

2023 농식품 수출국가 정보조사 「프랑스」

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프랑스 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)	68,521,974명, 전 세계 21위
민족구성	켈트족, 라틴족, 게르만족, 슬라브족, 북아프리카인(알제리계, 모로코계, 튀니지계), 인도차이나계, 바스크계 소수민족
언어	프랑스어, 지역 방언
종교 (2021년 추정치)	로마 가톨릭 47%, 이슬람교 4%, 개신교 2%, 불교 2%, 정교회 1%, 유대교 1%, 기타 1%, 무교 33%, 불특정 9%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 18.04% (남성 6,322,021/여성 6,040,773) 15~64세: 60.53% (남성 20,846,592/여성 20,632,418) 65세 이상: 21.42% (남성 6,409,883/여성 8,270,287)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 41.7세, 전 세계 43위 남성: 40세 여성: 43.4세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$3.048조 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 10위 \$2.854조 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$3.095조 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	6.82% (2021년 추정치), 전 세계 62위 -7.78% (2020년 추정치) 1.84% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$45,000 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 37위 \$42,200 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$45,900 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	1.7% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	2.8% (2016년 추정치)
주요 생산품	밀, 사탕무, 우유, 보리, 옥수수, 감자, 포도, 유채, 돼지고기, 사과 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<프랑스의 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

프랑스 식품 시장은 2018년 1,781억 달러에서 연평균 3.2% 성장하여 2022년 2,022억 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 415억 달러에서 연평균 2.4% 성장하여 2022년 456억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 22.6% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2018년 258억 달러에서 연평균 1.7% 성장하여, 2022년 276억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 13.6% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2018년 236억 달러에서 연평균 3.5% 성장하여, 2022년 271억 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 13.4% 비중을 차지하고 있다.

<프랑스 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	178.1	171.7	180.3	194.8	202.2	100.0	3.8	3.2
육류	41.5	39.3	41.9	43.9	45.6	22.6	3.9	2.4
베이커리 및 곡물류	25.8	24.8	25.7	27.8	27.6	13.6	-0.9	1.7
낙농품	23.6	22.8	23.8	25.9	27.1	13.4	4.6	3.5
스낵류	20.8	20.4	21.5	23.8	25.1	12.4	5.7	4.8
채소류	16.6	16.0	16.8	18.3	19.2	9.5	4.8	3.7
수산물	12.3	11.9	12.5	13.8	14.3	7.1	4.1	4.0
과일 및 견과류	12.1	11.7	12.2	13.3	13.9	6.9	4.1	3.6
편의식품	7.7	7.5	7.9	8.7	9.1	4.5	5.4	4.2
유지류	4.2	4.1	4.3	4.7	4.9	2.4	4.1	3.6
펫푸드	4.0	4.1	4.5	4.6	4.8	2.4	4.5	4.6
소스 및 향신료	4.0	3.9	4.0	4.4	4.6	2.3	5.5	3.8
스프레드 및 당류	4.0	3.7	3.8	4.0	4.2	2.1	4.3	1.1
영유아식품	1.5	1.5	1.6	1.7	1.7	0.9	5.5	4.7

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

프랑스의 1인당 식품 소비액은 2018년 2,740달러에서 연평균 3.0% 성장하여 2022년 3,083달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 637달러에서 연평균 2.2% 성장하여 2022년 약 695달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 22.6% 비중을 차지하고 있다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비액은 2018년 약 397달러에서 연평균 1.4% 성장하여 2022년 약 420달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.6% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비액은 2018년 약 363달러에서 연평균 3.3% 성장하여 2022년 약 413달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.4% 비중을 차지하고 있다.

<프랑스 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	2,740.0	2,637.0	2,763.0	2,977.0	3,083.0	100.0	3.6	3.0
육류	637.8	603.9	641.6	670.6	695.3	22.6	3.7	2.2
베이커리 및 곡물류	397.6	380.5	393.6	425.6	420.6	13.6	-1.2	1.4
낙농품	363.3	350.0	364.1	396.2	413.2	13.4	4.3	3.3
스낵류	320.6	313.0	329.9	363.5	383.2	12.4	5.4	4.6
채소류	255.1	246.1	256.6	279.7	292.4	9.5	4.5	3.5
수산물	188.9	183.2	192.0	210.5	218.6	7.1	3.8	3.7
과일 및 견과류	185.7	179.2	186.8	203.7	211.7	6.9	3.9	3.3
편의식품	119.1	115.4	120.8	132.2	139.0	4.5	5.1	3.9
유지류	65.1	62.9	65.7	71.7	74.5	2.4	3.9	3.4
펫푸드	62.2	63.5	68.5	70.8	73.8	2.4	4.2	4.3
소스 및 향신료	61.4	59.2	61.7	67.2	70.8	2.3	5.3	3.6
스프레드 및 당류	61.2	57.0	57.6	60.8	63.3	2.1	4.2	0.9
영유아식품	22.2	22.8	23.7	25.2	26.5	0.9	5.0	4.4

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

프랑스의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 548kg에서 연평균 0.4% 감소하여 2022년 540kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 130kg에서 연평균 1.1% 감소하여 2022년 약 125kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 23.2% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 102kg에서 연평균 0.1% 감소하여 2022년 약 101kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 18.9% 비중을 차지하고 있다.

낙농품

낙농품 소비량은 2018년 99kg에서 연평균 0.3% 감소하여 2022년 약 97kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 18.1% 비중을 차지하고 있다.

<프랑스 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	548.7	542.7	547.7	545.3	540.2	100.0	-0.9	-0.4
베이커리 및 곡물류	130.9	130.5	131.7	131.9	125.4	23.2	-4.9	-1.1
채소류	102.4	101.1	101.3	101.4	101.9	18.9	0.5	-0.1
낙농품	99.0	97.5	97.8	97.5	97.8	18.1	0.3	-0.3
육류	46.7	45.4	47.0	45.1	44.8	8.3	-0.5	-1.0
과일 및 견과류	45.9	44.7	44.5	44.1	44.1	8.2	-0.1	-1.0
스낵류	40.3	40.5	41.4	41.9	42.6	7.9	1.5	1.4
펫푸드	17.6	18.2	18.9	18.3	18.3	3.4	0.1	1.0
편의식품	15.5	15.3	15.5	15.5	15.6	2.9	1.0	0.2
스프레드 및 당류	16.4	15.8	15.4	15.0	15.0	2.8	-0.2	-2.2
소스 및 향신료	12.9	13.0	13.2	13.4	13.5	2.5	1.2	1.2
유지류	11.2	11.1	11.2	11.2	11.1	2.1	-0.4	-0.2
수산물	8.0	8.0	8.1	8.2	8.1	1.5	-0.5	0.3
영유아식품	1.7	1.8	1.8	1.9	1.9	0.4	1.0	2.9

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

프랑스 식품 시장은 2022년 이후 연평균 3.1% 성장하여 2026년 2,285억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 2.9% 성장하여 2026년 511억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2022년 이후 연평균 4.1% 성장하여 2026년 318억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2022년 이후 연평균 2.6% 성장하여 2026년 306억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<프랑스 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	202.2	208.6	215.4	222.1	228.5	100.0	2.9	3.1
육류	45.6	47.2	48.4	49.7	51.1	22.3	2.7	2.9
낙농품	27.1	28.2	29.4	30.6	31.8	13.9	4.1	4.1
베이커리 및 곡물류	27.6	28.3	29.0	29.8	30.6	13.4	2.8	2.6
스낵류	25.1	26.0	27.1	28.2	28.9	12.7	2.6	3.6
채소류	19.2	19.7	20.3	21.0	21.6	9.5	3.1	3.0
수산물	14.3	14.8	15.3	15.7	16.1	7.1	2.5	3.0
과일 및 견과류	13.9	14.2	14.5	14.9	15.2	6.6	2.3	2.3
편의식품	9.1	9.4	9.7	10.0	10.3	4.5	2.6	3.0
유지류	4.9	5.0	5.2	5.4	5.5	2.4	2.4	3.0
펫푸드	4.8	5.0	5.1	5.3	5.4	2.4	2.5	2.7
소스 및 향신료	4.6	4.8	5.0	5.1	5.3	2.3	3.1	3.1
스프레드 및 당류	4.2	4.3	4.4	4.5	4.7	2.0	2.6	2.9
영유아식품	1.7	1.8	2.0	2.0	2.2	0.9	6.4	5.4

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 프랑스의 식품 수출액은 약 883억 7,018만 달러로 2021년 대비 7.0% 증가하였다. 또한, 2018년 약 725억 5,518만 달러에서 연평균 5.1% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 0.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7억 666만 달러로 2021년 대비 8.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.0% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

벨기에로의 식품 수출액은 10.9%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 96억 2,400만 달러로 2021년 대비 9.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.9% 증가하는 추세를 보인다.

독일로의 식품 수출액은 10.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 89억 946만 달러로 2021년 대비 4.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.1% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 미국(8.1%), 스페인(8.0%), 이탈리아(7.9%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<프랑스 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	72,555,181	71,266,734	70,144,449	82,553,716	88,370,185	100.0	7.0	5.1
1 벨기에	7,649,300	7,229,580	7,225,804	8,822,685	9,624,009	10.9	9.1	5.9
2 독일	7,589,457	7,338,512	7,403,627	8,553,693	8,909,469	10.1	4.2	4.1
3 미국	5,486,015	5,840,828	5,192,656	6,895,089	7,175,114	8.1	4.1	6.9
4 스페인	5,697,688	5,316,945	5,205,712	6,083,051	7,035,461	8.0	15.7	5.4
5 이탈리아	6,369,867	6,149,463	5,788,854	6,485,703	6,995,104	7.9	7.9	2.4
6 영국	6,463,363	6,080,024	6,084,113	6,461,412	6,357,611	7.2	-1.6	-0.4
7 네덜란드	4,393,297	4,117,762	4,410,453	5,462,213	6,229,313	7.0	14.0	9.1
8 중국	2,897,525	3,316,273	3,922,474	5,186,913	4,088,829	4.6	-21.2	9.0
9 스위스	1,952,867	1,947,152	2,021,061	2,330,015	2,313,868	2.6	-0.7	4.3
10 모로코	514,869	763,296	806,905	711,728	1,749,810	2.0	145.9	35.8
:								
20 대한민국	482,880	451,257	483,778	653,440	706,666	0.8	8.1	10.0

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준으로 **포도주(2% 이하)**, **밀 기타**, **발포성 포도주**, **포도 증류주**, **치즈 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

포도주(2% 이하) 수출액은 8.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 77억 890만 달러로 2021년 대비 4.4% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 2.7% 증가하는 추세를 보인다.

밀 기타 수출액은 7.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 66억 5,722만 달러로 2021년 대비 61.8% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.0% 증가하는 추세를 보인다.

발포성 포도주 수출액은 5.5% 비중을 차지하며, 2022년 약 48억 9,959만 달러로 2021년 대비 5.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 6.6% 증가하는 추세를 보인다.

포도 증류주 수출액은 4.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 43억 5,939만 달러로 2021년 대비 3.1% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 2.5% 증가하는 추세를 보인다.

치즈 기타 수출액은 2.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 25억 4,570만 달러로 2021년 대비 1.4% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 1.4% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **빵 기타(2.8%)**, **조제식료품(2.2%)**, **보리 기타(2.0%)** 등을 수출하였다.

<프랑스 식품 수출품목 현황(2018~2022)>-1개 추가

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	72,555,181	71,266,734	70,144,449	82,553,716	88,370,185	100.0	7.0	5.1
1 포도주(2% 이하)	6,923,676	6,758,669	6,371,888	8,062,903	7,708,903	8.7	-4.4	2.7
2 밀 기타	3,675,091	3,865,264	4,099,634	4,114,477	6,657,227	7.5	61.8	16.0
3 발포성 포도주	3,794,097	3,856,590	3,193,418	4,640,665	4,899,592	5.5	5.6	6.6
4 포도 증류주	3,952,015	4,146,876	3,318,743	4,499,950	4,359,397	4.9	-3.1	2.5
5 치즈 기타	2,408,732	2,332,994	2,358,469	2,580,651	2,545,709	2.9	-1.4	1.4
6 빵 기타	1,928,744	1,959,274	1,881,461	2,335,908	2,467,017	2.8	5.6	6.3
7 조제식료품	1,725,938	1,660,018	1,683,295	1,994,661	1,921,736	2.2	-3.7	2.7
8 보리 기타	1,311,936	1,505,710	1,355,608	1,646,036	1,795,561	2.0	9.1	8.2
9 옥수수 기타	993,732	731,306	912,327	1,115,876	1,519,306	1.7	36.2	11.2
10 사탕수수 기타	1,303,670	891,546	940,267	763,498	1,080,645	1.2	41.5	-4.6

*주: HS CODE(2204.21, 1001.99, 2204.10, 2208.20, 0406.90, 1905.90, 2106.90, 1003.90, 1005.90, 1701.99)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 프랑스의 식품 수입액은 약 725억 1,990만 달러로, 2021년 대비 6.4% 증가하였다. 또한, 2018년 약 608억 6,062만 달러에서 연평균 4.5% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 0.1% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 5,370만 달러로 2021년 대비 19.2% 증가하였다. 또한, 2018년 약 2,944만 달러에서 연평균 16.2% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

스페인에서의 식품 수입액은 13.1%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 95억 2,082만 달러로 2021년 대비 0.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 83억 8,717만 달러에서 연평균 3.2% 증가하는 추세를 보인다.

벨기에에서의 식품 수입액은 12.2% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 88억 3,357만 달러로 2021년 대비 6.7% 증가하였다. 또한, 2018년 약 78억 9,678만 달러에서 연평균 2.8% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **네덜란드(11.7%), 독일(10.2%), 이탈리아(8.6%)** 등에서 식품을 수입하고 있다.

<프랑스 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)	
전체	60,860,624	58,812,040	59,783,886	68,134,207	72,519,906	100.0	6.4	4.5	
1	스페인	8,387,173	8,104,028	8,724,685	9,455,378	9,520,820	13.1	0.7	3.2
2	벨기에	7,896,785	7,488,986	7,328,690	8,277,646	8,833,574	12.2	6.7	2.8
3	네덜란드	7,485,863	7,068,406	6,695,270	7,834,251	8,471,288	11.7	8.1	3.1
4	독일	7,098,142	6,713,977	6,711,951	7,374,811	7,392,469	10.2	0.2	1.0
5	이탈리아	5,244,240	5,204,204	5,477,908	6,245,308	6,256,301	8.6	0.2	4.5
6	영국	2,468,295	2,331,192	2,119,272	3,256,655	3,836,977	5.3	17.8	11.7
7	폴란드	1,616,461	1,758,103	1,947,448	2,318,284	2,803,815	3.9	20.9	14.8
8	스위스	2,104,566	2,048,882	2,117,308	2,222,046	2,009,827	2.8	-9.6	-1.1
9	브라질	1,384,808	1,302,504	1,222,835	1,354,028	1,787,279	2.5	32.0	6.6
10	모로코	1,279,361	1,222,755	1,305,408	1,470,818	1,674,849	2.3	13.9	7.0
:									
69	대한민국	29,440	28,734	30,045	45,041	53,701	0.1	19.2	16.2

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **볶은 커피, 빵 기타, 대두유 추출 유박, 조제식료품, 버터** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

볶은 커피 수입액은 2.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 21억 616만 달러로 2021년 대비 5.8% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 0.8% 증가하는 추세를 보인다.

빵 기타 수입액은 2.4% 비중을 차지하며, 2022년 약 17억 2,752만 달러로 2021년 대비 1.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 5.1% 증가하는 추세를 보인다.

대두유 추출 유박 수입액은 2.2% 비중을 차지하며, 2022년 약 15억 6,598만 달러로 2021년 대비 11.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 7.8% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 수입액은 2.1% 비중을 차지하며, 2022년 약 15억 2,212만 달러로 2021년 대비 2.8% 감소하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 5.7% 증가하는 추세를 보인다.

버터 수입액은 1.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 13억 6,389만 달러로 2021년 대비 53.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 4.7% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **치즈와 커드(1.9%), 절단한 냉장 닭고기(1.5%), 초콜릿 기타(1.5%)** 등을 수입하였다.

<프랑스 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	60,860,624	58,812,040	59,783,886	68,134,207	72,519,906	100.0	6.4	4.5
1 볶은 커피	2,040,158	1,991,656	2,074,244	2,236,848	2,106,164	2.9	-5.8	0.8
2 빵 기타	1,416,883	1,436,630	1,468,362	1,710,718	1,727,521	2.4	1.0	5.1
3 대두유 추출 유박	1,158,772	1,170,247	1,102,946	1,406,268	1,565,980	2.2	11.4	7.8
4 조제식료품	1,220,435	1,154,826	1,190,337	1,566,644	1,522,125	2.1	-2.8	5.7
5 버터	1,136,392	899,332	721,145	890,890	1,363,894	1.9	53.1	4.7
6 치즈와 커드	997,018	1,025,864	1,061,581	1,205,617	1,362,834	1.9	13.0	8.1
7 절단한 냉장 닭고기	652,795	675,876	654,675	834,240	1,092,744	1.5	31.0	13.7
8 초콜릿 기타	1,019,899	1,021,172	969,137	1,134,034	1,091,742	1.5	-3.7	1.7
9 유채(저에루크산)	451,741	565,865	706,496	1,015,277	1,046,857	1.4	3.1	23.4
10 맥주	984,692	1,017,385	1,030,500	1,031,528	1,011,213	1.4	-2.0	0.7

*주: HS CODE(0901.21, 1905.90, 2304.00, 2106.90, 0405.10, 0406.90, 0207.13, 1806.90, 1205.10, 2203.00)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對프랑스 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 1억 1,619만 달러로 2018년 약 7,919만 달러에서 연평균 10.1% 증가하였다.

수산물

수산물 수출액은 61.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 7,131만 달러로 2021년 대비 7.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.0%의 증가세를 보이고 있다.

농산물

농산물 수출액은 36.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 4,278만 달러로 2021년 대비 33.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.1%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 1.7% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 194만 달러로 2021년 대비 38.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.6%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 0.1% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 15만 달러로 2021년 대비 13.7% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 7.6%의 증가세를 보이고 있다.

<한국산 對프랑스 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	79,191	73,451	58,652	100,097	116,196	100	16.1	10.1
수산물	52,445	46,001	36,770	66,373	71,317	61.4	7.4	8.0
농산물	25,234	25,638	20,637	32,137	42,780	36.8	33.1	14.1
임산물	1,395	1,560	1,041	1,405	1,942	1.7	38.2	8.6
축산물	118	253	204	183	158	0.1	-13.7	7.6

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **라면, 조미 김, 인스턴트 면류 기타, 기타 무알콜 음료, 베이커리 제품** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '소주'와 '소스 조제품 기타' 등이 있으며, 2022년 '소주'는 최근 5년간 연평균 성장률 52.2%를 기록했다. '소스 조제품 기타' 역시 같은 기간 동안 연평균 37.9%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

라면 수출액은 5.7%의 비중을 차지하며, 2022년 약 659만 달러로 2021년 대비 39.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 20.7% 증가하는 추세를 보인다.

조미 김 수출액은 4.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 506만 달러로 2021년 대비 32.6% 감소하였다.

인스턴트 면류 기타 수출액은 1.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 154만 달러로 2021년 대비 10.5% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 8.1% 증가하는 추세를 보인다.

기타 무알콜 음료 수출액은 1.1%의 비중을 차지하며, 2022년 약 125만 달러로 2021년 대비 2.0% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 19.3% 증가하는 추세를 보인다.

베이커리 제품 수출액은 0.8%의 비중을 차지하며, 2022년 약 95만 달러로 2021년 대비 26.3% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 8.7% 증가하는 추세를 보인다.

<한국산 對프랑스 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	79,191	73,451	58,652	100,097	116,196	100.0	16.1	10.1
1 라면	3,109	2,168	5,179	4,720	6,594	5.7	39.7	20.7
2 조미 김	N/A	1,501	5,229	7,518	5,065	4.4	-32.6	N/A
3 인스턴트 면류 기타	1,134	1,018	1,114	1,727	1,547	1.3	-10.5	8.1
4 기타 무알콜 음료	619	820	923	1,281	1,255	1.1	-2.0	19.3
5 베이커리 제품	685	757	1,029	1,299	958	0.8	-26.3	8.7
6 김치	384	441	503	750	734	0.6	-2.1	17.6
7 소스 조제품 기타	200	254	368	989	724	0.6	-26.9	37.9
8 속을 채운 파스타	564	705	680	898	689	0.6	-23.2	5.1
9 소주	115	116	203	239	616	0.5	158.4	52.2
10 조제보존 과일 및 견과류	434	699	276	79	571	0.5	621.4	7.1

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2008.99-5010, 1902.30-1090, 2202.99-9000, 1905.90-1090, 2005.99-1000, 2103.90-9090, 1902.20-0000, 2208.90-4000, 2008.99-9000)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2

식품 유통현황

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 프랑스 오프라인 유통채널 규모

개요

프랑스의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2018년 2,287억 4,300만 유로에서 연평균 0.7% 성장하여 2022년 2,348억 8,800만 유로로 집계되었다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2018년 882억 9,000만 유로에서 연평균 0.3% 성장하여 2022년 892억 1,400만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 38.0% 비중을 차지하고 있다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2018년 635억 2,300만 유로에서 연평균 0.8% 성장하여 2022년 654억 6,200만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 27.9% 비중을 차지하고 있다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2018년 324억 4,900만 유로에서 연평균 1.7% 성장하여 2022년 346억 4,800만 유로로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널에서 14.8% 비중을 차지하고 있다.

<프랑스 오프라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	228,743	230,990	232,699	233,106	234,888	100.0	0.8	0.7
하이퍼마켓	88,290	88,519	88,967	88,887	89,214	38.0	0.4	0.3
슈퍼마켓	63,523	63,714	67,409	65,791	65,462	27.9	-0.5	0.8
전문 판매점	32,449	33,357	31,789	33,283	34,648	14.8	4.1	1.7
할인점	17,088	17,532	17,432	17,650	18,015	7.7	2.1	1.3
소규모 식료품점	17,269	17,753	16,563	16,846	16,273	6.9	-3.4	-1.5
편의점	8,171	8,180	8,891	8,865	9,219	3.9	4.0	3.1
포코트리테일러	1,869	1,839	1,519	1,634	1,888	0.8	15.5	0.3
창고형 매장	85	98	129	151	169	0.1	12.2	18.9

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

*출처: 「Retail in France」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

개요

프랑스의 오프라인 유통채널의 매장 수는 2018년 13만 960개에서 연평균 0.8% 감소하여 2022년 12만 6,665개로 집계되었다.

전문 판매점

전문 판매점 매장 수는 2018년 7만 8,445개에서 연평균 0.9% 감소하여 2022년 7만 5,636개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 59.7%를 차지하고 있다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점 매장 수는 2018년 2만 6,135개에서 연평균 1.0% 감소하여 2022년 2만 5,055개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 19.8%를 차지하고 있다.

편의점

편의점 매장 수는 2018년 9,048개에서 연평균 0.7% 증가하여 2022년 9,313개로 집계되었으며, 전체 오프라인 유통채널 매장의 7.4%를 차지하고 있다.

<프랑스 오프라인 유통채널 매장수(2018~2022)>

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	130,960	131,621	128,087	127,547	126,665	100.0	-0.7	-0.8
전문 판매점	78,445	78,901	76,455	76,169	75,636	59.7	-0.7	-0.9
소규모 식료품점	26,135	26,287	25,472	25,360	25,055	19.8	-1.2	-1.0
편의점	9,048	9,202	9,282	9,301	9,313	7.4	0.1	0.7
슈퍼마켓	7,984	7,952	7,879	7,827	7,851	6.2	0.3	-0.4
포코트리테일러	4,257	4,230	4,150	4,043	3,979	3.1	-1.6	-1.7
할인점	3,510	3,479	3,296	3,296	3,296	2.6	0.0	-1.6
하이퍼마켓	1,580	1,569	1,552	1,549	1,533	1.2	-1.0	-0.8
창고형 매장	1	1	1	2	2	0.0	0.0	18.9

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

*출처: 「Retail in France」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

①E Leclerc

협동조합원이 각각의 매장을 운영하는 브랜드로, 2022년 13.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.6% 증가하였으며, 2019년 대비 연평균 1.0% 증가하였다.

②Intermarché

ITM Enterprises SA 소속으로, 2022년 12.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 3.2% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 0.6% 증가하였다.

③Carrefour

Carrefour SA 소속으로, 2022년 9.2%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.1% 증가한 반면, 2019년 대비 연평균 0.4% 감소하였다.

④Auchan

Auchan Group SA 소속으로, 2022년 6.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.5% 감소하였으며, 2019년 대비 연평균 1.9% 감소하였다.

⑤Super U

Système U Centrale Nationale SA 소속으로, 2022년 5.6%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 1.9% 증가하였다.

<프랑스 오프라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 E Leclerc	12.7	12.9	12.9	13.1	1.6	1.0
2 Intermarché	11.9	12.6	12.5	12.1	-3.2	0.6
3 Carrefour	9.3	9.1	9.1	9.2	1.1	-0.4
4 Auchan	7.0	6.8	6.7	6.6	-1.5	-1.9
5 Super U	5.3	5.6	5.6	5.6	0.0	1.9
6 Carrefour Market	4.7	5.0	5.0	5.2	4.0	3.4
7 Lidl	4.6	4.8	4.8	4.9	2.1	2.1
8 Aldi	1.4	1.5	2.0	2.1	5.0	14.5
9 Cora	2.0	2.0	2.0	2.0	0.0	0.0
10 Monoprix	1.8	1.7	1.7	1.7	0.0	-1.9

*출처: 「Retail in France」(유로모니터)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	E Leclerc	창립연도	1948년
	점유율	13.1%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	e.leclerc.com	매장 수	583개
	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스의 하이퍼마켓 협동조합 브랜드로, 조합에서 직접 매장을 운영 - 프랑스 지역에서 생산된 유기농 농산물을 제공하며 이들과 협력하여 매장을 운영 - 매주 카탈로그를 교체하여 할인 품목을 저렴하게 구입할 수 있게 함 - E Clerc Drive를 통해 비대면 제품 픽업이 가능함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in France」(유로모니터), 프랑스 E Leclerc 홈페이지(e.leclerc.com), 프랑스 E Leclerc 소셜미디어 계정

	브랜드명	Intermarché	창립연도	1969년
	점유율	12.1%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	Intermarche.com	매장 수	1570개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓·하이퍼마켓 브랜드로, ITM Entreprises SA 산하의 브랜드 - 공정무역 식료품, 유기농 및 비건 식료품 코너를 통해 윤리적 소비를 권장 - 셀프 샐러드 바 및 푸드코트 등을 내부에 갖추고 있어 식사를 가능하게 함 - 모든 매장에서 픽업 서비스·배송 서비스를 제공하지만 식사류를 판매하지 않는 매장이 있음 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in France」(유로모니터), Intermarche 홈페이지(Intermarche.com), 프랑스 Intermarche 소셜미디어 계정

	브랜드명	Carrefour	창립연도	1958년
	점유율	9.2%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	carrefour.fr	매장 수	859개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로 Carrefour SA 산하의 브랜드 - 계절별로 구입 가능한 채소·과일 등에 대해 카탈로그로 정보를 제공 - 지역 농가에서 구입한 농산물을 우선으로 판매하며 이를 이용한 조리법과 활용 방법을 제공함 - 타 브랜드에 비해 한국산 소스, 김치, 라면 등의 유통 비율이 높으며 매장에 따라 판매대에 한국산 식품임을 명시하는 곳도 존재 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*「[파리지사] 이슈조사 2023 최종본」(한국농수산물유통공사), p36

*출처 : 「Retail in France」(유로모니터), 프랑스 Carrefour 홈페이지(carrefour.fr), 프랑스 Carrefour 소셜미디어 계정

	브랜드명	Auchan	창립연도	1961년
	점유율	6.6%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	auchan.fr	매장 수	415개**
	<ul style="list-style-type: none"> - 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드로, Auchan Group SA 산하의 브랜드 - 다른 브랜드에 비해 가격이 비싼 편이며 묶음상품의 판매 비중이 높음 - 매주 다른 카탈로그를 제공하여 할인 행사를 진행함 - 아시아 식품 판매대의 규모가 큰 편 - DHL Express Service와 협업하여 고객들의 식품을 배송함 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in France」(유로모니터), 프랑스 Auchan 홈페이지(auchan.fr), 프랑스 Auchan 소셜미디어 계정

**편의점을 제외한 하이퍼마켓·슈퍼마켓 매장만 집계

	브랜드명	Super U	창립연도	1894년
	점유율	5.6%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	magasins-u.com	매장 수	808개
	<ul style="list-style-type: none"> - 슈퍼마켓 브랜드로, Système U Centrale Nationale SA의 산하 브랜드 - Super U et Drive라는 매장에 한정하여 온라인 선주문 제품을 주차장 지정 구역에서 수령 가능함 - E Leclerc, Intermarche 등의 식료품점에 비해 가격이 비쌘 			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처 : 「Retail in France」(유로모니터), 프랑스 Super U 홈페이지(magasins-u.com), Super U 소셜미디어 계정

2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2022년 프랑스의 식품 온라인 시장 규모는 107억 1,500만 유로 규모로 전년 대비 4.1% 증가했으며 최근 5년간 연평균(CAGR) 14.8% 성장했다.

<프랑스 온라인 유통채널 규모(2018~2022)>

(단위: 백만 유로, %)

2018	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
6,161	6,521	9,529	10,294	10,715	4.1	14.8

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

*출처: 「Retail in France」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

① Amazon Marketplace

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 10.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 2.8% 감소한 반면, 2019년 대비 연평균 1.0% 증가하였다.

② Amazon

Amazon.com Inc에서 운영하는 사이트로, 2022년 9.6%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 4.0% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 0.3% 감소하였다.

③ E Leclerc

E Leclerc 브랜드가 운영하는 사이트로, 2022년 9.1%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 1.1% 증가하였고, 2019년 대비 연평균 1.5% 증가하였다.

④ Veepee

Vente-privee.com SA에서 운영하는 사이트로, 2022년 3.9%의 점유율을 차지하였다. 2021년 대비 4.9% 감소하였고, 2019년 대비 연평균 1.7% 감소하였다.

⑤ Cdiscount

Casino Guichard-Perrachon SA에서 운영하는 사이트로, 2022년 3.3%의 점유율을 차지하였다. 2019년 대비 연평균 10.5% 감소하였다.

<프랑스 온라인 유통채널 브랜드 점유율 순위(2019~2022)>

(단위: %)

구분	2019	2020	2021	2022	YoY (21/22)	CAGR (19/22)
1 Amazon Marketplace	10.3	10.7	10.9	10.6	-2.8	1.0
2 Amazon	9.7	9.7	10.0	9.6	-4.0	-0.3
3 Leclerc	8.7	9.5	9.0	9.1	1.1	1.5
4 Veepee Marketplace	4.1	3.7	4.1	3.9	-4.9	-1.7
5 Cdiscount	4.6	3.7	3.3	3.3	0.0	-10.5
6 Cdiscount Marketplace	3.6	3.2	3.0	3.1	3.3	-4.9
7 Carrefour	2.3	2.5	2.7	2.7	0.0	5.5
8 Intermarché	1.6	2.4	2.5	2.5	0.0	16.0
9 Courses U	1.6	1.9	1.9	2.0	5.3	7.7
10 Nespresso	1.5	1.8	2.0	2.0	0.0	10.1

*출처: 「Retail in France」(유로모니터)

2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	amazon	운영업체	Amazon.com.Inc
	점유율	9.6%	웹사이트	amazon.fr
사진	<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 B2C 전자상거래 플랫폼 - 가공식품 위주로 판매를 많이 진행함 - 한국 식료품 중에서 고추장 등의 소스류 제품이 상위 카테고리에 위치함 - 유료 구독 회원들에게도 당일배송 서비스를 제공하지 않는다는 것이 특징이지만 Casino라는 식료품 브랜드의 Monoprix 슈퍼마켓에서 구입한 식료품을 2시간 내에 배송하는 서비스를 제공 			
				
	사이트 화면	아마존 프랑스에서 판매되는 고추장		

*출처 : 「Retail in France」(Euromonitor), 프랑스 아마존 홈페이지(amazon.fr), 프랑스 Amazon 소셜미디어 계정

	사이트명	leclerc	운영업체	E Leclerc
	점유율	9.1%	웹사이트	e.leclerc
사진	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 대형 식료품 프랜차이즈의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 유기농 브랜드 구분, Nutriscore 표시제 등 식료품별 소비 선택지를 제공함 - 프랑스 leclerc 전 지점에서 사용할 수 있는 기프트카드를 판매하며 주문 금액에 관계없이 무료 배송을 제공하는 기프트카드 종류도 구입 가능 - 6개의 PB 식료품을 제공하여 저렴한 가격에 식료품을 구입할 수 있음 			
				
	사이트 화면	다양한 혜택을 제공하는 기프트 카드		

*출처 : 「Retail in France」(Euromonitor), leclerc 홈페이지(e.leclerc/e/marque-repere), E leclerc 소셜미디어 계정

	사이트명	carrefour	운영업체	Carrefour SA
	점유율	2.7%	웹사이트	carrefour.fr
	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 대형 식료품 프랜차이즈 Carrefour의 B2C 전자상거래 플랫폼 - 크리스마스 및 브랜드 프로모션의 일환으로 다양한 제품 할인 카탈로그를 제공함 - 한국 식료품의 경우 가공식품이 상위 카테고리에 위치하며 비비고의 고추장과 농심의 신라면, 오뚜기의 진라면 등이 상위 3개 품목임 - 픽업 서비스는 상한 금액이 없는 무료로 제공되며 24시간 내 배송, 고속배송 옵션 등은 일정 금액 구매 시에 제공됨 			
사진			<p>Drive Collect your groceries from 9:00 a.m. today By car or on foot. Free preparation Fees! Choose</p> <p>Delivery Your full load of groceries delivered from 6:00 p.m. today Minimum order of €60.00, free delivery costs from €60.00 purchase Choose</p> <p>Express delivery Your shopping delivered to your home in 1 hour At your home in 1 hour, minimum order of €20.00, delivery costs €1.90 Choose</p> <p><small>Prices and availability of products may vary depending on the geographic area and depending on the choice of service (drive, delivery the same day or tomorrow, delivery within 1 hour). *Conditions not applicable to products sold by the marketplace.</small></p>	
	사이트 화면		다양한 배송 옵션 제공	

*출처 : 「Retail in France」(Euromonitor), 프랑스 Carrefour 홈페이지(carrefour.fr), 프랑스 Carrefour 소셜미디어 계정

2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

프랑스의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2022년 2,348억 8,800만 유로에서 연평균 0.8% 감소하여 2026년에는 2,274억 2,600만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2022년 892억 1,400만 유로에서 연평균 1.9% 감소하여 2026년 827억 9,100만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2022년 654억 6,200만 유로에서 연평균 0.9% 감소하여 2026년 632억 4,600만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

전문 판매점

전문 판매점의 규모는 2022년 346억 4,800만 유로에서 연평균 1.2% 성장하여 2026년 363억 6,100만 유로 규모에 이를 것으로 전망된다.

<프랑스 오프라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 유로, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	234,888	230,547	228,243	227,801	227,426	100.0	-0.2	-0.8
하이퍼마켓	89,214	87,341	85,653	84,137	82,791	36.4	-1.6	-1.9
슈퍼마켓	65,462	63,682	62,807	63,058	63,246	27.8	0.3	-0.9
전문 판매점	34,648	34,891	35,291	35,884	36,361	16.0	1.3	1.2
할인점	18,015	17,673	17,690	17,956	18,362	8.1	2.3	0.5
소규모 식료품점	16,273	15,594	15,349	15,274	15,155	6.7	-0.8	-1.8
편의점	9,219	9,201	9,274	9,330	9,367	4.1	0.4	0.4
포코트리테일러	1,888	1,928	1,908	1,872	1,836	0.8	-2.0	-0.7
창고형 매장	169	239	271	290	308	0.1	6.3	16.1

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

*출처: 「Retail in France」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

프랑스의 온라인 식품 유통채널 시장규모는 2022년 이후 5년간 연평균 2.9%로 성장하여, 2026년 119억 9,300만 유로에 이를 것으로 예상된다.

<프랑스 온라인 식품 유통채널 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 유로, %)

2022	2023	2024	2025	2026	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
10,715	10,981	11,259	11,634	11,993	3.1	2.9

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

*출처: 「Retail in France」(유로모니터)

2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

프랑스 식품 유통구조 (2022.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 현황 및 특징 - 온라인 유통채널 현황 및 특징
프랑스 온·오프라인 식품 유통채널 (2022.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 현대식 유통채널: ①Lidi ②Aldi ③Leader Price · 편의점: ①Casino shop ②Carrefour Express ③Franprix · 슈퍼마켓: ①Intermarché ②Carrefour Market ③Metro · 하이퍼마켓: ①E Leclerc ②Carrefour ③Intermarché · 전통식: ①Carreau des Halles ②Les Sables d'Olonne ③halles de Bacalan - 온라인 유통채널 유형 <ul style="list-style-type: none"> · 전자상거래: ①Amazon ②Leclerc ③Cdiscount · 홈쇼핑: ①QVC ②Teleshopping ③La Redoute SA

2.4.2 품목보고서

프랑스 가공식품 유통정보 (2023.09)	<p>[맛밥]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 유통채널 점유율 - 프랑스 가공식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①르플레어 ②까르푸 ③케이마트 ④파리스토어 ⑤까르푸 익스프레스 ⑥프랑프리 ⑦시티파르마 ⑧몽쥬약국
프랑스 건강기능식품 유통정보 (2023.09)	<p>[콜라겐]</p> <ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 유통채널 점유율 - 프랑스 건강기능식품의 주요 유통채널 <ul style="list-style-type: none"> · 주요 유통채널: ①갤러리라파예트 ②르봉마르세 ③시티파르마 ④몽쥬약국 ⑤씨 디스카운트 ⑥아마존 프랑스
프랑스 신선식품 유통정보	

2.4.3 해외지사 발간 보고서

프랑스 비건 식품 시장 분석 (2022.08)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 3국 및 기타국의 소비동향 및 유통현황 분석 · 비건 식품 유통현황(유통경로 및 주요 유통채널, 유통 품목)
프랑스 대형유통매장 내 한국식품 판매 분석 (2023.11)	<ul style="list-style-type: none"> - 주요 유통채널 및 유통경로 · 주요 유통채널: ①까르푸 ②모모프리 ③오상 ④인터막쉐 ⑤Picard · 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 기능성 음료(수출상위 품목)

시장현황




프랑스 음료 시장의 성장이 가속화되고 있는 가운데, 소비자들의 건강에 대한 관심 증가가 두드러지고 있다. 이에 따라 조금 더 비싸더라도 더 신선하고 품질이 좋은 원료를 사용하는 프리미엄 제품들이 시장을 주도하고 있다. 무색소, 무방부제, 무카페인 등 건강에 도움이 되는 성분들을 함유한 기능성 음료에 대한 수요가 높아지고 있으며, 특히 식물 추출물을 원료로 한 음료의 인기가 상승세다.

시사점

코로나 팬데믹 이후 건강에 대한 전 세계적인 관심이 증가함에 따라, 프랑스 음료 시장에서도 '건강'이 중요한 키워드로 부상하고 있다. 이러한 변화에 발맞추어, 식품업계는 신체 활동을 돕는 특정 성분을 첨가한 기능성 음료에 주목하고 있다. '제로 슈거' 유행 등 기능성 음료에 대한 관심이 증가하고 있다. 음료 제조업체들은 설탕과 칼로리를 줄인 음료 라인을 선보이며, 발효차 콤부차와 차를 음료화한 제품들의 인기가 높아지고 있다. 건강 기능성 음료의 출시도 증가 추세에 있다. '저당' 및 '무가당' 표기에 적극 나서고 있으며, 스테비아와 꿀 같은 설탕 대체재에 대한 관심이 높아지고 있다.

이색적인 건강한 음료를 찾는 소비자들의 증가는 프랑스 음료 시장에 새로운 변화를 가져오고 있다. MZ세대를 타겟으로 콤부차, 코코넛워터, 비타민워터 등 다양한 음료가 출시되고 있으며, 강황, 생강 등을 함유한 이국적인 맛의 음료도 새롭게 늘어나고 있다. 이와 같은 추세에 발맞추어, 음료 제조업체들은 유기농 식물 기반의 주스를 혼합해 만든 음료를 출시하고 있다. 최근에는 슬립, 뷰티, 스트레스 등 특정 기능을 제공하는 음료가 인기를 얻고 있다. 예를 들면, 100% 유기농 재료로 캘리포니아 산 파피꽃을 원료로 사용해 숙면과 휴식, 긴장감 완화에 효능을 강조하거나, 식물 기반의 콜라겐 부스팅 성분인 실리카가 포함되어 뷰티를 강조한 음료, 제로 슈가 에너지 보충 음료 등 세부적인 기능을 강조한 기능성 음료가 다양하게 출시되고 있다.

이러한 프랑스 기능성 음료시장의 트렌드는 한국의 건강한 이미지와 기능성 음료를 유럽 시장에 소개할 좋은 기회로 활용될 수 있다.

		
RED BULL sugar-free energy drink	V ENERGY energy drink with guarana extract	MONSTER ENERGY Ultra Zero sugar-free energy drink

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Energy & Sports Drinks–France, Statista

Market share and price trends of energy drinks and sports drinks in France in H1 2023, Verdict Food Service

France Energy and Sports Drinks Market is projected to reach market size of more than USD 1.96 billion by 2028, Digital Journal

② 아이스크림(현지시장 이슈품목)

시장현황

2023년 프랑스 아이스크림 시장은 성장세를 보이고 있다. 전 세계 아이스크림 시장은 2023년에 107억 8,700만 달러에 이를 것으로 예상되며, 2029년까지 3.8%의 연평균 성장률(CAGR)을 기록할 것으로 전망된 가운데, 프랑스 시장은 2023년까지 5.9%의 높은 성장을 기록할 것으로 분석했다. 프랑스에서 아이스크림의 인당 소비량 또한 2018년 기준 5.1kg으로, 글로벌보다 높은 수준이다.

프랑스는 건강에 초점을 맞춘 아이스크림, 프리미엄화, 그리고 수제 아이스크림에 대한 관심이 높으며, 건강에 대한 소비자의 관심 증가와 비건 제품 수요 증가로 인해 유제품을 사용하지 않는 아이스크림 제품이 인기를 얻고 있다. 또한, 고급 아이스크림에 대한 수요가 증가하고 있으며, 이는 유럽 전역에서 프리미엄 디저트 확산과 유제품 산업의 친환경과 기술 개선에 기인한다. 수제 아이스크림, 특히 젤라토는 유럽 전역, 특히 프랑스와 이탈리아에서 인기가 높으며, 소개된 3가지 이슈가 프랑스 아이스크림 시장의 전반적인 성장을 이끄는 주요 요인으로 분석된다.

시사점

이러한 시장 현황을 고려할 때, 한국 기업들은 건강과 천연 재료에 중점을 둔 제품 개발로 시장 변화에 대응할 필요가 있다. 프리미엄 아이스크림 시장의 성장세를 고려하여, 고급 재료와 독특한 맛을 갖춘 제품 개발이 중요하다. 젤라토와 같은 수제 아이스크림에 대한 선호도가 높은 점을 활용해 신제품을 개발한다면, 한국 기업들의 프랑스 시장 진출이 유리할 것으로 예상된다.

		
red fruit sorbet ice cream	Vegan Salted Caramel IceCream	MEI ASIA Matcha tea ice cream

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Ice Cream Market SIZE&SHARE ANALYSIS-GROWTH TRENDS&FORECASTS UP TO 2029, Mordor Intelligence
France Ice Cream Market to 2023-Hypermarkets&Supermarkets are the Leading Channel for Distribution of Ice Cream in the Country, Businesswire
Europe Ice Cream Market, Research and Markets

③ 비건 식품(채소, 김치)(현지시장 이슈품목)

시장현황

최근 프랑스에서 비건 식품의 인기가 급증하고 있다. 이러한 변화의 배경에는 여러 요인이 있으며, 특히 건강, 환경, 동물 복지에 대한 증가하는 인식이 큰 역할을 하고 있다. 건강에 대한 관심은 프랑스 소비자들 사이에서 비건 식품에 대한 수요를 증가시키는 주요 요인 중 하나다. 심혈관 질환, 당뇨병, 비만과 같은 만성 질환의 위험을 줄이려는 소비자들이 비건 식품을 선택하고 있다. 프랑스의 건강에 대한 이러한 관심은 식물 기반의 대체육, 유제품 대체품 등 다양한 비건 제품들의 출현과 성장을 촉진하고 있다.

영국의 비건 비영리 단체의 Veganuary의 프랑스 행사가 성공을 거두면서, 이후 대형 소매업체들이 비건식품 판매를 확대했다. 예를 들면, 100% 식물성 원료로 식품을 제조하는 Violife와 같은 비건 전문브랜드가 출시되고 Casino 슈퍼마켓의 'Veggie corner' 별도로 설치 되었다. 또한 2021년 Plant-Based Food Awards가 첫 개최되면서, 프랑스 비건 스타트업인 La Vie와 HappyVore가 선정되면서, 비건식품에 대한 관심이 증가하는 계기가 되었다.

프랑스에서 비건식품은 단순히 비건 전문점뿐만 아니라, 플렉스테리안(flexitarian) 및 일반 소비자들을 대상으로 확대되는 추세이다. 2023년에는 Veganuary 후원을 위해 약 100개의 프랑스 기업이 행사에 참여했으며, 비건식품을 출시예정 또는 판매하는 기업들에게는 비건식품을 알리는 홍보의 기회의 장으로 활용되기도 한다. 프랑스에서 비건 및 채식 식품의 확산은 슈퍼마켓과 레스토랑에서도 빠르게 도입되고 있고, 프랑스의 비건 친화적 환경이 점차 확산되고 있음을 나타낸다.

시사점

이러한 시장 현황에 따라, 한국 식품 수출 기업은 프랑스 시장의 성장을 활용하여 다양한 비건 채소 식품을 개발하고 진출할 수 있는 기회를 모색할 수 있다. 특히, 대형 소매업체와의 협력을 통해 비건 제품을 소개하고, 플렉스테리안 및 일반 소비자들을 타겟으로 하는 마케팅 전략을 강화하는 것이 중요하다.

		
<p>HARI&CO Cooked vegetable parmentier dish</p>	<p>MAISON DE COREE Kimchi</p>	<p>AOSTE Vegetarian ham with fine herbs</p>

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

The Boom of the vegan market in France: Review of 2021 and 2022 market Outlook, Vegan the World Consulting

A Hundred French Companies Are Already Mobilised to Promote Veganuary 2023, Vegconomist

④ 건조 과일(현지시장 이슈품목)

시장현황

프랑스에서 건조 과일 시장이 큰 인기를 끌고 있다. 이러한 추세는 건강, 편의성, 그리고 다양성에 대한 소비자들의 증가하는 관심에 기인한다. 건강에 대한 관심이 높아지면서, 건조 과일은 항산화 성분, 섬유질, 비타민 등을 함유하고 있어 대안적인 간식으로 인기를 얻고 있다. 이러한 과일들은 신선한 과일의 영양소를 보존하면서도 장기 보관이 가능한 장점을 갖고 있어, 건강 의식이 높은 소비자들에게 이상적인 선택이 되고 있다.

특히, 한국산 대추가 해외에서 인기를 얻는 가운데 프랑스는 유럽에서 가장 큰 대추 수입국이자 건조 과일의 주요 소비 국가로 자리 잡고 있다. 2020년에 프랑스는 5만 톤 이상의 대추를 수입했으며, 이는 유럽 시장의 25% 이상을 차지한다. 2022년 프랑스 건조 과일 시장 규모는 약 2,363백만 유로로 추산되며, 연평균 6.8%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다.

프랑스 소비자들은 다양한 유형의 건조 과일을 소비하고 있으며, 그중 건포도, 살구, 대추, 무화과 등이 주요 소비 품목으로 꼽힌다. 이러한 다양한 건조 과일의 소비 증가는 프랑스 시장에서 건강 의식이 높아지고 있는 추세를 반영한다

시사점

한국산 건조 과일은 고품질과 독특한 맛의 조합을 제공함으로써 차별성을 강조할 수 있다. 한국의 건강한 이미지와 이색적인 과일은 프랑스 소비자들에게 새로운 맛의 경험을 제공할 수 있다. 또한, 환경 의식이 높은 프랑스 시장에서 지속 가능성과 친환경적인 생산 방식은 필수적인 요소이다. 한국산 건조 과일은 친환경적인 재배 방법과 지속 가능한 포장재 사용을 강조하는 방안도 고려가 필요하다.

		
BIO Mixed dried fruits	DOMINO Dried Figs	PRUNILLE Dried Apricot

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Global Dried Fruits Market Outlook, EMR

France Dried Fruit Market Research Report 2028, Actual Market Research

France Dried Fruits Market - Forecast(2025 - 2032), Industry ARC

⑤ 글루텐프리 식품(수출상위 품목)

시장현황

현지매체에 의하면, 프랑스의 글루텐프리 식품 시장은 2023년부터 2028년까지 연평균 6.9% 이상의 성장률을 보일 것으로 전망했다. 프랑스는 영국과 독일에 이어 유럽에서 세 번째로 시장규모가 크고 성장률이 높은 글루텐프리 식품 시장이다. 프랑스는 글루텐프리 식품의 유통망이 잘 구축되어 있다. 대형마트에 가면 글루텐프리 제품만 진열된 전용 공간이 있고, 소비자들은 다양한 글루텐프리 제품 중 자신이 선호하는 제품을 손쉽게 구매할 수 있다. 프랑스 내에서 글루텐프리 식품은 주로 빵, 쿠키, 스낵 제품으로 2019년 기점으로 시장 점유율이 점차 증가하고 있는 추세이다.

프랑스에서 글루텐프리 제품의 인기는 건강과 웰빙에 대한 증가하는 인식, 글루텐 민감성 및 셀리악병에 대한 인식 증가, 체중 관리 및 다이어트 트렌드, 그리고 다양한 제품 개발과 마케팅 전략의 복합적인 영향으로 설명될 수 있다. 최근 몇 년간 프랑스를 비롯한 많은 국가에서 건강과 웰빙에 대한 인식이 증가하고 있다. 이에 따라, 글루텐프리 식품은 소비자들에게 건강에 좋은 대안으로 여겨지며, 특히 글루텐 민감성이나 셀리악병과 같은 건강 상태를 가진 사람들에게 필수적인 선택이 되고 있다.

미국이나 영국에 비해 상대적으로 비만율이 낮은 프랑스는 건강한 식습관을 추구하고, 글루텐프리 식단이 소화 개선, 에너지 증가 및 체중 감량에 도움이 되는 것으로 인식하고 있다. 프랑스의 식품 제조업체들은 건강과 웰빙을 강조하는 마케팅 및 브랜딩 전략을 채택하고 있으며, 이는 글루텐프리 식품에 대한 수요를 더욱 증가시키고 있다.

이러한 요인들로 인해, 프랑스에서 글루텐프리 쿠키, 빵, 스낵, 시리얼 등의 제품들이 소비자들 사이에서 큰 인기를 얻고 있으며, 앞으로도 이러한 추세는 지속될 것으로 예상된다.

시사점

프랑스에서 글루텐프리 제품의 수요가 지속적으로 증가하고 있으며, 이는 한국 식품 수출 기업들에게 큰 기회를 제공한다. 특히 빵, 파스타, 스낵류 제품에 대한 수요가 두드러지고 있는 가운데, 한국 기업들은 이러한 트렌드에 주목하여 현지 소비자의 기호에 맞는 고품질의 쌀을 활용한 제품 개발에 집중할 수 있다.

		
Organic gluten-free buckwheat toast	Gluten Free Shell Pasta	SHINE Gluten Free Cereal

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

France Gluten Free Products Marke Overview 2028, Bonafideresearch

■ 3.2 | 소비 트렌드

① 글루텐프리 식품 소비 증가

이슈배경

프랑스 소비자들 사이에서 글루텐프리 식품에 대한 수요가 눈에 띄게 증가하고 있다. 건강과 웰빙에 대한 인식의 상승, 글루텐에 대한 개인적인 민감성, 체중 관리 및 다이어트 트렌드가 이러한 변화를 주도하고 있다

이슈내용

건강과 웰빙에 대한 증가하는 관심은 프랑스 소비자들이 식품 선택에 있어 보다 의식적인 결정을 내리게 하고 있다. 많은 사람들이 글루텐프리 식품이 소화 개선, 에너지 증가 및 체중 감량에 도움이 될 수 있다고 믿고 있으며, 이러한 식품이 제공하는 건강상의 이점에 끌리고 있다.

글루텐 민감성 및 셀리악병과 같은 건강 상태를 가진 소비자들은 글루텐프리 식품을 필수적인 선택으로 여기고 있다. 이러한 식품은 건강 문제를 일으킬 수 있는 글루텐을 피하면서도 다양한 식품을 즐길 수 있게 해준다.

체중 관리 및 다이어트 트렌드 역시 글루텐프리 식품의 인기에 기여하고 있다. 프랑스 소비자들은 건강한 식습관을 추구하며, 글루텐프리 식단이 건강에 긍정적인 영향을 줄 수 있다고 인식하고 있다.

이러한 배경 아래, 프랑스의 식품 제조업체들은 다양한 글루텐프리 제품을 개발하고 마케팅 전략을 강화하고 있다. 대형 마트에서는 글루텐프리 제품 전용 공간을 마련해 소비자들이 자신의 선호에 맞는 제품을 쉽게 찾을 수 있게 하고 있다. 빵, 쿠키, 스낵, 시리얼 등 다양한 글루텐프리 제품들이 시장에서 점차적으로 점유율을 높여가고 있다. 이러한 추세는 앞으로도 지속될 것으로 보이며, 프랑스 소비자들의 건강과 웰빙에 대한 지속적인 관심이 이러한 시장의 성장을 더욱 견인할 것으로 예상된다.

▶ 출처

Comment le « no gluten » est devenu glamour, Les Echos

Les tendances 2023 du marché de la boulangerie, Grands Moulins de Paris

② 가공 과일 선호도 증가

이슈배경

프랑스 마케팅조사기관 Opinionway에 따르면, 98%의 프랑스 가정이 가공 과일을 소비하고 있다고 발표했다. 세부 유형별로 잼 93%, 컴포트(과일 무스) 91%, 통조림 76%, 냉동 과일 61%의 소비비중을 보여주고 있으며, 가공 과일은 프랑스인들의 식습관에 중요한 위치를 차지하고 있다.

이슈내용

프랑스에서 가공 과일 시장이 지속 가능성과 업사이클링의 관점에서 주목받고 있다. 현지에서 운영되는 42개의 회사와 49개의 생산 시설은 2022년에 1.7억 유로의 매출을 기록하며, 10,860개의 직간접적인 일자리를 창출했다. 이 시장의 성장은 프랑스 소비자들의 건강과 편의에 대한 증가하는 인식, 그리고 지속 가능한 식품 소비에 대한 관심 증가에 기인한다.

또한, 프랑스의 식품 폐기물 감소 및 지속 가능성에 대한 관심은 가공 과일에 대한 관심을 증가시키고 있다. 예를 들어, 과수원에서 생산되는 사과, 배, 살구, 블랙커런트 등의 과일은 크기가 작거나 외형이 불완전하여 신선한 시장에는 적합하지 않지만, 가공 산업에서는 완벽하게 활용된다. 이러한 접근은 폐기될 수 있는 과일을 재활용하여 지속 가능한 식품 소비를 촉진한다.

2022년에 프랑스의 사과와 배 과수원은 7만 6,600헥타르에 달했으며, 이는 38만 2,300톤의 과일이 가공 공장으로 공급됨을 의미한다. 가공 과일은 다양한 형태로 소비되며, 잼, 과일무스, 통조림, 냉동과일 등의 제품이 소비자들에게 제공된다. 이러한 제품들은 연중 신선한 과일을 제공하며, 다양한 요리와 간식으로 활용될 수 있는 유연성을 제공한다.

이러한 업사이클링과 지속 가능한 접근은 프랑스 소비자들의 건강과 편의를 중시하는 식생활 변화와 맞물려 가공 과일 시장의 성장을 이끌고 있다. 프랑스의 가공 과일 시장은 앞으로도 지속 가능한 식품 생산과 소비의 모범 사례로서 중요한 역할을 할 것으로 예상된다.

▶ 출처

intégrant des habitudes de consommation des Français, La France Agricole
Les légumes et fruits secs dopés au « healthy », LSA Green

③ 아이스크림 시장의 새로운 돌파구 혁신과 트렌드의 중심에 서다!

이슈배경

프랑스에서 아이스크림의 인기가 급증하고 있다. 이러한 추세는 프랑스 소비자들의 변화하는 취향과 기대에 기인하는데, 특히 다양하고 세련된 디저트를 추구하고 이색적인 맛을 탐색하는 경향이 두드러진다.

이슈내용

아이스크림 시장은 크게 개별 아이스크림, 소르베 및 아이스크림, 디저트로 구분된다. 개별 아이스크림이 전체 시장의 65%를 차지하며, 소르베 및 아이스크림이 25%, 디저트가 10%의 비중을 시장을 형성하고 있다.

전통적인 바닐라, 초콜릿 맛에서부터 새롭고 이색적인 맛까지, 프랑스 소비자들은 다양한 맛과 형태의 아이스크림을 선호하고 있다. 이는 건강과 웰빙에 대한 인식의 증가, 비건 및 유기농 제품에 대한 수요 증가에 기인한다. 소비자들은 전통적인 아이스크림 대신 저칼로리, 저당, 또는 비건 옵션을 찾으며, 이에 따라 제조업체들은 다양한 건강 지향적 옵션을 선보이고 있다.

환경에 대한 소비자 의식의 증가 또한 아이스크림 시장에 영향을 미치고 있다. 73%의 소비자들이 환경 친화적인 아이스크림을 원하며, 66%는 프랑스에서 제조된 제품과 지역 재료를 사용한 제품에 더 많은 비용을 지불할 의사가 있다. 이에 따라, 아이스크림 제조업체들은 환경과 관련된 소비자의 기대에 부응하기 위해 노력하고 있다.

프랑스 소비자들은 또한 이색적이고 세련된 맛을 탐색하며, 라벤더, 바질, 매콤한 고추 등의 실험적인 향신료와 허브를 사용한 아이스크림에 큰 관심을 보이고 있다. 수제 아이스크림, 특히 젤라토에 대한 관심도 증가하고 있으며, 이러한 제품들은 프랑스 시장에서 점차적으로 점유율을 높이고 있다.

이러한 소비자의 기대와 취향의 변화는 프랑스 아이스크림 시장의 성장을 견인하고 있으며, 소비자들의 세련되고 이색적인 맛에 대한 탐구와 건강에 대한 관심이 아이스크림 시장의 다양화와 혁신을 촉진하고 있다.

▶ 출처

Glaces : Les grandes tendances et innovations d'un marché dynamique, Agro Media
Les crèmes glacées toujours plus populaires en France, Capital

④ 제로식품 소비 확대

이슈배경

건강식 트렌드에 발맞추어 유럽, 특히 프랑스의 '제로 식품' 시장이 성장하고 있다. 프랑스 농수산물출산사무국에 따르면, 코로나19 팬데믹 이후 프랑스 소비자들의 건강식, 자연식, 웰빙에 대한 관심이 증가하고 있다. 이에 대응하여 유럽 내 음료 제조 업체들은 설탕과 칼로리를 줄인 음료 라인을 선보이고 있으며, 장 건강에 좋은 발효차 콤부차와 편리한 형태로 패키징된 차 제품들도 인기를 끌고 있다.

FranceInfo의 설문 조사에 따르면, 프랑스인의 5%가 무설탕 식단을 유지하고 있으며, 설탕을 줄인 제품이 점점 많아지는 추세다. '제로 설탕' 및 '제로 소금'을 포함한 다양한 '제로 식품'이 프랑스 시장에서 유통되고 있으며, 이러한 제품들은 소비자들의 건강에 대한 증가하는 관심과 첨가물을 최대한 줄이고자 하는 소비자 심리를 반영하고 있다.

이슈내용

영국과 독일 정부가 고지방, 고당, 고염분 식품에 대한 규제를 강화하면서, 프랑스 소비자들 역시 건강식과 자연식에 대한 관심을 더욱 강화하고 있다. 이는 유럽 식품 시장에서 '제로 식품'이 중요한 소비 트렌드로 자리 잡고 있음을 나타낸다.

프랑스에서는 제로 설탕, 무가당 음료류, 과일주스, 유기농 제품 등이 인기를 끌고 있으며, 비스킷, 쿠키, 초콜릿, 잼 제품 또한 무설탕이나 저설탕 옵션이 확대되고 있다. '제로 지방' 제품은 주로 유제품 카테고리에서 발견되며, '제로 글루텐' 제품도 다양한 브랜드에서 출시되고 있다. Gerblé와 같은 브랜드는 제로 글루텐, 제로 락토스, 제로 설탕을 결합한 제품을 출시하며 소비자의 다양한 요구에 부응하고 있다.

이러한 '제로 식품'의 인기는 소비자들의 건강에 대한 관심과 함께 첨가물을 줄인 식품에 대한 수요 증가를 반영하고 있다. 프랑스 소비자들은 건강한 식생활을 추구하며, 이를 위해 첨가물이 최소화된 식품을 선호하고 있다. 이는 향후 식품 산업의 혁신과 제품 개발 방향에도 중요한 영향을 미칠 것으로 보인다.

▶ 출처

2023. 9. 8. 해외시장 동향, '제로 식품'으로 보다 건강하게 무설탕, 무지방 식품 인기, 한국농수산물유통공사

⑤ 비건식품에 대한 수요 증가

이슈배경

프랑스는 건강한 식습관, 동물 복지 및 육류 소비 제한에 대한 관심이 높아지면서 비건 시장은 활기를 띠고 있다. Bloomberg Intelligence의 최근 보고서에 따르면, 2023년까지 전 세계 비건 제품 시장은 1,620억 달러에 이를 것으로 전망하고 있다. 프랑스에서도 비건 트렌드는 뷰티 제품부터 식품에 이르기까지 다양한 분야에서 나타나고 있으며, 특히 MZ세대가 이러한 제품에 큰 관심을 가지면서 이슈로 부상하고 있다.

이슈내용

프랑스에서 비건 시장이 환경적, 윤리적 고려뿐만 아니라 건강에 대한 증가하는 관심으로 인해 성장하고 있다. 2021년 Kantar World Panel의 조사에 따르면, 프랑스 가정의 절반 가까이가 적어도 한 명의 플렉시테리언을 포함하고 있으며, 이는 소비자들의 식습관에 중대한 변화를 의미한다.

프랑스 소비자들은 환경 보호, 동물 복지, 그리고 건강한 생활 방식에 대한 인식이 높아지면서 비건 제품에 대한 수요를 증가시키고 있다. 최근 연구에 따르면 40%의 프랑스인이 더 많은 비건 제품을 소비하고자 하는 의사를 표명하고 있으며, 이러한 추세는 비건 제품이 매력적이고 대중적인 옵션으로 자리 잡고 있음을 나타낸다.

건강과 지속 가능한 식품 소비에 대한 증가하는 관심은 Nestlé, Naturalia, Danone과 같은 대기업들을 비롯한 많은 기업들이 비건 제품 개발에 투자하게 만들었다. 프랑스 소비자들은 이제 비건 식품을 단순한 유행이 아닌 건강한 식습관의 일부로 받아들이고 있으며, 이는 식품 산업 전반에 걸친 변화를 촉진하고 있다.

이러한 비건 시장의 성장은 프랑스 소비자들이 환경, 동물 복지, 그리고 자신의 건강에 대해 더욱 의식적인 선택을 하고 있음을 보여주며, 향후 식품 산업의 주요 트렌드로 자리 잡을 것으로 예상된다.

▶ 출처

« La consommation des algues comme légumes est en devenir dans la gastronomie française »
Stéphanie Pedron, CEVA, La veille des Innovations Alimentaires

Marché vegan : 40 % des Français veulent consommer davantage de produits végétaux, Big Media

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 	프랑스 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 	프랑스 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 	프랑스 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 	프랑스 수입업체
관세 납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> · 관세 납부 후 물품 반출 가능 	프랑스 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> <ul 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> <ul 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"> ● 프랑스 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

수출신고	<p>● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수</p> <ul style="list-style-type: none"> 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						
수출검역	<p>● 프랑스로 규제 농식품을 수출하거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> 프랑스 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)						
운송수단 선적	<p>● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 						

② 프랑스 수입제도 및 통관·검역 절차

▶프랑스 수입제도

개요	<ul style="list-style-type: none"> ● 프랑스는 유럽연합 회원국으로, 기본적으로 모든 유럽연합의 지침, 규정 및 의무를 준수함 · 유럽연합은 관세동맹에도 해당되기 때문에 유럽연합 역내로 수입되는 동일한 상품에 동일한 세율이 적용됨 · 프랑스의 식품 안전 관리 기관은 DGCCRF(General Direction for Competition, Consumption and Frauds)로서, 국경 입항(국)지에 사무실을 두고 있음
-----------	---

▶프랑스 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="text-align: center;">· 컨테이너 해상운송</td> <td style="text-align: center;">선적 24시간 전</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 벌크 해상운송</td> <td style="text-align: center;">도착 2시간 전</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 4시간 미만 항공운송</td> <td style="text-align: center;">실제 이륙 시간까지</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 4시간 이상 항공운송</td> <td style="text-align: center;">유럽연합 관세 영역의 첫 공항 도착 최소 4시간 전</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">· 철도 운송</td> <td style="text-align: center;">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"> ● 프랑스 수입업체는 물품 도착 30일 전부터 세관에 도착 후 90일 이내에 수입 신고 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> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">① 수입신고서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">② 상업 송장</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">③ 포장명세서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">④ 특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">⑤ 위생증명서 등 검사증명서(필요 시)</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">⑥ 관세가격신고서</td> </tr> </table>	① 수입신고서	② 상업 송장	③ 포장명세서	④ 특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서	⑤ 위생증명서 등 검사증명서(필요 시)	⑥ 관세가격신고서
① 수입신고서							
② 상업 송장							
③ 포장명세서							
④ 특혜관세를 적용받을 경우 원산지증명서							
⑤ 위생증명서 등 검사증명서(필요 시)							
⑥ 관세가격신고서							

수입검사	<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; vertical-align: top;">· 서류검사</td> <td style="padding-left: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> - 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함 </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; vertical-align: top;">· 식별검사</td> <td style="padding-left: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> - 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; vertical-align: top;">· 물리적 검사</td> <td style="padding-left: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> - 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음 </td> </tr> </table>	· 서류검사	<ul style="list-style-type: none"> - 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함 	· 식별검사	<ul style="list-style-type: none"> - 제출서류의 세부사항과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사 - 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등을 통해 상품이 서류 정보와 일치하는지를 검사함 	· 물리적 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음
· 서류검사	<ul style="list-style-type: none"> - 제출된 서류의 진위 여부를 검사함 - 모든 수입식품에 대해 실시함 						
· 식별검사	<ul style="list-style-type: none"> - 제출서류의 세부사항과 실제 수입물품을 교차 대조하는 검사 - 화물검사, 컨테이너 봉인확인, 상품 포장 확인 등을 통해 상품이 서류 정보와 일치하는지를 검사함 						
· 물리적 검사	<ul style="list-style-type: none"> - 포장을 개봉하고 제품을 검사하여 신고된 정보와 일치하는 제품인지를 검사 - 검사관을 통한 관능평가 및 샘플검사가 진행될 수 있음 						
관세 납부 및 물품 반출	<p>● 프랑스 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"> - 곡 류 : 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 알려지 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"> 프랑스어로 표기되어야 하며, 유럽연합의 타 가입국 언어를 비롯한 여러 언어의 병기도 가능함 스티커 형태의 현지어로 된 라벨 부착 가능함 	
	글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> 글자크기는 최소 1.2mm이어야 할 것 단, 제품 면적이 80cm²미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상 	
	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 표기 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 유통기한 앞에 생산 추적 가능 번호인 Lot 번호를 대문자 L과 함께 표기할 것. 단, 유통기한이 표기되어있을 경우 이는 의무사항이 아님 	
	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 유기식품의 유기인증 로고 사용은 선택적 	
	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 100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준으로 표기할 것 	
알려지 성분	유발	<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

견과류

라벨링 사진




표기항목		표기내용																																																																								
제품명	Trio de Noix	견과류 삼총사																																																																								
보관 방법	Conditionné sous atmosphère protectrice. Conserver dans un endroit frais et sec.	가스 치환 포장 방식. 건조하고 서늘한 장소에 보관하세요.																																																																								
권장 사항	Benenuts vous recommande de ne pas donner ce produit aux enfants de moins de 4 ans. Risque d'étouffement.	우리는 이 제품을 4세 미만의 어린이에게 주지 않는 것을 권장합니다. 질식 위험 있음.																																																																								
유통업체	Distribué par PepsiCo France: RCS Nanterre 381 511 039 www.benenuts.fr	펩시코 프랑스에서 배급: RCS Nanterre 381 511 039 www.benenuts.fr																																																																								
업체원	France 15 boulevard Charles de Gaulle, 92705 Colombes Cedex	15 boulevard Charles de Gaulle, 92705 Colombes Cedex, 프랑스																																																																								
성분 목록	NOIX DE CAJOU(39%) CACAHUËTES(34%) AMANDES(24%) base aromatisante sel, farine de riz, amidon, extrait et poudre de levure, arôme naturel, sucre caramélisé, dextrose, extrait de paprika, extrait de curcuma, poudre d'oignon, poudre de paprika stabilisant(gomme d'acacia)	캐슈넛(39%) 땅콩(34%) 아몬드(24%) 향미소금, 쌀가루, 전분, 효모추출물 및 분말, 천연향료, 캐러멜화당, 포도당, 파프리카추출물, 심황추출물, 양파분말, 파프리카 가루 안정제(아카시아 고무)																																																																								
영양성분	<table border="1"> <thead> <tr> <th>VALEURS NUTRITIONNELLES MOYENNES</th> <th>POUR 100g</th> <th>POUR 30g</th> <th>% POUR 30g</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>énergie</td> <td>2,511kJ 605kcal</td> <td>753kJ 182kcal</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>matières grasses</td> <td>47g</td> <td>14g</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>dont saturées</td> <td>6.5g</td> <td>2.0g</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>glucides</td> <td>21g</td> <td>6.3g</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>dont sucres</td> <td>6.6g</td> <td>2.0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>fibres</td> <td>6.8g</td> <td>2.0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>protéines</td> <td>21g</td> <td>6.3g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>sel</td> <td>1.1g</td> <td>0.34g</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* Apport de référence pour un adulte type (8400kJ / 2000kcal)</p>	VALEURS NUTRITIONNELLES MOYENNES	POUR 100g	POUR 30g	% POUR 30g	énergie	2,511kJ 605kcal	753kJ 182kcal	9%	matières grasses	47g	14g	20%	dont saturées	6.5g	2.0g	10%	glucides	21g	6.3g	2%	dont sucres	6.6g	2.0g		fibres	6.8g	2.0g		protéines	21g	6.3g		sel	1.1g	0.34g	6%	<table border="1"> <thead> <tr> <th>영양성분표</th> <th>100g 당</th> <th>30g 당</th> <th>% 30g 당</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td> <td>2,511kJ 605kcal</td> <td>753kJ 182kcal</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>지방</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>포화지방</td> <td>47g 6.5g</td> <td>14g 2.0g</td> <td>20% 10%</td> </tr> <tr> <td>탄수화물</td> <td>21g</td> <td>6.3g</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>당류</td> <td>6.6g</td> <td>2.0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>식이섬유</td> <td>6.8g</td> <td>2.0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>단백질</td> <td>21g</td> <td>6.3g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>나트륨</td> <td>1.1g</td> <td>0.34g</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* 일반 성인 기준섭취량 (8400kJ / 2000kcal)</p>	영양성분표	100g 당	30g 당	% 30g 당	열량	2,511kJ 605kcal	753kJ 182kcal	9%	지방				포화지방	47g 6.5g	14g 2.0g	20% 10%	탄수화물	21g	6.3g	2%	당류	6.6g	2.0g		식이섬유	6.8g	2.0g		단백질	21g	6.3g		나트륨	1.1g	0.34g	6%
VALEURS NUTRITIONNELLES MOYENNES	POUR 100g	POUR 30g	% POUR 30g																																																																							
énergie	2,511kJ 605kcal	753kJ 182kcal	9%																																																																							
matières grasses	47g	14g	20%																																																																							
dont saturées	6.5g	2.0g	10%																																																																							
glucides	21g	6.3g	2%																																																																							
dont sucres	6.6g	2.0g																																																																								
fibres	6.8g	2.0g																																																																								
protéines	21g	6.3g																																																																								
sel	1.1g	0.34g	6%																																																																							
영양성분표	100g 당	30g 당	% 30g 당																																																																							
열량	2,511kJ 605kcal	753kJ 182kcal	9%																																																																							
지방																																																																										
포화지방	47g 6.5g	14g 2.0g	20% 10%																																																																							
탄수화물	21g	6.3g	2%																																																																							
당류	6.6g	2.0g																																																																								
식이섬유	6.8g	2.0g																																																																								
단백질	21g	6.3g																																																																								
나트륨	1.1g	0.34g	6%																																																																							

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

[기타]

소비자단체, 초가공식품(식품첨가물이 많이 포함된 식품) 식별 방법 안내

프랑스의 소비자단체 '6천만 소비자(60 millions de consommateurs)'는 초가공식품의 특징을 통해 해당 식품을 식별할 수 있는 방법을 안내했다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/tradeBarrierView.do?board_seq=97821&menu_dept2=35&menu_dept3=75&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=2&srchWord=&page=3&srchGubun

[규정·제도]

THC 함량 수준 0.3% 미만인 대마초의 생화 및 생잎 판매 금지 규정 폐기

2022년 12월 29일, 프랑스 국무원은 THC 함량 수준이 0.3% 미만인 대마초의 생화와 잎의 판매를 금지하는 법령을 폐지한다고 밝혔다.

▶ 자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=96922

[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 △겉질 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 V를 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

6.1 보고서 소개

프랑스 식품시장은 2022년 약 2,022억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 3.8% 증가했다.

프랑스의 식품 수입액은 약 725억 달러로, 스페인·벨기에·네덜란드 순으로 수입 비중이 높으며 한국은 69위를 차지했다. 주요 수입품은 ①볶은 커피 ②빵 기타 ③대두유 추출 유박으로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 1억 1620만 달러로 전년 대비 16.1% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②조미 김 ③인스턴트 면류 기타이다.

전체 식품시장에서 오프라인 유통채널은 96%, 온라인 유통채널은 4%를 차지했다. 매출액 기준 상위 3개 오프라인 유통채널 브랜드는 ①E Leclerc ②Intermarché ③Carrefour, 온라인 유통채널의 경우 ①Amazon Marketplace ②Amazon ③E Leclerc으로 나타났다.

그래프로 보는 프랑스 식품시장

