반출 가능 	이탈리아 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

<p style="text-align: center;">복합식품 수입 규정</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 유럽연합으로 복합식품을 수출하는 국내 수출기업은 복합식품에 요구되는 요건 준수 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 복합식품(Composite)은 동물유래 재료를 포함한 동물유래 가공식품과 식물성 재료가 혼합된 식품을 뜻함 · ‘동물유래 재료’는 육류, 수산물, 젤라틴, 콜라겐, 유제품, 달걀, 꿀, 곤충을 일컫으며 ‘동물유래 가공식품’의 정의는 다음과 같음 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;"><동물유래 가공식품의 정의 및 예시></p> <ol style="list-style-type: none"> ① 육류, 우유, 계란을 포함한 알류, 꿀, 수산물 등의 동물유래 재료를 주성분으로 하는 가공식품(즉석 사골국물, 치즈, 난백분, 액젓 등) ② 식물성 재료가 사용되었으나 동물유래 재료의 특성을 바꾸지 않는 경우(올리브유에 절인 통조림 참치, 한약재가 들어간 레토르트 삼계탕) ③ 젤라틴, 콜라겐, 카제인 등 고도로 정제되었으나 원재료가 동물로부터 유래한 재료 </div> · 모든 식품에 사용된 동물유래 재료는 함유량에 관계없이 동일한 조건이 적용되며, 해당 식품의 보관 조건과 육류 함유 여부에 따라 규정 적용 조건을 달리함 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;"><한국산 복합식품의 유럽 수출조건></p> <ol style="list-style-type: none"> ① 육류를 함유한 한국산 식품은 원산지나 함유량에 상관없이 EU 수출이 불가함 ② 현재 한국산 수산물, 젤라틴, 콜라겐, 곤충만이 유럽연합으로 수출 가능 ③ 유제품, 달걀, 벌꿀 가공식품의 경우 유럽연합 회원국 또는 승인국의 승인 시설에서 생산된 재료를 사용해야 함 </div> · 새우젓을 사용한 김치 등은 대표적인 복합식품으로, 유럽연합 역내로 한국산 동물유래 재료가 사용된 복합식품을 수출하기 위해서는 해당 재료의 생산·가공시설 등록이 요구됨 · 2023년 11월 기준 유럽연합 역내로 수출할 수 있는 한국산 동물유래 재료는 수산물로, 한국산 수산물을 사용하는 복합식품 수출업체는 제품에 사용된 한국산 수산물의 생산·가공시설을 ‘국립수산물품질관리원’에 등록해야 함
<p style="text-align: center;">품목별 수입요건 파악</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 유럽연합의 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
<p style="text-align: center;">원산지증명서 발급</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 이탈리아 수출 시 한-EU FTA 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 <ul style="list-style-type: none"> · FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 자율발급할 수 있으며, 수출업체 또는 생산업체가 자율적으로 발급함

▶ 국내 수출통관 절차

<p>수출신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td> </tr> <tr> <td>· 자동 수리</td> <td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함 	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
<p>수출검역</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 이탈리아로 규제 농식품을 수출하거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 이탈리아 수입업체의 요구가 있거나, △감귤 △토마토 종자 등 규제 농식품으로 지정된 식품을 수출하는 경우 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">식물검역</td> <td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td> </tr> <tr> <td>축산물검역</td> <td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						
<p>운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 						

②이탈리아 수입제도 및 통관·검역 절차

▶이탈리아 수입제도

개요	<ul style="list-style-type: none"> ● 이탈리아는 유럽연합 회원국으로, 기본적으로 모든 유럽연합의 지침, 규정 및 의무를 준수함 · 유럽연합은 관세동맹에도 해당되기 때문에 유럽연합 역내로 수입되는 동일한 상품에 동일한 세율이 적용됨
-----------	--

▶이탈리아 수입통관 및 검역 절차

EORI 번호 발급	<ul style="list-style-type: none"> ● 유럽연합에서 수입통관을 진행하는 수출입업자, 운송업체는 통관고유번호(EORI 번호) 발급 필수 · EORI 번호는 유럽연합 공동 세관등록번호로, 통관과 관련된 서류에는 EORI 번호를 의무적으로 사용해야 함 · 유럽연합 회원국 세관 당국에 등록된 EORI 번호는 전 유럽연합 회원국에서 공동으로 통용되므로 다른 회원국으로 수출입통관 진행 시 해당 회원국 세관에서 다시 통관고유번호를 발급받을 필요가 없음 · EORI 번호는 유럽연합 위원회 사이트를 통해 신청할 수 있으며, 사전에 EORI 번호가 유효한지 확인한 후 수입통관·검역 절차를 진행해야 함 →유럽연합 위원회 사이트 URL : ec.europa.eu 										
적하목록 사전제출	<ul style="list-style-type: none"> ● 운송업체는 수입국 도착 전 운송수단별 기한을 준수해 적하목록을 세관에 제출 · 화물에 대한 정보(물품 명세, 수량 및 중량, HS 코드, 컨테이너 번호, 위험품목 코드 등), 화물 운송인 및 송하인, 수하인의 정보, 운송 항로 및 운항 정보를 유럽연합 도착항의 관할 세관에 신고해야 함 <p style="text-align: center;"><유럽연합 운송수단별 적하목록 제출기한></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">· 컨테이너 해상운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">선적 24시간 전</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">· 벌크 해상운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">도착 2시간 전</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">· 4시간 미만 항공운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">실제 이륙 시간까지</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">· 4시간 이상 항공운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">유럽연합 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">· 철도 운송</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">도착 1시간 전</td> </tr> </table>	· 컨테이너 해상운송	선적 24시간 전	· 벌크 해상운송	도착 2시간 전	· 4시간 미만 항공운송	실제 이륙 시간까지	· 4시간 이상 항공운송	유럽연합 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전	· 철도 운송	도착 1시간 전
· 컨테이너 해상운송	선적 24시간 전										
· 벌크 해상운송	도착 2시간 전										
· 4시간 미만 항공운송	실제 이륙 시간까지										
· 4시간 이상 항공운송	유럽연합 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전										
· 철도 운송	도착 1시간 전										
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 이탈리아 수입업체는 물품 도착 30일 전부터 세관에 도착 후 90일 이내에 수입신고 완료 필요 · 수입신고서 제출 시 SAD(Single Administrative Document) 양식을 사용해 세관이 요구하는 서류와 함께 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><유럽연합 수입신고 제출서류></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-left: 20px;"> <ol style="list-style-type: none"> ①수입신고서 ②상업 송장 ③포장명세서 ④특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서 ⑤위생증명서 등 검사증명서(필요 시) ⑥관세가격신고서 </div>										

<p style="text-align: center;">수입검사</p>	<p>● 모든 수입식품은 무작위로 세관의 수입검사를 받을 수 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> · 단, 규정 (EU) 2019/1793에 고시된 식품을 유럽연합으로 수입하는 경우 수입검사 비중이 증가하거나 의무적으로 수입검사를 받아야 할 수 있음 · 수입검사 시 ①서류검사(Documentary check) ②제품검사(Identity check) ③물리적검사(Physical check)가 진행될 수 있음 <p style="text-align: center;"><유럽연합 식품 수입검사 종류></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; text-align: center;">· 서류검사</td> <td>- 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 식별검사</td> <td>- 제출서류의 세부사항과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사 - 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등을 통해 상품이 서류 정보와 일치하는지를 검사함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 물리적 검사</td> <td>- 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음</td> </tr> </table>	· 서류검사	- 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함	· 식별검사	- 제출서류의 세부사항과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사 - 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등을 통해 상품이 서류 정보와 일치하는지를 검사함	· 물리적 검사	- 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음
· 서류검사	- 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함						
· 식별검사	- 제출서류의 세부사항과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사 - 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등을 통해 상품이 서류 정보와 일치하는지를 검사함						
· 물리적 검사	- 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음						
<p style="text-align: center;">관세 납부 및 물품 반출</p>	<p>● 이탈리아 수입업체는 관세 납부 후 보세구역에서 물품을 반출</p> <ul style="list-style-type: none"> · 수입신고가 수리되고 수입검사 통과 시 관세 납부를 납부하고 보세구역에서 물품을 반출할 수 있음 						

4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 곡류 : 쌀(백미, 현미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수 - 과실류 : 사과, 배, 감, 단감, 포도, 참다래, 밤, 감귤, 복숭아, 자두, 살구 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마 - 종자류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 가지, 파, 양파, 상추, 토마토 - 버섯류 : 송이, 표고, 느타리, 팽이, 영지, 새송이, 양송이, 만가닥 - 절화류 : 튤립, 글라디올러스, 백합, 장미, 카네이션, 난초, 국화 - 화훼류 기타 : 선인장(접목선인장), 심비디움, 난초, 백합, 글라디올러스, 철쭉속, 장미, 카네이션, 국화, 튤립
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 감자, 여주, 감귤 묘목 <p>*상기 품목 외는 수출가능 여부가 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계가 있는 품목도 없어 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제3국산 종자, 분재, in vitro 형태를 제외한 다음의 재식용 식물(34속 1종) <p>: Acacia Mill., Acer L., Albizia Durazz., Alnus Mill., Annona L., Bauhinia L., Berberis L., Betula L., Caesalpinia L., Cassia L., Castanea Mill., Cornus L., Corylus L., Crataegus L., Diospyros L., Fagus L., Ficus carica L., Fraxinus L., Hamamelis L., Jasminum L., Juglans L., Ligustrum L., Lonicera L., Malus Mill., Nerium L., Persea Mill., Populus L., Prunus L., Quercus L. Robinia L., Salix L., Sorbus L., Taxus L., Tilia L., Ulmus L.</p> <p>*상기 품목은 유럽위원회 시행 규정 (EU) 2018/2019에 따라 EU가 지정한 고위험 식물류로서, '19년 12월 14일부터 EU 내 수입금지</p>
-----	---

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 · 알러지 유발 성분표기 · 필수 · 용량	· 섭취기한(best before) 또는 최소보존일 (use by) · 보관조건 및/또는 사용조건 · 제조업체명과 주소 또는 · EU 내 수입업체명과 주소	· 원산지 · 사용방법 · 알코올 도수 · 영양성분
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 이탈리아로 표기되어야 하며, 유럽연합의 타 가입국 언어를 비롯한 여러 언어의 병기도 가능함 스티커 형태의 라벨 부착 가능함 	
	글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 글자크기는 최소 1.2mm이어야 할 것 단, 제품 면적이 80cm²미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 할 것 	
	제품명	<ul style="list-style-type: none"> 법적인 정식 명칭으로 기재하되 해당 관습적인 이름이 없는 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용할 것 	
	용량	<ul style="list-style-type: none"> 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기할 것 음료는 순중량으로 표기할 것 	
	원료명	<ul style="list-style-type: none"> 완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기할 것 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표기할 것 가공 보조제, 캐리-오버에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능 	
	유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재할 것 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재할 것 	
	원산지	<ul style="list-style-type: none"> 원산지 국가명 또는 지역명 표기할 것 육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소 표기할 것 	
	기타 표시	<ul style="list-style-type: none"> 사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기할 것 (알코올도수의 경우 1.2% 이상의 알코올 음료에 해당) 사용방법은 사용법이 명시되어있지 않아 소비가 어려울 경우 기재할 것 	
	유기농 로고	<ul style="list-style-type: none"> 유럽연합 유기인증 통합로고와 회원국 별로 독자적인 유기인증 로고를 함께 사용 가능함 통합로고의 상단 또는 하단에 인증기관의 코드번호와 원재료의 원산지를 함께 기재할 것 사전 미포장 또는 제3국 수입 유기식품은 유기인증 로고 사용은 선택적으로 가능함 	
	영양성분	<ul style="list-style-type: none"> 열량, 지방, 포화지방, 탄수화물, 당, 단백질, 나트륨은 필수 기재 불포화지방, 폴리올, 녹말, 식이섬유, 비타민 및 무기질은 선택 기재 매 100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준으로 표기할 것 	

	알러지 유발 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예외 있음)
--	-----------	---

5.1.2 라벨링 예시


소스류

라벨링 사진		
		
표기항목	표기내용	
제품명	TRIPLO CONCENTRATO DI POMODORO	세 배 토마토 농축액
상품등록번호	J24869 (M)	
유통기한	01/09/2021	
보관방법	Una volta aperto conservare in frigorifero e consumare entro 20 giorno	제품 개봉후 냉장 보관해 주시고, 가능한 한 20일 이내에 드십시오
원료	ingredienti pomodoro 99.6% sale	재료 토마토 99.6% 소금
용량	185g	
제조업체	Sede wstabilimento Via Traversetolo, 28 43022 Montechiarugolo, Parma, Italia	주소 Via Traversetolo, 28 43022 Montechiarugolo, Parma, 이탈리아
원산지	Origine di pomodoro	원산지 : 이탈리아

5.2 | 인증제도

① 유럽채식협회(V-Label)



유럽채식협회 인증은 EU의 대표적인 채식 인증 제도로 유럽 회원국에서 통용됨. 유전자조작(GMO) 제품 및 양계장에서 생산된 달걀은 인증을 받을 수 없다. 인증은 1년간 유효하며 인증 만료 3개월 전에 서면으로 해지 통보를 하지 않는 경우 자동으로 연장된다.

인증명	유럽채식협회 (V-Label)	인증로고	
발행·검사기관	유럽채식협회 (EVU)	필수 여부	선택
목적	제품이 비건임을 증명하기 위한 인증		
취득절차	인증신청 → 제안서 제공 → 제안서 승낙 → 현장심사 → 결과통보		
필요서류	기업정보 및 연간매출액, 인증 신청한 제품 수, 신청한 제품에 대한 전년도 판매 매출액, 신제품일 경우 향후 1년간 예상 매출액		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

② 지리적표시(GI)


EU의 지리적 표시 인증은 농산물 및 가공식품의 품질을 유지하고 해당 제품의 고유한 명칭을 보호하기 위한 인증 제도로, 원산지 표시 보호(PDO), 지리적 표시 보호(PGI), 전통 특산물 보증(TSG)으로 나뉜다. 유럽연합 회원국과 동등성을 인정받은 역외국에서 통용될 수 있으며 한-EU FTA 협정에 따라 한국 지리적 표시(PGI)를 등록할 시 EU 내에서 지리적 표시(GI) 인증과 동등한 수준의 보호를 받는다. 각 인증 유형별로 신청 가능한 품목, 근거 규정, 자격 요건 등에 차이가 있으므로, 인증 취득 전에 취득요건을 확인해야 한다.

인증명	지리적표시(GI)	인증로고	원산지 표시 보호 (PDO)  지리적 표시 보호 (PGI) 
발행·검사기관	유럽연합 집행위원회	필수 여부	선택
목적	농산물 및 가공식품의 품질을 유지하고 해당 제품의 고유한 명칭을 보호하기 위한 인증		
취득절차	인증신청(국내 지리적 표시 관리기관) → 심사(국내 지리적 표시 관리기관) → 유럽위원회 승부 → 심사 및 관보 공개 → 이의제기 및 상호합의 → 지리적 표시 등록		
필요서류	출원서와 상품명세서		

▶자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

③ EU 유기농 인증


EU 내에서 생산된 모든 유기농 농산물 인증을 통일하기 위해 만들어진 인증은 올바르게 표시된 로고를 사용해야 한다. 유럽에서 생산된 미포장 유기농 식품 또는 제3국에서 수입된 유기농 제품들은 자발적으로 이 새로운 로고를 부착할 수 있다. 2015년 유럽연합과 한국은 유기농식품에 관한 동등성 인정 협정을 체결했다.

인증명	EU 유기농 인증(Euro-leaf)	인증로고	
발행·검사기관	농관원 지정 인증기관	필수 여부	선택
목적	EU 내에서 생산된 모든 유기농 농산물 인증을 통일하기 위해 만들어진 인증		
취득절차	인증신청 → 서류심사 → 현장심사 → 결과통보 → 사후관리		
필요서류	인증신청서, 인증품 제조·가공 및 취급계획서, 경영 관련 자료, 사업장의 경계면을 표시한 지도, 작업장의 구조와 용도를 적은 도면 등		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

④ Global Gap(우수 농산물 기준: Good Agricultural Practices)

Global Gap은 AF(농업 및 어업), CB(작물), FV(과일 및 채소) 세 가지로 구성되며, 농화학과 의약품 투입의 최소화 촉진 및 농장보증체계 채택을 활성화하려는 목적을 가진다. 유효인증기간은 1년이며, 따로 인증마크는 없다. 26개 대분류, 233개 세부 항목으로 구성된 가장 방대한 인증 기준을 보유하고 있다.


인증명	Global Gap (우수농산물 기준: Good Agricultural Practices)	인증로고	
발행·검사기관	FoodPLUS	필수 여부	권장
목적	농화학과 의약품 투입의 최소화 촉진 및 농장보증체계 채택을 활성화하려는 목적		
취득절차	인증신청 → 서류심사 → 현장심사 → 결과통보		
필요서류	인증신청서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

⑤ BRC(British Retail Consortium) Global Food Standard

BRC 인증은 Global Food Standard, Storage and Distribution, Packaging 등 여러 가지 인증 체계를 운영 중임. BRC Food는 소비자 보호를 위해 식품제조업체의 안정성, 품질, 운영 기준을 규정하여 관리하기 위한 목적으로 개발됨. 이 인증은 유통망 내


가공 및 유통되는 모든 업체들의 제품을 이해하고, 식품 안전 위험을 식별하여 통제할 수 있는 시스템으로 활용되고 있음

인증명	BRC(British Retail Consortium) Global Food Standard	인증로고	
발행·검사기관	BRC	필수 여부	선택
목적	소비자 보호를 위해 식품제조업체의 안정성, 품질, 운영 기준을 규정하여 관리하기 위함		
취득절차	인증의뢰 → 현장심사 → 부적합 사항 시정 조치 → 인증 발급 → 사후심사		
필요서류	인증신청서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

⑥ FSSC22000(Food Safety System Certification22000, 식품안전체계인증)

FSC22000 인증은 ISO22000을 기반으로 하여 더 빠르게 보급되었다. 위해요소분석 중점관리기준(HACCP)도 포함되어 있어, 품질과 안전을 동시에 만족시킬 수 있는 장점이 있다. 또한, 국내 심사원의 심사로 인한 비용 절감, 갱신 주기에 따른 차후 비용 절감 등 다른 인증에 비해 유리한 측면이 많아 식품업계에서 선호도가 높다.

인증명	FSSC22000	인증로고	
발행·검사기관	GFSI	필수 여부	선택
목적	식품안전을 보장하기 위한 인증		
취득절차	인증신청 → 1차 심사 → 2차 심사 → 부적합 사항 시정조치 → 인증발급		
필요서류	인증신청서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

5.3 | 통관거부사례

5.3.1 최근 통관거부사례

월별 통관거부사례

2022년 EU의 한국산 통관거부사례는 총 13건으로 집계되어, 2021년 8건 대비 5건 (47%) 증가한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 47% 증가하였다.

2022년 전체 수입산 통관거부사례는 총 2,814건으로 집계되어, 2021년 2,943건 대비 129건(4%) 감소한 것으로 나타났다. 2020년 대비 연평균 9% 증가하였다.

<월별 통관거부사례 동향(2022)>

(단위: 건, %)

구분	한국산 불합격 건수						전체 수입산 불합격 건수					
	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)	연도			전년비(B/C)		연평균 (A/C)
	'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률		'20(A)	'21(B)	'22(C)	건수	증감률	
1월	0	0	0	0	0	0	164	222	222	0	0	16
2월	1	1	3	2	200	73	153	184	233	49	27	23
3월	0	0	3	3	0	0	183	248	324	76	31	33
4월	2	0	2	2	0	0	120	203	239	36	18	41
5월	0	0	1	1	0	0	147	265	228	-37	-14	25
6월	0	1	1	0	0	0	137	262	217	-45	-17	26
7월	0	0	1	1	0	0	168	261	201	-60	-23	9
8월	0	2	0	-2	-100	0	233	236	219	-17	-7	-3
9월	0	3	0	-3	-100	0	204	228	222	-6	-3	4
10월	0	1	1	0	0	0	232	267	247	-20	-7	3
11월	1	0	1	1	0	0	326	263	239	-24	-9	-14
12월	2	0	0	0	0	-100	307	304	223	-81	-27	-15
합계	6	8	13	5	63	47	2,374	2,943	2,814	-129	-4	9

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 상위품목

2022년 연간, EU에서 가장 많은 문제사유가 확인된 한국산 통관거부 품목은 면류(46%)로, 주로 미허가 물질인 에틸렌옥사이드, 2-클로로에탄올 성분이 검출되어 성분 부적합문제로 통관거부되었다.

두번째로 많은 문제사유가 확인된 품목은 기타조제 농산물(23%)로, 떡 제품은 라벨링 문제, 식품 보충제 제품은 서류미비문제, 즉석식품 제품은 잔류농약검출 문제가 확인된다.

<한국산 통관거부 상위품목 분석(2022)>

(단위: 건)

거부사유	주요 통관거부 품목			
	면류	기타 조제농산품	어류	해조류
라벨링/포장	0	1	0	0
성분부적합	6	0	0	2
위생	0	0	1	0
서류미비	0	1	0	0
잔류농약 검출	0	1	0	0
기타	0	0	1	0

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

한국산 통관거부 문제사유

2022년 연간 한국산 통관거부 문제사유는 총 13건으로 전년 동기 대비 162.5% 수준으로 증가하였다. 2022년 연간 한국산 식품의 통관거부 문제사유 건수는 성분 부적합 외 모두 전년 대비 증가하였으며, 2021년에는 발생하지 않았던 라벨링/포장 문제, 위생 문제, 서류미비 문제, 잔류농약 검출문제와 기타문제가 모두 발생하였다.

2022년 연간 성분 부적합으로 인한 한국산 통관거부 문제사유는 총 8건으로 전체 사례의 61.5%를 차지하며, 지난 3년간 성분부적합 문제로 인한 사례가 가장 많이 발생하였다.

성분 부적합 문제의 경우, 주로 면류 제품에서 에틸렌 옥사이드 및 2-클로로에탄올 성분이 검출되거나, 말린 미역 제품에서 아이오딘 성분이 과다 검출되어 문제가 되었으며, 해당 문제 사례는 매년 꾸준히 발생하고 있는 문제 사례로, 한국 수출 기업은 수출 전 성분 관련 규정을 꼼꼼히 확인해야 한다.

<한국산 통관거부 문제사유별 건수(2022)>

(단위: 건, %)

거부사유	2020년 연간		2021년 연간		2022년 연간		전년비(21/22)	
	건수	비율	건수	비율	건수	비율	건수	증감률
라벨링/포장	2	33.3	0	0.0	1	7.7	1	0.0
성분부적합	2	33.3	8	100.0	8	61.5	0	100.0
위생	1	16.7	0	0.0	1	7.7	1	0.0
서류미비	0	0.0	0	0.0	1	7.7	1	0.0
잔류농약 검출	0	0.0	0	0.0	1	7.7	1	0.0
기타	1	16.7	0	0.0	1	7.7	1	0.0
합계	6	100.0	8	100.0	13	100.0	5	162.5

*출처: 2022년 연간 농식품 통관거부 및 리콜사례 동향분석, 한국농수산물유통공사

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

식품보충제 수출 시 주의해야 하는 식품표시기준종합공고

유럽연합은 한국 건강 기능 식품의 주요 수출 대상국 중 하나이며, 유럽연합 회원국으로 수출된 한국산 식물성 식품보충제 제품은 기준치를 초과한 에틸렌옥사이드 성분이 검출되는 문제가 자주 발생하여 관련 검사 증명서를 제출해야 하는 수입 요건이 추가된 바 있다. 이처럼, 유럽연합으로 건강 기능 식품을 수출하고자 하는 한국 식품 기업은 유럽연합에서 규정하는 '식품보충제' 관련 규정에 주의해야 하며, 식품보충제의 성분 기준과 함께 라벨링 기준을 꼼꼼히 확인하여 수출 시 문제가 발생하지 않도록 주의가 요구된다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98782

[위생·안전]

식품 첨가물 아질산염 및 질산염 사용 기준 강화 (2023년 10월 29일 발효)

2023년 10월 9일, 유럽연합(EU) 집행위원회는 「(EU) 2023/2108」을 통해 유럽 의회 및 이사회의 규정 「(EC) No 1333/2008」의 부록 II 및 위원회 규정 「(EU) No 231/2012」의 부록을 개정하고 식품 첨가물인 아질산염(nitrites, E249-250) 및 질산염(nitrates, E251-252)의 사용 기준을 강화했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98777

[라벨링]

한국 식품 수출 시 주의해야 하는 포장 정면(FOP)의 영양 라벨 표시 기준 종합

포장 전면(FOP, Front of Package) 영양 라벨 표시는 국가 대부분이 의무적으로 시행하는 식품 영양 정보 표시 기준과 함께 추가적으로 시행하는 식품 라벨링 제도로, 국가마다 표시 대상 영양 성분의 종류, 표시 방식 및 의무 적용 여부가 상이하다. 이에 한국 식품 기업이 식품 수출 시 주의해야 하는 주요 식품 수출 대상국의 포장 전면(FOP) 영양 라벨링 제도 시행 현황을 정리하여 제공한다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98755

[위생·안전]**특정 식품 내 니코틴 최대 잔류 함량 개정(2023년 9월 15일부터 적용)**

유럽연합위원회는 차, 장미 열매, 씨앗 향신료, 과일 향신료, 계피 내 니코틴 성분의 최대 잔류 함량을 수정하는 개정안 (EU) 2023/1536을 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98581

[규정·제도]**국경통제소에서 공식 통제가 면제되는 복합식품 목록 개정안 발표(2023년 9월 21일 발효)**

유럽연합(EU) 집행위원회는 위임규정 「(EU) 2021/630」의 '국경통제소(BCPs, Designated Border Control Posts)에서 공식 통제(official controls)가 면제되는 복합식품 목록'을 확대한 개정안 「(EU) 2023/1674」을 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98539

[규정·제도]**2023년 7월부터 한국의 즉석 면류 제품 수입 시 에틸렌옥사이드 증명서 제출 의무 면제 (단, 수입 검사율은 20% 이상 유지)**

유럽연합은 2023년 6월 8일 「특정 제3국에서 수입되는 일부 품목의 공식 통제 및 비상조치를 일시적으로 강화하는 보완 규정」 (EU)2019/1793을 수정하는 (EU)2023/1110을 공식 관보로 발표했다. (EU)2023/1110에는 한국산 즉석 면류 제품에 적용되었던 에틸렌옥사이드 성분 관련 수입 규제 강화 조치를 완화하는 내용이 포함되었으며, 이에 따라 한국산 즉석 면류 제품은 에틸렌옥사이드 성분 증명서 제출 요건이 2023년 7월부터 면제된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98015

[규정·제도]**2023년 6월 29일부터 산림 벌채로 생산되는 식품의 수입을 규제하는 산림 전용 방지 규정 시행**

유럽연합은 2023년 6월 9일 산림 벌채로 생산된 제품의 유럽연합 내 판매와 수출입을 금지하는 《산림전용(轉用) 규제 법안(Regulation on Deforestation-free products)》을 공식 관보로 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98014

[위생·안전]**플라스틱 제조에 사용되는 '비스페놀A' 고위험 우려 물질로 분류**

2023년 3월, 유럽 사법재판소는 플라스틱 제품 제조에 사용되는 화학물질인 비스페놀 A(BPA, Bisphenol A)를 고위험 우려 물질로 분류하기로 최종 판결했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97770

[라벨링]**음료류의 식품 영양등급 표시제(뉴트리스코어) 조정안 발표**

뉴트리스코어(Nutri-Score, 식품 영양등급표시제 운영위원회는 음료류를 대상으로 현재 식품 기반 영양권장사항에 따라 등급을 책정하는 뉴트리스코어 알고리즘 조정안을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97661&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]**단백질 가수분해물로 제조된 영아 및 성장기용 조제식의 단백질 요건에 관한 위임규정 개정**

유럽연합 집행위원회는 단백질 가수분해물로 제조된 영아용 및 성장기용 조제식의 단백질 요건에 관한 위임규정(EU) 2016/127의 개정을 고시했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97443&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[기타]**유럽소비자기구, 식음료 제품을 포함한 모든 제품에 '탄소 중립' 강조 표시 금지 요구**

유럽소비자기구는 2023년 3월 9일 유럽연합을 대상으로 식음료 제품을 포함해 모든 제품에 '탄소 중립' 강조 표시의 사용을 금지할 것을 요구했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97418

[위생·안전]**특정 식품 내 비소(arsenic)의 최대 수준 개정 공고(규정(EU)2023/465)**

영아용 조제식, 성장기용 조제식, 영유아용 특수의료용도 조제식 및 유아 조제식 내 비소 최대수준이 개정되었다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97354&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[위생·안전]**특정 식품에 대한 아바멕틴(abamectin)의 최대 잔류 허용 수준 수정(규정 (EC)No 396/2005)**

△셀러리 △딸기 △껍질 있는 콩, 완두콩 △토마토 등 특정 품목의 아바멕틴 최대 잔류 허용 수준이 개정되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97354&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[위생·안전]**아зок시스트로빈을 포함한 4가지 농약 성분의 잔류한계 기준치 수정**

유럽식품안전청은 특정 식료품에 대한 아зок시스트로빈(azoxystrobin), 프로숄포카브(prosulfocarb), 세닥산(sedaxane), 발리페날레이트(valifenalate)의 잔류한계 기준치(MRL)를 수정하여 공고했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97056&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[위생·안전]**특정 식품에 대한 사이로마진, 토프라메존, 트리플루미졸의 잔류한계 기준치 변경**

유럽연합 집행위원회는 특정 식품 내 사이로마진(Cyromazine), 토프라메존(Toprimezone), 트리플루미졸(Triflumizole) 성분의 잔류한계 기준치(MRL)를 개정하고 이에 따라 기존 규정의 부속서 I, III 및 V을 개정했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97007&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**베이커리 및 스낵 산업, EU의 새로운 포장 요건 준수를 위한 관리 정책 고안**

베이커리 및 스낵 제조업체는 유럽연합의 포장재 및 포장 폐기물 규정(PPWD) 최종 채택 시, 업계 영향력이 클 것으로 예상됨에 따라 이를 준수하는 포장 관리 정책을 준비하고 있다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96921&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=4&srchGubun

[규정·제도]**유기농 소금의 생산 기준을 추가한 규정 (EU) 2018/848의 수정 초안 공고**

유럽연합 위원회는 유기농 천일염(organic sea salt) 및 유기농 소금류(other organic salts)의 생산 기준을 추가한 규정 (EU)2018/848(유기농 제품의 유기농 생산 및 라벨링) 수정 초안을 공고하고, 2023년 1월 4일까지 수정 내용에 대한 의견을 접수할 예정이라고 밝혔다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96794

[위생·안전]**동물성 식품에 대한 과불화옥테인술폰산 성분 MRL 설정 공고**

유럽 식품안전국은 농약 성분인 포스맷(phosmet)의 위해성 평가가 불완전했기 때문에, 이로 인해 발생한 데이터 갭을 고려하여 일부 식품 품목에 적용되는 포스맷의 최대 잔류한계 기준치(MRL)를 수정한다고 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96766&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[위생·안전]**사과, 배 등 일부 품목의 포스맷 성분 MRL 수정 제안**

유럽 식품안전국은 식품 접촉 물질에 사용되는 과불화옥테인술폰산 성분(Perfluoroalkyl, PFASs)이 식품을 통해 인체에 노출되는 것을 방지하기 위해, 해당 성분의 식품 내 최대 잔류량에 대한 기준(MRL)을 설정하여 발표했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96766&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[기타]**건강 위험을 줄이기 위한 에너지음료의 법적 프레임워크 요구**

과학자들은 건강 위험이 있는 에너지 음료의 활성 성분 최대치와 용량 크기를 규제하고, 라벨링을 개선하기 위해 법적 프레임워크 및 관련 인식 개선 프로그램의 활성화를 요구했다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96687&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

[규정·제도]**수산물 등에 적용되는 동물성 식품의 특정 위생 요건 수정 공고**

유럽연합 위원회는 《규정(EU) 2019/624》의 쌍각류 조개류(bivalve molluscs)에 관한 부분과 수산물, 알류, 일부 고정제 제품(highly refined products, 히알루론산, 키토산, 글루코사민 등)에 관한 동물성 식품의 특정 위생 요건 《규정(EC) 853/2004》의 부속서 III을 개정한 《규정(EU) 2022/2258》을 발표했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96546

[기타]**합성 살충제의 사용을 2025년까지 완전 중지하는 시민 안건이 법안 채택 요건 충족**

Initiative) 안건이 백만 명 이상의 서명을 받아 유럽위원회 및 의회 안건으로 채택되기 위한 요건(임계값)을 충족함. 해당 안건은 농경지의 합성 살충제의 사용을 2030년까지 80%, 2035년까지 100%로 점진적으로 폐지하고 생물 다양성을 복원하고자 했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=96358&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=5&srchGubun

6 요약

6.1 보고서 소개

이탈리아 식품시장은 2022년 약 1,868억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 5.1% 증가했다.

이탈리아의 식품 수입액은 약 601억 달러로, 프랑스·독일·스페인 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 95위를 차지했다. 주요 수입품은 ①볶지 않은 커피 ②옥수수 기타 ③엑스트라 버진 올리브유로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 7,000만 달러로 전년 대비 5.2% 감소했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②조미 김 ③인스턴트 면류 기타이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 98%, 온라인 유통채널은 2%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①Esselunga ②Ipercoop ③Conad, 온라인 유통채널의 경우 ①Amazon Marketplace ②eBay Marketplace ③Amazon으로 나타났다.

그래프로 보는 이탈리아 식품시장

