

2019년

# 해외시장 맞춤조사



- No. 1905-05
- 품목 : 한방발효음료(Fermented Tea Drink)
- 국가 : 프랑스(France)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤조사  
· 주관기관 : 한국농수산식품유통공사

**Kati**  
농·석·물·수·출·영·보

# Contents

## I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 프랑스 한방발효음료 시장 규모	5
2. 프랑스 한방발효음료 수출입 시장 규모	6
3. 프랑스 한방발효음료 소비 시장 규모	7

## II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	10
1. 콤부차, 건강 발효 음료로 프랑스에서 인기	15
2. 허브, 건강을 위한 향신료·조미료로 섭취	16
3. 발효 음료, 프랑스 도심 유기농 상점에서 주요 판매	17
4. 소화에 안 좋은 커피 시장을 공략하는 발효 음료	18

## III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	20
1. 프랑스 한방발효음료 유통구조	21
2. 프랑스 한방발효음료 주요 유통업체	22
3. 프랑스 한방발효음료 B2C 소매채널	23

## IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	32
1. 프랑스 한방발효음료 인증 취득	33
2. 프랑스 한방발효음료 사전 심사	35
3. 프랑스 한방발효음료 업체·제품 등록	36
4. 프랑스 한방발효음료 라벨 심의	36
5. 프랑스 한방발효음료 서류 준비	40
6. 프랑스 한방발효음료 세금 납부	42
7. 프랑스 한방발효음료 검역 심사	42

## V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	46
Interview ① 나뉘랄리아(Naturalia)	47
Interview ② 바이오 몽드(Bio Monde)	48
Interview ③ 라 뤼슈 끼 디위(La Ruche Qui Dit Oui)	49

* 참고문헌	50
--------	----

# I. Market Size

## SUMMARY

1. 프랑스 한방발효음료 시장 규모
2. 프랑스 한방발효음료 수출입 시장 규모
3. 프랑스 한방발효음료 소비시장 규모

# Market Size

(시장 규모)

## 한방발효음료 시장 규모

지표 설정 기준: 제품의 원재료(혼합발효차추출액)와 섭취 방법

- 프랑스 즉석 차 음료(RTD Tea)<sup>1)</sup> 시장 규모:
  - ..... 414.5백만 리터('18)
- 프랑스 즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea)<sup>2)</sup> 시장 규모
  - ..... 401.1백만 리터('18)

(\*) Euromonitor International



■ 즉석 무탄산 차 음료

## 한방발효음료 수출입 시장 규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(무알콜), 성분(혼합발효차추출액, 삼 또는 칩뿌리, 허브 등)

- HS 2202.99.19<sup>3)</sup>  
프랑스 對 글로벌 무알콜음료 총 수입 규모
  - ..... 131,161천 달러('18)
- HS 2202.99.19  
프랑스 對 한국 무알콜음료 수입 규모
  - ..... 1,546천 달러('18)

(\*) International Trade Centre



■ 對한국 수입규모

## 한방발효음료 소비 시장 규모

지표 설정 기준: 한방발효음료 품목 특징점은 '건강', '친환경프리미엄', '해독'임. 이에 '친환경프리미엄' 제품의 주요 수요층으로 예측되는 '중산층 인구'와 '20-40대 여성'의 규모를 조사하고, 한방발효음료의 질환개선 효과와 연관될 것이라 예측되는 수요층인 '프랑스 내 당뇨 및 고혈압 유병률'을 확인함

- |  |  |
|--|--|
| <p>① 중산층 비율 ('16)</p> <p>전체 인구 ..... 6,490만 명(100%)</p> <p>중산층 인구 ..... 4,393만 명(68%)</p>                                | <p>② 20-40대 여성 비율 ('17)</p> <p>전체 인구 ..... 6,490만 명(100%)</p> <p>20-40대 여성인구 ..... 773만 명(11.9%)</p> |
| <p>③ 당뇨 및 고혈압 유병률 ('16)</p> <p>전체인구 ..... 6,490만 명(100%)</p> <p>당뇨 ..... 320만 명(5%)</p> <p>고혈압 ..... 1,977만 명(30.6%)</p> |  |

(\*) Euromonitor International / International Trade Centre

1) 즉석 차 음료(RTD Tea): 침출차 또는 추출차로서 즉석에서 음용 가능하도록 포장된 차 음료를 가리킴. 감미료나 탄산, 다양한 맛을 내는 첨가제 포함할 수 있음. 본 보고서 내 한방발효음료의 주 원재료 '혼합발효차추출액'과 패키지 형태 '페트병'을 고려하여 해당 지표 선정함

2) 즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea): 즉석 차 음료 하위 품목으로, 무탄산이며 잎 또는 가루차가 포함되지 않음. 본 보고서 내 한방발효음료는 탄산을 포함하지 않아 해당 지표 선정함

3) HS 2202.99: 무알콜음료 (물, 과일주스, 야채주스, 우유, 맥주 제외)  
 HS 2202.99.19: 우유, 유제품 또는 유지방이 포함되지 않은 무알콜 음료(콩 및 견과류/곡류/씨앗을 기반으로 하는 물, 과일 또는 야채주스, 맥주와 음료 등을 제외함)

## 1. 프랑스 한방발효음료 시장 규모

### 프랑스 국가 일반 정보

면적	67.5만 km <sup>2</sup>
인구	6,490만 명
GDP	2조 5,836억 달러
GDP (1인당)	38,504달러

조사 시장: 즉석 차 음료(RTD Tea)는 침출차 또는 추출차로서 즉석에서 음용 가능하도록 포장된 음료를 가리킴. 한방발효음료의 주 원재료 '혼합발효차추출액'과 패키지 형태 '페트병'을 고려하여 해당 지표를 선정하였으며, 탄산을 포함하지 않아 '즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea)'를 추가로 선정하여 조사함

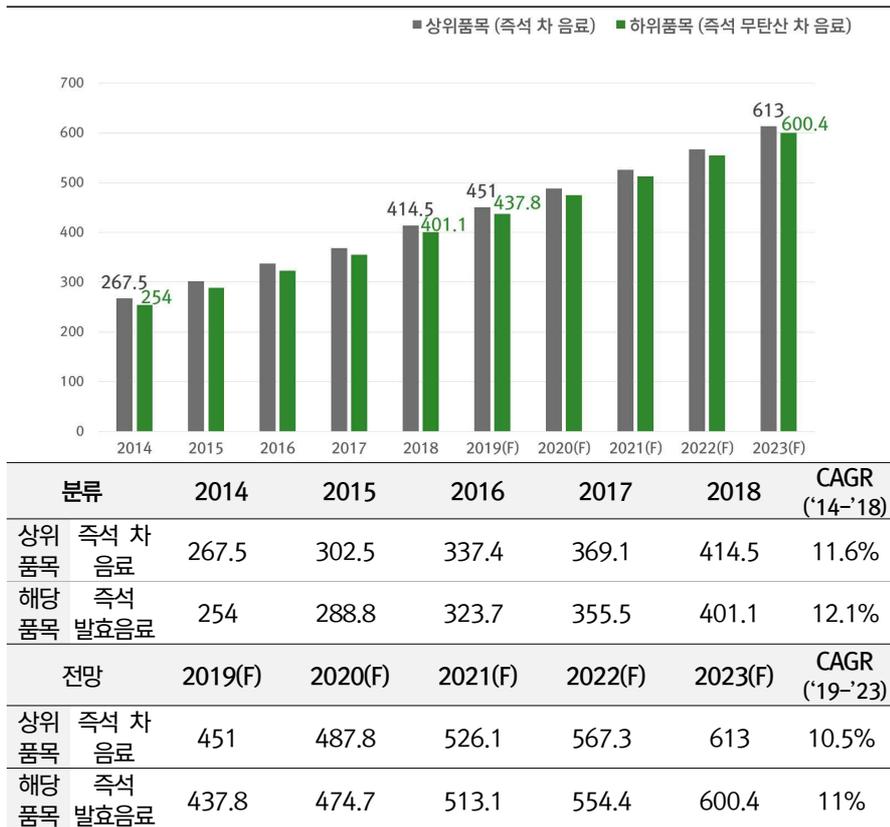
### ▶ 프랑스 즉석 무탄산 차 음료 (Still RTD Tea)

2018년 기준, 프랑스 국내 즉석 차 음료 소비량은 414.5백만 리터, 즉석 무탄산 차 음료 소비량은 401.1백만 리터로 집계됨. 각 시장은 2014년부터 2018년까지 연평균성장률 11.6%, 12.1%를 기록함

2019년, 즉석 차 음료 소비량은 451백만 리터, 즉석 무탄산 차 음료 소비량은 437.8백만 리터로 추산되며 향후 5년 성장률은 과거 5개년보다 낮은 10.5%, 11%로 예상됨

[표 1.1] 즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea) 시장 규모

단위 : 백만 리터



출처: 유로모니터[Euroonitor], 「Market Sizes」 (2019.05.22.)

## 2. 프랑스 한방발효음료 수출입 시장 규모

HS CODE 2202.99.99: 해당 HS CODE는 우유, 유제품 또는 유지방이 포함되지 않은 무알콜 음료(콩 및 견과류/곡류/씨앗을 기반으로 하는 물, 과일 또는 야채주스, 맥주와 음료 등을 제외함). 제품의 품목(무알콜)과 성분(혼합발효차추출액, 삼 또는 찹뿌리, 허브 등)을 고려하여 해당 HS CODE를 선정함

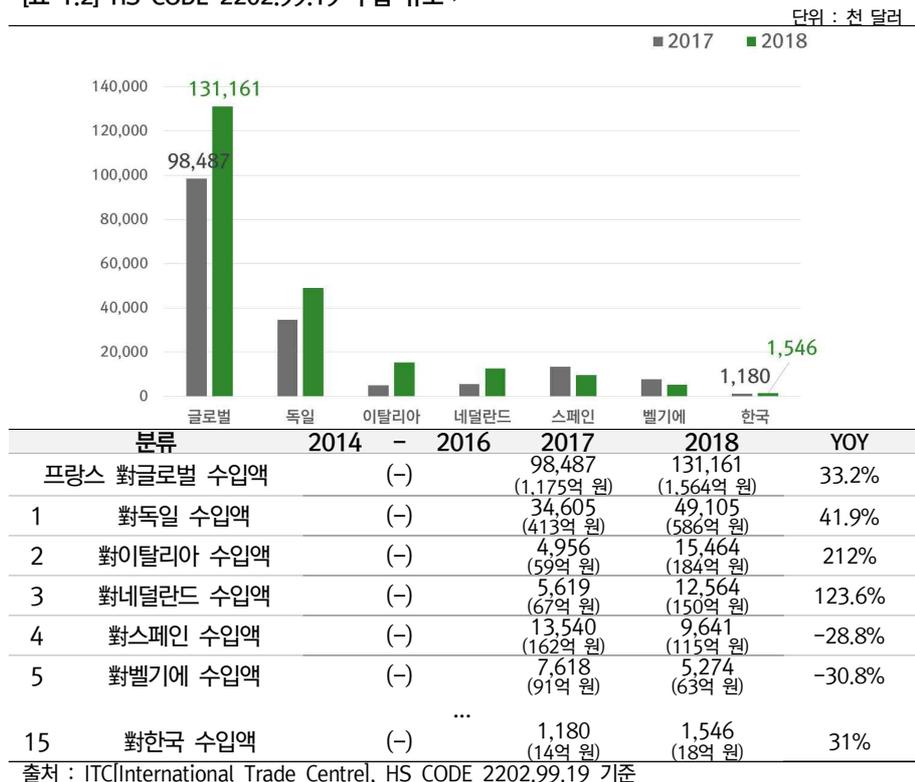
### ▶ 프랑스 HS CODE 2202.99.19 對글로벌 수입액 전년대비 33.2% 증가

프랑스 HS CODE 2202.99.19 품목의 글로벌 수입액은 2017년 98,487천 달러, 2018년 131,161천 달러로 전년대비 33.2% 증가함. 2018년 기준으로 수입현황을 살펴보면 독일이 49,105천 달러로 1위, 이탈리아가 15,464천 달러로 2위, 네덜란드가 12,564천 달러로 3위를 차지함. 한국은 1,546천 달러로 15위에 머무름

### ▶ 프랑스 HS CODE 2202.99.19 對한국 수입 금액 전년동기대비 31% 증가

프랑스 對한국 HS CODE 2202.99.19 품목 수입액은 2017년 1,180천 달러, 2018년 1,546천 달러로 글로벌 수입액 평균 증가율인 33.2%에 근접한 31%의 성장률을 기록함. 이는 수입상위 5개국 대비, 1-3순위인 독일,이탈리아,네덜란드(전년대비 각각 41.9%, 212%, 123.6%의 성장률 상승)를 제외한 4-5 순위 스페인,벨기에(전년대비 각각 -28.8%,-30.8%의 성장률 하락) 보다 높음

[표 1.2] HS CODE 2202.99.19 수입 규모<sup>4)</sup>



### 3. 프랑스 한방발효음료 소비 시장 규모

한방발효음료 품목 특징은 '건강', '친환경프리미엄', '해독'임. 이에 수요가 예측되는 '중산층 인구'와 '20-40대 여성'의 규모를 잠재 소비자군으로 설정하여 조사하고 '프랑스 내 당뇨 및 고혈압 유행률' 확인함

1) 프랑스 중산층 규모

▶ 프랑스 중산층, 전체 인구의 68% 차지

프랑스 중산층<sup>5)</sup>은 전체인구의 68%(약 4,562만 명)로 추정되며 이는 OECD 평균인 61%보다 높음<sup>6)</sup>. 중산층 소득 범위는 프랑스 전체의 중위소득 21,415유로의 75%-200%인 16,061유로-42,830유로로 나타남

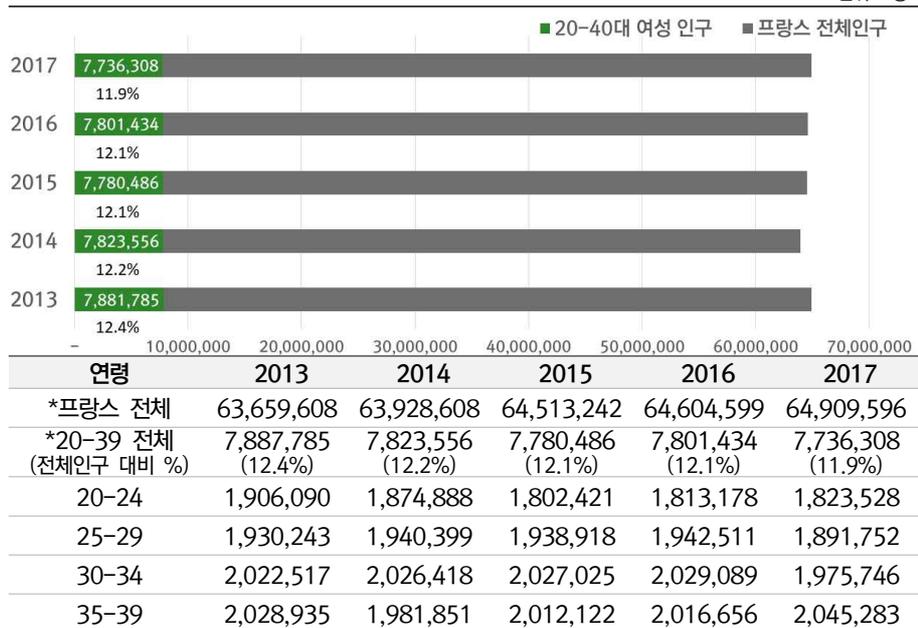
2) 20-40대 여성 규모

▶ 2017년, 프랑스 20-40대 여성 규모 전년대비 0.8% 감소

2013-2017년의 프랑스의 20-40대 평균 여성인구 규모는 전체 인구수의 약 12.1%(770만 명)이며 매해 작은 폭으로 감소하고 있음. 2017년의 경우, 전년대비 약 6만 5천명이 감소하며 전년보다 0.8% 적은 11.9%를 기록함. 2017년 20-40대 여성인구 기준 시, 20-24세(23.6%), 25-29세(24.5%), 30-34세(25.5%), 35-39세(26.4%) 그룹이 비교적 모두 고르게 분포되어 있음

[표 1.3] 프랑스 전체 인구 대비 20-40대 여성 규모

단위 : 명



출처: 유엔통계처[United Nations Statistics Division], 「Population by age, sex and urban/rural residence」 (2017)

4)1달러 = 1,192.8원 (2019.05.22. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5)프랑스 중산층: 2019년 OECD 보고서 「Under Pressure: The Squeezed Middle Class」기준에 따라, 프랑스 중위소득(21,415유로)의 75%-200% 소득자로 규정

6)출처: Euractiv www.euractiv.com 「French middle-class under pressure, according to OECD」 2019.04.12.

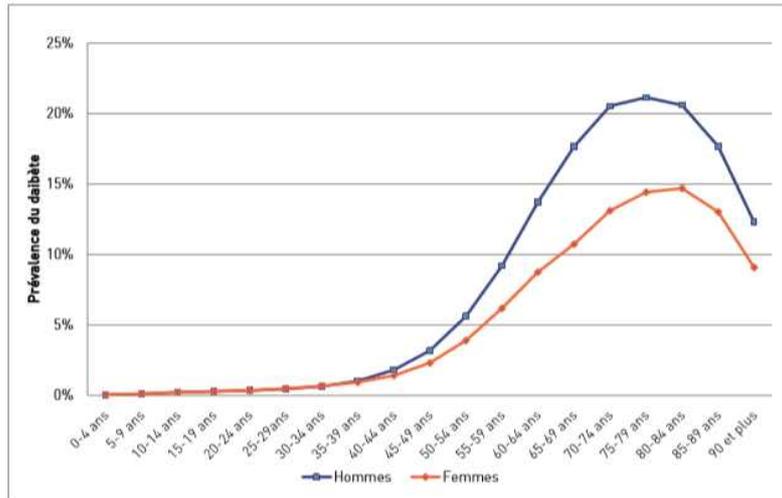
3) 프랑스 당뇨 및 고혈압 환자 규모

▶ 2016년, 당뇨 유병률 전체 인구 5%

2016년, 프랑스 전체 인구의 5%정도인 약 320-330만 명이 당뇨병 치료 받았으며, 이 중 남자가 약 180만 명 여자가 약 150만 명으로 나타남. 유병률은 남자의 경우 70-85세에서 20%로 가장 높고, 여자의 경우 75-85세에서 약 14%로 가장 높음<sup>7)</sup>. 당뇨의 합병증인 전층심근경색증으로 8,100명, 뇌졸중으로 19,800명, 발 상처로 26,700명, 하지절단으로 8,400명, 신장 투석 및 이식 관련 건으로 4,400명이 입원함<sup>8)</sup>

[표 1.4] 프랑스, 당뇨 치료율 및 치료자의 연령분포(2016)

남자: 파랑, 여자: 주황



출처: 프랑스 공공 보건청[Santé publique France], 「LE POIDS DU DIABÈTE EN FRANCE EN 2016. SYNTHÈSE ÉPIDÉMIOLOGIQUE」 2018.11

▶ 2016년, 고혈압 유병률 성인 30.6%

프랑스 공공 보건청의 2014-2016년 건강 검진 조사에 따르면, 대도시에서 사는 18-74세 성인의 고혈압 유병률은 30.6%로 추정되어 3명중 1명이 고혈압 환자인 것으로 나타남. 고혈압 환자 중 약 55.5%만이 자신의 상태를 알고 있으며, 47.3%가 관련한 약을 복용 중에 있어 2명 중 1명 정도만이 상태에 대한 적절한 조치를 취하고 있음<sup>9)</sup>

7)프랑스 공공 보건청 [Santé publique France], 「LE POIDS DU DIABÈTE EN FRANCE EN 2016. SYNTHÈSE ÉPIDÉMIOLOGIQUE」 2018.11

8)프랑스 공공 보건청 [Santé publique France] 「Diabetes in France in 2016: state of play」 www.invs.santepubliquefrance.fr 2018.11.12

9)프랑스 공공 보건청 [Santé publique France] 「Cardio-neuro-Vascular Diseases」 www.invs.santepubliquefrance.fr 2018.09.25

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. 콤부차, 건강 발효 음료로 프랑스에서 인기
2. 허브, 건강을 위한 향신료·조미료로 섭취
3. 발효 음료, 프랑스 도심 유기농 상점에서 주요 판매
4. 소화에 안 좋은 커피 시장을 공략하는 발효 음료

# Market Trend

(시장 트렌드)

## 프랑스 (FRANCE)

발효 음료 소비 특징 및 채널 이슈



프랑스 콤부차 제조사, 4년새 매출액 10배 증가 전망  
‘프랑스 콤부차 제조사 로키(Lokki)’



허브 발효 음료(차)에 대한 낮은 인지도  
‘현지 블로그 및 포스트 - 허브 관련 조미료 및 향신료 레시피 다수’

### ■ France Issue ①

건강 발효 음료 콤부차,  
프랑스 판매량 성장중

‘현지 언론, 늘어나는 섭취에 따른 과복용 우려’

### ■ France Issue ②

건강식을 위한 허브,  
음료 보다는 향신료·조미료로 활용

‘허브 발효 티 및 음료에 대한 소비자 인지도 낮아’



발효 음료, 유기농 식료품점에서 손쉽게 구매 가능  
‘프랑스 비오쿱, 비오몽드, 내추럴리아 등 대형 유기농 식료품점 발달’



프랑스 카페 내 발효 음료 메뉴 다양  
‘소화에 어려움을 겪는 커피 소비자 공략’

### ■ France Issue ③

도심 유기농 식료품점,  
발효 음료 주요 판매 채널

‘프랑스 전역 수천 개의 유기농 식료품점 위치’

### ■ France Issue ④

카페 및 레스토랑 공급,  
수제 및 고품질 발효 음료

‘일반 기성품 대비 높은 영양 강조’

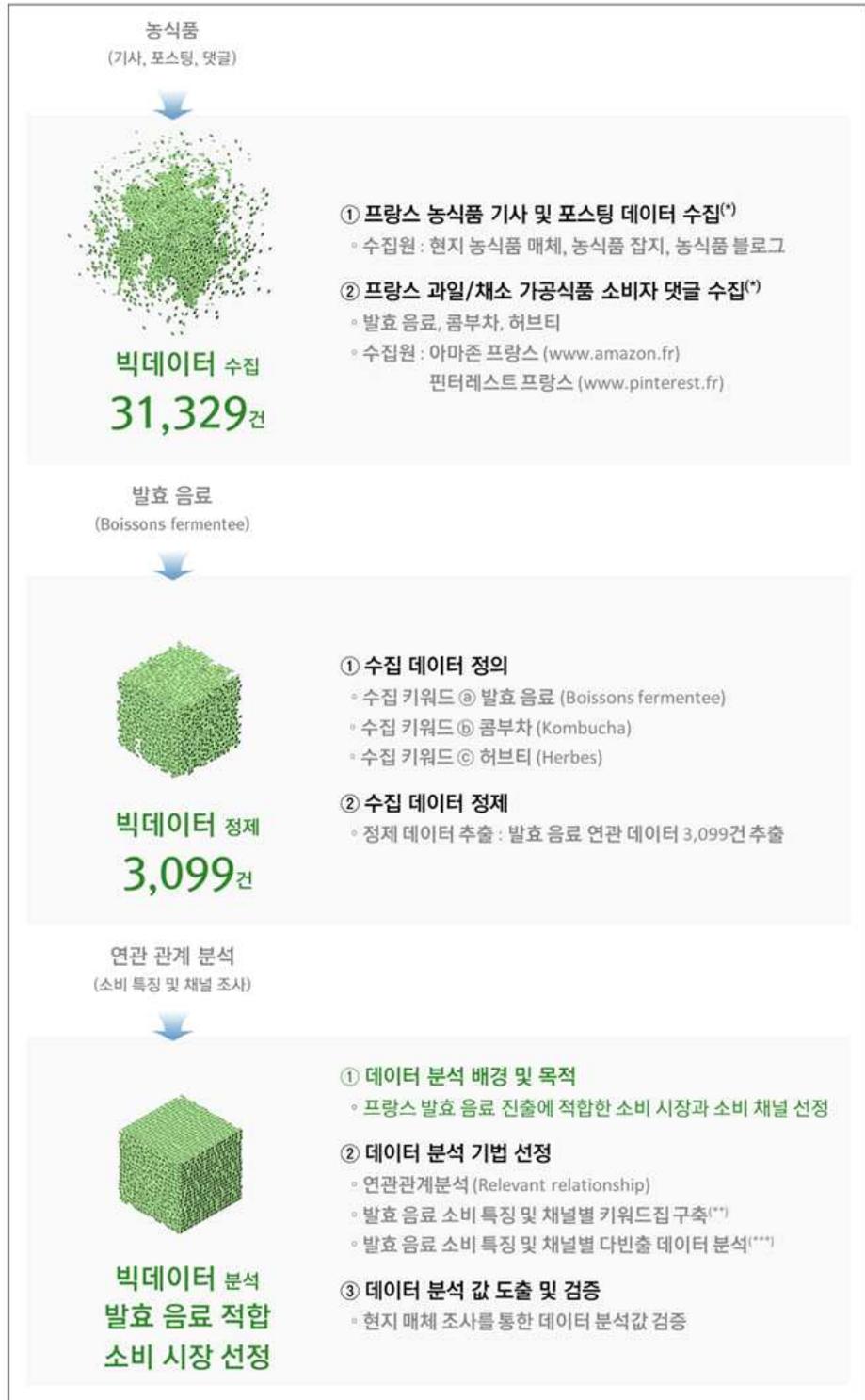
## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 요약

●  
**데이터 수집**  
 소스원  
  
 (프랑스 농식품 매체 49개)  
 (프랑스 온라인마켓 2개)

●  
**데이터 분류**  
 키워드집  
  
 (프랑스 발효 음료  
 연관 키워드집)

●  
**데이터 분석**  
 연관 관계 분석



1) 데이터 수집

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.05
수집 데이터	31,329건

데이터 정제

정제 키워드	발효 음료 (Boissons fermentee)
정제 데이터	3,099건

○ 빅데이터 수집

- 프랑스 농식품 매체, 잡지, 포스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Agro-Media	www.agro-media.fr	농식품 매체
02	Usinenouvelle	www.usinenouvelle.com	농식품 매체
03	Agriculture Environnement	www.agriculture-environnement.fr	농식품 매체
04	Lesechos	www.lesechos.fr	비즈니스 매체
05	Ideemiam	www.ideemiam.com	농식품 매체
06	Lyon Capital	www.lyoncapitale.fr	지역 매체
07	Le Figaro	madame.lefigaro.fr	여성 잡지
08	Focus UR	www.focusur.fr	농식품 매체
09	JAS	www.jds.fr	농식품 매체
10	Femme Actuelle	www.femmeactuelle.fr	여성 잡지
11	Cnews	www.cnews.fr	비즈니스 매체
12	Slate	www.slate.fr	농식품 매체
13	Demotivateur	www.demotivateur.fr	농식품 매체
14	Femina	www.femina.fr	여성 잡지
15	Elle France	www.elle.fr	라이프스타일 잡지
16	Letu Diant	trendy.letudiant.fr	라이프스타일 잡지
17	Kiss My Chef	kissmychef.com	농식품 매체
18	Cuisine Actuelle	www.cuisineactuelle.fr	농식품 매체
19	Ria	www.ria.fr	농식품 매체
20	Onvous Regale	www.onvousregale.fr	농식품 매체
21	Produits Laiters	www.produits-laitiers.com	농식품 매체
22	Food and Sens	foodandsens.com	농식품 매체
23	Telerama	sortir.telerama.fr	라이프스타일 잡지
24	Pour Nourrir	www.pour-nourrir-demain.fr	농식품 매체
25	Lyon Express	www.lexpress.fr	라이프스타일 잡지
26	LSA-conso	www.lsa-conso.fr	비즈니스 매체
27	France TV Info	www.francetvinfo.fr	비즈니스 매체
28	Oh My Mag	www.ohmymag.com	비즈니스 매체
29	Regal France	www.regal.fr	농식품 매체
30	Franchise-Magazine	www.franchise-magazine.com	농식품 매체
31	La Depeche	www.ladepeche.fr	농식품 매체
32	Le Devoir	www.ledevoir.com	농식품 매체
33	Monde Epicerie	monde-epicerie-fine.fr	농식품 매체
34	Tendances Orange	tendances.orange.fr	농식품 매체
35	Sante Magazine	www.santemagazine.fr	라이프스타일 잡지
36	Nutri Pure	www.nutripure.fr	농식품 블로그
37	Pod Cast Journal	www.podcastjournal.net	여성 잡지
38	Madmoizelle	www.madmoizelle.com	농식품 매체
39	Bio Alaune	www.bioalaune.com	농식품 블로그
40	Recettes Bebe	recettesbebe.com	농식품 블로그
41	Maison Caroline	www.maison-caroline.fr	농식품 블로그
42	Sante Guerir	sante-guerir.notrefamille.com	농식품 매체
43	Pensees Sauvages	www.pensees-sauvages.com	농식품 블로그
44	Agence Cru	www.agencecru.fr	농식품 블로그
45	the Mavision	www.themavision.fr	농식품 매체
46	Plein Champ	www.pleinchamp.com	농식품 매체
47	Poudebon	blog.pourdebon.com	농식품 블로그

- 과일/채소 가공식품 소비자 댓글

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.fr	온라인 쇼핑몰
02	Pinterest	www.pinterest.fr	SNS 채널

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 프랑스 발효 음료 사전 경쟁 제품 조사

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
경쟁사	프랑스 공급업체 사용 키워드
기타	3,099건 데이터 수집 결과, 상위 노출 키워드

					
제품명	Lokki 콤부차	제품명	Karma 콤부차	제품명	Le Benefique 허브차
특징 ①	소화	특징 ①	해독	특징 ①	다이어트
특징 ②	피로	특징 ②	건강	특징 ②	건강
특징 ③	건강	특징 ③	-	특징 ③	소화
채널 ①	유기농 식품점	채널 ①	유기농 식품점	채널 ①	유기농 식품점
채널 ②	카페	채널 ②	-	채널 ②	식료품점
채널 ③	호텔	채널 ③	-	채널 ③	카페
채널 ④	레스토랑	채널 ④	-	채널 ④	-

- 프랑스 소스류 빅데이터 분석 키워드집

분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>		
	한국어	프랑스어	참여기업	경쟁사	기타
소비 특징	명상	Méditation	○		
	요가	Yoga	○		
	다이어트(체중)	Poids	○	○	
	영양	Nutrition	○	○	
	피로	fatigue	○		
	소화	Digestion	○	○	
	건강	Santé	○	○	
소비 채널	유기농 식품점	Bio		○	
	자연 식품점	Naturels		○	
	백화점	Grands		○	
	식료품점	Épicerie		○	
	아시아 식품점	Asiatiqu		○	
	건강 식품점	D'aliments sain		○	
	카페	Café		○	
	호텔	Hotel		○	
레스토랑	Restaurant		○		

## 빅데이터 분석 프로세스

### 빅데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.05
수집 채널	프랑스 식품 정보원
수집 키워드	발효 음료 (Boissons fermentée)
수집 데이터	3,099건

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 프랑스 발효 음료 진출에 적합한 소비 시장과 소비 채널을 파악하기 위함
- 프랑스 시장 진출 및 확장시, 적합한 타겟 시장을 추천하고자 함

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 소비 특징 및 채널별 연관 관계 분석
- 소비 특징 : 발효 음료를 섭취하는 소비자 유형 분석
- 소비 채널 : 발효 음료를 구매하는 소비 채널 분석
- 프랑스 내 '발효 음료와 연관되어 다빈출되는 소비 특징 및 소비 채널 키워드 도출'

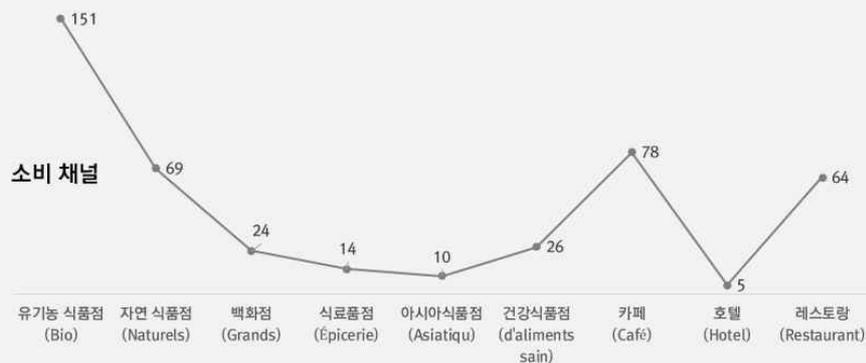
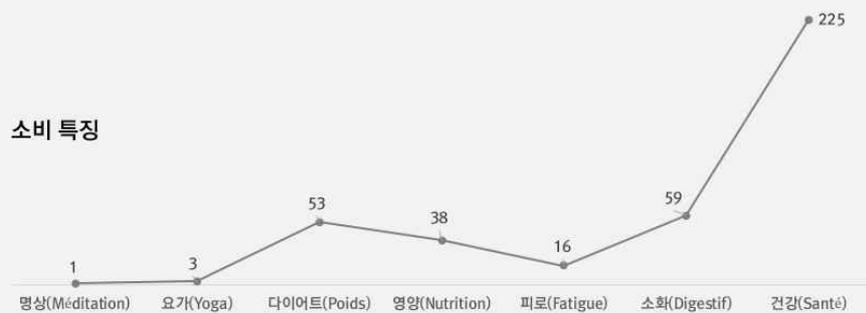
### ○ 빅데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 발효 음료 및 허브차 연관 해당 키워드 발생 건 수

### 연관 관계 분석

(Relevant relationship)

### [프랑스 발효 음료 빅데이터 분석 결과]



## 1. 콤부차, 건강 발효 음료로 프랑스에서 인기

- ▶ 프랑스 콤부차 제조사 로키(Lokki), 2016년 47,700유로에서 2019년 500,000 유로까지 판매액 증가할 것으로 전망

건강음료에 대한 인식이 확산되면서 프랑스에서는 콤부차 수요가 급속도로 증가하고 있으며 이에 따른 관련 업계의 매출 역시 급격하게 향상되고 있음

콤부차 제조사 로키콤부차(Lökki Kombucha)는 시장에서의 급증하는 콤부차 수요로 인하여 기업의 매출액이 급격하게 증가하고 있음을 발표함. 콤부차를 출시한 2016년에는 매출액이 약 6,313만 원<sup>10)</sup>(약 47,700유로)을 기록하였으나, 2019년에는 약 6억 6,178만 원(약 500,000 유로)까지 매출이 증가할 것으로 전망하고 있음<sup>11)</sup>

- ▶ 프랑스 현지 매체는 콤부차 과량 복용 시 부정적 영향 우려

프랑스 일부 매체에서는 항산화 및 면역력 강화 등에 도움이 되는 건강 음료로 콤부차를 소개하고 있음. 또한, 콤부차의 발효 시 발생하는 산으로 인하여, 식욕 조절과 탄산 음료의 대안 및 체중 감량에 도움이 되는 음료로도 소개되고 있음<sup>12)</sup>

반면, 콤부차에 대한 부정적인 영향을 우려하는 의견도 발생되고 있는데 과량 복용에 의한 부정적인 영향에 대한 우려가 대표적임. 프랑스 건강지 샹페메거진(Santé Magazine)은 과량의 콤부차 섭취는 콤부차에 포함된 미량의 카페인, 알코올 등으로 임신부, 모유 수유 중인 여성 및 면역력이 약화된 사람들에게 부정적 영향을 줄 수 있음을 우려함. 또한, 색소를 포함한 콤부차 복용이 치아 변색을 야기할 수 있음을 명시하고 있음<sup>13)</sup>

[표 2.1] 프랑스 내 판매중인 콤부차 Lökki Kombucha



사진 자료 : 로키콤부차(Lökki Kombucha) (www.lokki-kombucha.fr)

10) 1유로 = 약 1,323.57원 (2019.05.30, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 로키콤부차(Lökki Kombucha), www.lokki-kombucha.fr, 2019.05.30

12) 팜므악뒤틀르(Femmeactuelle), 'Kombucha : cette boisson peut-elle aider à perdre du poids ?', 2019.04.25

13) 샹페메거진(Santé Magazine), 'Le kombucha, une boisson à adopter ou à éviter ?', 2019.02.13

## 2. 허브, 프랑스에서는 건강을 위한 향신료·조미료 등으로 섭취

### ▶ 허브 발효 음료(차)에 대한 프랑스 소비자 인지도는 떨어져

한국에서 차의 재료로 애용되는 허브는 프랑스에서 주로 요리의 풍미를 더해주는 향신료로 이용되고 있음. 프랑스 원예지 프레따뿌쎌(Prêt à Pousser)에 따르면, 프랑스인들은 바질, 백리향, 페퍼민트, 로즈마리 등 다양한 허브를 즐기고 있으며 이러한 허브는 주로 요리의 풍미를 높여줄 수 있는 조리에 이용되고 있음<sup>14)</sup>

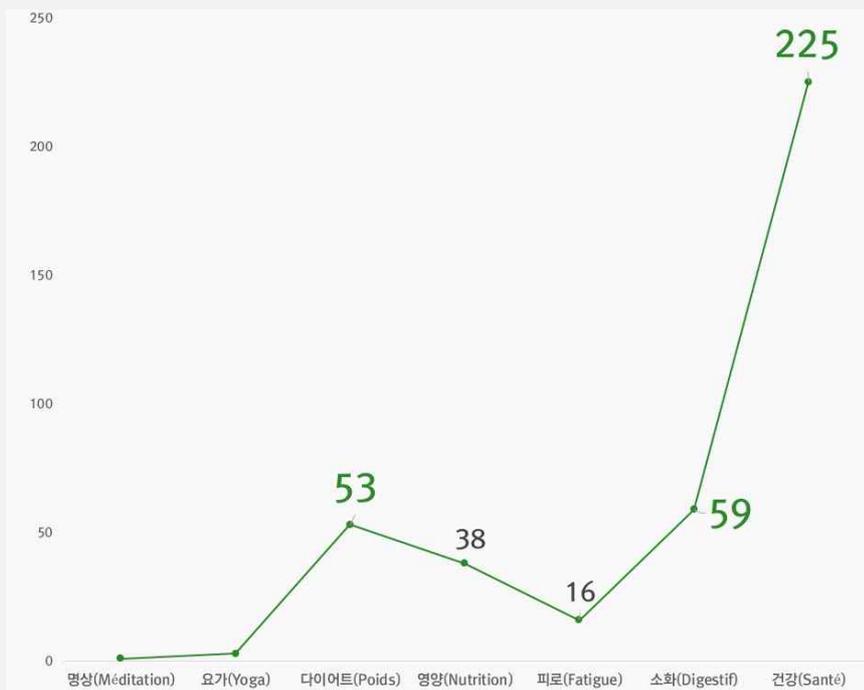
### ▶ 허브는 주로 건강식을 위한 향신료 및 조미료로 인지

허브는 프랑스인들에게 요리의 향과 맛을 높이는 동시에 건강을 위한 향신료이자 조미료로도 인식되고 있음. 프랑스 여성지 팜므(Femmes)에 따르면, 요리에 첨가되는 허브는 요리의 풍미를 풍부하게 하기 때문에 소금의 섭취량을 줄일 수 있음. 또한, 허브에는 항산화 비타민과 영양소가 풍부하기 때문에 노화를 막아주며 소화를 촉진시키는 등 식사의 즐거움과 건강에 긍정적인 영향을 줌<sup>15)</sup>

### ▶ 발효 음료 및 허브차 연관되어 주로 발생한 소비 특징 키워드

- ① 건강, ② 다이어트, ③ 소화, ④ 영양

[표 2.2] 프랑스 발효 음료 및 허브차 연관 소비 특징 분석



자료 : 프랑스 발효 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 3,099건 분석 (18. 01 - 19. 05)

14) 프레따뿌쎌(Prêt à Pousser), '8 herbes aromatiques à avoir impérativement dans sa cuisine !', 2019.05.30

15) 팜므(Femmes), 'HERBES, ÉPICES ET ASSAISONNEMENTS : LES CALORIES', 2019.05.30

### 3. 발효 음료, 프랑스 도심 유기농 상점에서 주요 판매

● 프랑스  
주요 유기농 식품 매장

구분	매장명	개수
1	Biocoop	580개
2	Biomonde	200개
3	Naturalia	170개

자료 : 아누에르 베르트(Annuaire Vert)  
(www.annuairevert.com)

- ▶ 프랑스 소비자가 선호하는 천연 발효 음료, 도심 내 유기농 상점에서 쉽게 구매 가능
- ▶ 프랑스 대형 유기농 식품 매장, 비오쿱, 비오몽드, 나뉘탈리아 등 브랜드 다수

프랑스 소비자들은 콤부차를 포함한 발효 음료를 프랑스 전역에 위치하고 있는 대형 유기농 식품 매장에서 쉽게 구매할 수 있는 것으로 나타남. 프랑스 내 유기농 기업플랫폼 아누에르 베르트(Annuaire Vert)에 따르면, 프랑스 내에는 대형 유기농 식품 매장인 비오쿱(Biocoop)은 580개, 비오몽드(Biomonde)는 200개, 나뉘탈리아(Naturalia) 170개를<sup>16)</sup> 포함한 다수의 매장이 위치하고 있음

- ▶ 프랑스 소비자 중 43%, 인공 음료보다 천연 발효 음료 선호

프랑스를 포함한 유럽에서는 인위적인 재료가 포함된 탄산음료의 대안으로써 발효 음료가 부각되면서, 콤부차를 포함한 발효 음료에 대한 인기가 높아짐. 글로벌 시장조사업체, 민텔(Mintel)에 따르면 프랑스 소비자들의 43%가 인공 음료보다 천연 발효 음료를 더 선호하는 것으로 나타났으며, 이에 따라 발효 음료는 시장 출시와 동시에 소비자들에게 높은 인기를 끌고 있음.<sup>17)</sup> 현지 매체인 어그로미디어(Agromedia.fr)에 따르면, 프랑스 소비자들은 콤부차 외에도 케피어<sup>18)</sup>, 유기농 생강차 등 발효 음료를 선호하고 있음<sup>19)</sup>

[그림 2.1] 프랑스 유기농 식품 매장 나뉘탈리아(Naturalia)



사진 자료 : 나뉘탈리아(Naturalia) (naturalia.fr)

16) 아누에르 베르트(Annuaire Vert), www.annuairevert.com, 2019.05.30

17) 민텔(Mintel), 'LES BOISSONS FERMENTÉES : UNE POPULARITÉ EN HAUSSE', 2018.04.25

18) 케피어(kefir)는 50종 이상의 유산균, 효모, 초산균이 공생을 이루고 있는 천연 발효유로 유산균의 젖산발효, 효모의 알코올발효, 초산균의 초산발효가 잘 어우러져 특유의 풍미와 식감을 보유함. 항암, 정장, 변비, 비만 등 건강에 효능이 다수 보고됨 (농림축산식품부, '케피어 발효유의 대사성 지방간병 예방 가능성 규명 및 신규 제품 3종 개발을 통한 고부가가치화', 2016.03.21)

19) 어그로미디어(Agromedia.fr), 'La fermentation fait son grand retour dans le secteur agroalimentaire', 2018.05.14

#### 4. 소화에 안 좋은 커피 시장을 공략하는 발효 음료

##### ▶ 콤부차, 소화 효능이 탁월한 음료

프랑스에서 콤부차는 소화 기능을 향상시키는데 도움을 주는 음료로 인식되고 있음. 프랑스 건강지 쏘헬씨(Sohealthy)에 따르면, 콤부차는 위장과 신진대사와 소화기능에 도움을 주기 때문에 많은 운동선수와 소비자들이 꾸준히 섭취하고 있음<sup>20)</sup>

##### ▶ 콤부차 제조사, 소화가 어려운 커피와 함께 섭취 홍보

프랑스 콤부차 제조사들은 커피 등과 함께 마시면 좋은 음료로 콤부차를 홍보함. 프랑스 음료 제조사 콤부차케피르(Kombuchakefir)는 소화에 어려움이 있는 커피에 알칼리성인 콤부차를 넣으면 소화에 도움이 된다고 홍보하고 있음<sup>21)</sup>

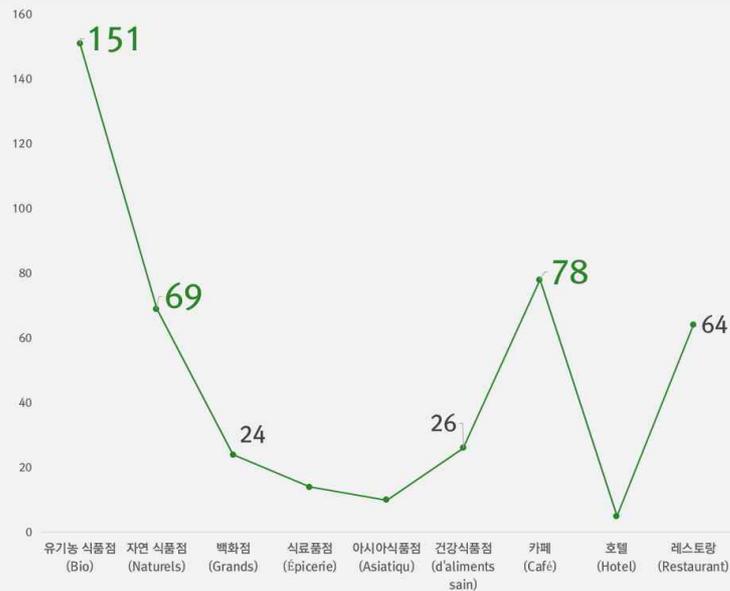
##### ▶ 수제 및 고품질 발효 음료, 현지 카페 등 B2B 시장 진출

프랑스 콤부차 제조사들은 고농도, 고품질 등의 제품으로 다양한 B2B 시장에 진출함. 현지 콤부차 제조사 디톡스(D-TOX)는 고품질의 콤부차를 유기농 마켓에서 판매하고 있으며 카페, 웰빙 레스토랑 등을 대상으로 콤부차를 납품하고 있음<sup>22)</sup>

##### ▶ 발효 음료 및 허브차 연관되어 주로 발생한 소비 특징 키워드

- ① 건강, ② 다이어트, ③ 소화, ④ 영양

[표 2.4] 프랑스 발효음료 및 허브차



자료 : 프랑스 발효 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 3,099건 분석 (18. 01 - 19. 05)

20) 쏘헬씨(Sohealthy), 'Kombucha, la nouvelle boisson santé à adopter', 2019.01.16

21) 콤부차케피르(Kombuchakefir), kombuchakefir.com, 2019.05.30

22) 디톡스(D-Tox), www.dtox4life.fr/en/, 2019.05.30

### III. Distribution Channel

#### SUMMARY

1. 프랑스 즉석 차 음료(RTD차) 유통 구조
2. 프랑스 즉석 차 음료(RTD차) 주요 유통업체



# Distribution Channel

(유통 채널)



## 프랑스 (FRANCE)

즉석 차 음료(RTD차)<sup>23)</sup> 유통 채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>24)</sup>	주요 채널 <sup>25)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	72.5%	르끌레어(E Leclerc), 까르푸(Carrefour), 오상(Auchan), 앙테르마르세(Intermarché), 씨시스템 유(Systeme U), 제영 카지노(Géant Casino), 코라(Cora), 모노프리(Monoprix)
	할인점	10.6%	리들(Lidl), 알디(Aldi), 리더 프라이스(Leader Price), 네토(Netto), 노르마(Norma), 오상(Auchan)
	온라인마켓	3.4%	아마존(Amazon)
	편의점	9.1%	카지노 그룹(Casino Guichard-Perrachon), 씨시스템 유(Système U Centrale Nationale), 인터네셔널 스파 센트럴(Internationale Spar Centrale)
	개인 소매업 및 아시아마트	3.2%	파리 스토어(Paris Store), 케이마트(K-Mart)
	자동판매기	1.2%	(-)

자료: 유로모니터(Euromonitor), France Retail Foods 2018-USDA GAIN Report

23) 즉석 무탄산 차 음료(Still RTD Tea)의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '즉석 차 음료(RTD Tea)'의 정보로 확인함

24) 2018년 기준, 프랑스 내 즉석 차 음료(RTD Tea)의 유통채널 점유율임

25) 채널 분류에 따른 프랑스 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

## 1. 프랑스 한방발효음료 유통구조

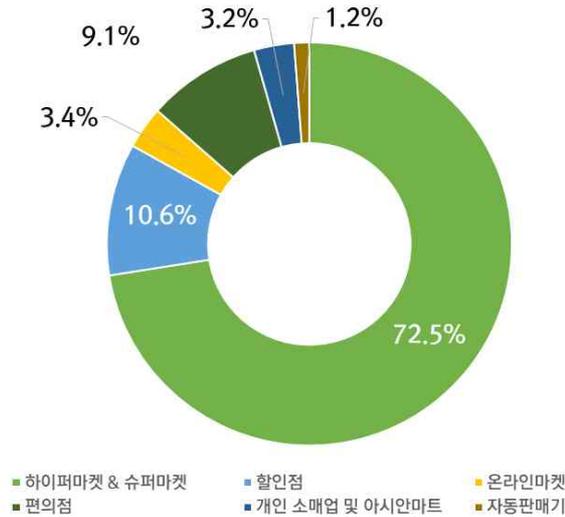
〈품목 구분 및 분류〉

품목	한방발효음료
구분	Still RTD Tea
범주	RTD Tea

### ▶ 프랑스 즉석 차 음료(RTD Tea) 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(72.5%), 할인점(10.6%), 편의점(9.1%)’

[표 3.1] 프랑스 즉석 차 음료(RTD Tea) 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

[표 3.2] 프랑스 즉석 차 음료(RTD Tea) 유통채널 현황

채널 유형	즉석 차 음료(RTD Tea) 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 <sup>26)</sup>	72.5%	르끌레어(E Leclerc), 까르푸(Carrefour), 오상(Auchan), 앙테르마르세(Intermarché), 씨스템 유(Systeme U), 제앙 카지노(Géant Casino), 코라(Cora), 모노프리(Monoprix)
	할인점	10.6%	리들(Lidl), 알디(Aldi), 리더 프라이스(Leader Price), 네토(Netto), 노르마(Norma), 오상(Auchan)
	편의점	9.1%	까르푸(Carrefour), 카지노 그룹(Casino Guichard-Perrachon), 씨스템 유(Système U Centrale Nationale), 인터네셔널 스파 센트럴(Internationale Spar Centrale)
	온라인마켓	3.4%	아마존(Amazon)
	개인 소매업 및 아시안마트	3.2%	파리 스토어(Paris Store), 케이마트(K-Mart)
	자동판매기	1.2%	(-)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

26) 유로모니터에 따르면, 판매 면적에 따라 하이퍼마켓(2,500평방미터)과 슈퍼마켓(400-2,500평방미터)을 분류함. 다만, 2개 채널의 특징이 유사하여 통합된 수치로 유통채널을 조사함(하이퍼마켓 : 48.1% / 슈퍼마켓 : 24.4%)

## 2. 프랑스 한방발효음료 주요 유통업체

### ▶ 프랑스 즉석 차 음료(RTD Tea) 취급 유통채널, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 프랑스 즉석 차 음료(RTD Tea) 취급 주요 유통업체

순번	기업명 (한글명)	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	르끌레어 (E Leclerc)	하이퍼마켓	약 378억 유로 (약 50조 1,580억 원)	르끌레어(Leclerc), 립톤(Lipton), 말큐 리페리 (Marque Repere), 바이오빌리지 (Bio village)	0
2	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓	약 356억 유로 (약 47조 2,375억 원)	까르푸(Carrefour), 립톤(Lipton), 오아시스(Oasis), 아리조나(Arizona), 슈웍스(Schweppes)	0
3	리들 (Lidl)	할인점	약 114억 유로 (약 15조 1,515억 원)	솔비타(Solevita), 립톤(Lipton), 비트아시아(VitAsia)	0
4	파리스토어 (Paris Store)	아시아마켓	약 2억 유로 (약 2,658억 원)	미즈미(Mizumi), 포카(Pokka), 카나사오(Kanasao), 허벌 티(Herbal Tea)	0
5	케이마트 (K-Mart)	아시아마켓	(-)	오사, L사, N사, H사,	0
6	아마존 (Amazon)	온라인마켓	약 34억 유로 (약 4조 5,189억 원)	오사, 아리조나(Arizona), 푸지티(Fuze tea), 트로피카나(Tropicana), 립톤(Lipton), 오아시스(Oasis), 봉주르주스비탈리티 (Bjorg Juice Vitality), 캡틴(Captain)	0
7	나뉘랄리아 (Naturalia)	프리미엄 마켓	(-)	카르마(KARMA)	0
8	비오세봉 (Bio c' Bon)	프리미엄 마켓	(-)	점라인(Germline), 유미(YUMI)	0

자료: 각 기업 홈페이지, Business Wire(www.businesswire.com),  
유로모니터(Euromonitor.com)

### 3. 프랑스 한방발효음료 B2C 소매채널

#### 1) 하이퍼마켓



#### ① 르끌레어(E. Leclerc)

기업 기본 정보	기업명	르끌레어(E. Leclerc)	
	홈페이지	www.e-leclerc.com	
	위치	이브히 슈흐 쉐느(Ivry-sur-Seine)	
	규모 <sup>27)</sup>	매출액('18) <sup>28)</sup>	약 378억 유로 (약 50조 1,580억 원)
기업 요약 <sup>29)</sup>	기타 규모	매장 수('18): 691개 직원 수('18): 130,000명	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1949년 설립</li> <li>- 프랑스 하이퍼마켓 시장 점유율 1위</li> <li>- 해외 88개의 매장을 보유하고 있음</li> <li>- 프랑스에 1,924개의 전문 소매점 보유</li> </ul>		
기업 <sup>30)</sup> 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 온라인마켓 점유율 10% 목표</li> <li>- 2019년 여름 스포츠 이벤트 Tour de France에 공식 후원사 중 하나가 될 것이라고 발표함</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	메이티 민트 (May Tea Menthe)
		종류	민트 차
		용량	1L
		원산지	프랑스

사진 자료: NewCorner(www.new-corner.com), E. Leclerc 홈페이지(www.e-leclerc.com), 프랑스 음식 데이터베이스(fr.openfoodfacts.org)

27) 르끌레어 홈페이지(www.e-leclerc.com), 유로모니터(Euromonitor)

28) 1유로 = 1,326.6원 (2019.05.23. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 르끌레어 홈페이지(www.e-leclerc.com)

30) L' Officiel de la Franchise(officieldelafranchise.fr)



② 까르푸(Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)		
	홈페이지	www.carrefour.fr		
	위치	마씨(Massy)		
	규모 <sup>31)</sup>	매출액('18)	약 356억 유로 (약 47조 2,376억 원)	
기업 요약	기타 규모	온라인 판매율('16): 유로 4억 유로 비유동 자산('18) 약 287억 유로		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1959년 까르푸 그룹(Carrefour Group)설립</li> <li>- 1963년 까르푸 첫 매장 오픈</li> <li>- 프랑스 하이퍼마켓 시장 점유율 2위</li> <li>- 500개 이상의 브랜드 제품을 판매하고 있음</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 대규모 인원 감축을 실행하여, 까르푸 할인매장 273곳을 폐점함</li> <li>- 19년 5월 약 3,000여건의 일자리 손실을 가져오는 구조 조정을 발표함</li> </ul>			
입점 절차 및 협력 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지(www.carrefour.com/fr/contact/page)를 통하여 웹 제공 공급자 지원서를 작성하여 온라인 제출하면 담당자가 확인 후, 추가 논의를 거친 뒤 입점하게 됨</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	캡틴 콩부차 파인애플 피치 스플라쉬 (Captain Kombucha Pineapple Peach splash)	
		종류	유기농 발효 음료	
		용량	400ml	
		원산지	프랑스	

자료: 까르푸 홈페이지(www.carrefour.fr), 유로모니터(Euromonitor), Liberation(www.liberation.fr)  
 사진 자료: 까르푸 홈페이지(www.carrefour.fr), Alamyimage(www.alamyimages.fr)

31) Business Wire(www.businesswire.com), 유로모니터(Euromonitor)

2) 할인점



① 리들(Lidl)

기업 기본 정보	기업명	리들(Lidl)		
	홈페이지	www.lidl.fr		
	위치	스트라스부르(Strasbourg)		
	규모	매출액('17)	약 114억 유로 (약 15조 1,515억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 1,500개 직원 수('19): 30,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1988년 프랑스 진출</li> <li>- 독일기업인 Schwarz Group의 자회사임</li> <li>- 프랑스 할인점 시장 점유율 1위(59%)</li> <li>- 유럽 내 7,839개 매장 보유</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<p>기업 요약</p>   <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창립 30주년을 기념하여 5월부터 8월 말까지 푸드트럭 등 다양한 이벤트를 진행할 예정</li> </ul>			
입점 절차 및 협력 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지(www.lidl.fr/fr/contact.htm)를 통하여 공급자 지원서를 작성하여 제출하면 담당자가 확인 후 연락을 주고, 추가 논의를 거친 뒤 입점하게 됨</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	프리웨이 아이스 티 (Freeway Iced Tea)	
		종류	아이스 티	
		용량	1.5L	
		원산지	독일	

자료: 리들 홈페이지(www.lidl.fr), 유로모니터(www.portal.euromonitor.com), LSA(www.lsa-conso.fr), BFM Business(bfmbusiness.bfmtv.com), International Supermarket News(www.internationalsupermarketnews.com)

사진 자료: 리들 홈페이지(www.lidl.fr), Alamyimage(www.alamyimages.fr)

3) 아시안 슈퍼마켓



① 파리 스토어(Paris Store)

기업 기본 정보	기업명	파리 스토어(Paris Store)	
	홈페이지	www.paris-store.com	
	위치	띠에(Thiais)	
	규모	매출액('18)	약 2억 유로 (약 2,658억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 21개 직원 수('18): 700명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1977년 설립</li> <li>- 약 6,000여 개의 제품을 판매하고 있음</li> <li>- 직접 수입하여 자체 매장에서 판매하고 있으며, 홍콩에 소싱 센터를 보유하고 있음</li> <li>- 매년 약 75,000톤 물량의 제품을 수입함</li> </ul>		
기업 요약			
기업 최근 이슈	- 아시아의 모든 맛을 발견할 수 있다는 홍보 문구와 같이 비빔밥, 일본도시락, 파파야 샐러드를 만드는 요리 강습회를 개최		
입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국, 일본, 중국, 대만, 태국, 베트남 등 다양한 아시아 국가의 제품을 취급</li> <li>- 음료, 조미료, 과자, 디저트, 기름, 국수, 밥류, 소스, 즉석스프, 차 등의 식품을 판매</li> <li>- 한국 식품으로는 김치, 고추장, 된장, 음료, 차 등을 판매</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	더블유엘케이 (W.L.K)
		종류	허브티
		용량	310ml
		원산지	중국

자료: 파리 스토어 홈페이지(www.paris-store.com)  
 사진 자료: 망치(Maangchi) 홈페이지(www.maangchi.com)



② 케이마트(K-Mart)

	기업명	케이마트(K-Mart)	
	홈페이지	www.k-mart.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매장 수: 3개	
기업 기본 정보	- 2006년 설립 - 오페라, 보그르넬 및 상젤리제 3개의 지역 매장 보유 - 주로 한국 및 일본 식재료를 판매함 - 매장 내 카페테리아 코너에서 도시락, 반조리 식품 판매 - 식당 및 슈퍼마켓에 식자재 등을 도매 판매 함		
	기업 요약		
기업 최근 이슈	- 2018년 파리에 새로운 매장을 오픈하였음 - 페이스북,인스타그램 등 채널을 통한 홍보		
입점 제품 특징	- 한국, 일본 식료품 취급 - 카페테리아에서 직접 조리한 도시락, 비빔밥, 잡채 등 한국음식 판매 - 신선식품 및 베이커리, 과자, 라면, 즉석식품, 소스류(된장, 고추장 등) 판매		
유사제품 정보		제품명	티 스토리 그린 티 (TEA STORY GREEN TEA)
		종류	녹차
		용량	350ML
		원산지	한국

자료: 케이마트 홈페이지(www.k-mart.fr)

사진 자료: 케이마트 홈페이지(www.k-mart.fr), CJ홈페이지(cj.co.kr)

4) 온라인마켓



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.fr		
	위치	파리(Paris)		
	규모	매출액('16)	약 34억 유로 (약 4조 5,189억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 5,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2000년 프랑스 진출</li> <li>- 미국 시애틀에 본사를 두고 있음</li> <li>- 룩셈부르크에 유럽 본사를 두고 있음</li> <li>- 프랑스 온라인마켓 시장 점유율 2위</li> </ul>			
기업 최근 이슈 <sup>32)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2,000여 명의 직원을 추가로 채용할 계획을 보유하고 있음</li> <li>- 2017년, 클리쉬(Clichy)에 리서치 센터를 오픈하였음</li> <li>- 내년 가을부터 Brétigny-sur-Orge에 로봇이 물품을 관리하는 창고를 개설할 예정</li> </ul>			
입점 절차 및 협력 정보 <sup>33)</sup>	입점 물품 및 판매 장소 결정 → 계정 등록 및 리스팅 → 배송 및 주문			
유사제품 정보		제품명	캡틴 콩부차 진저 레몽 (Captain Kombucha Ginger Lemon)	
		종류	유기농 발효 음료	
		용량	400ml	
		원산지	프랑스	

자료: 아마존 홈페이지(www.amazon.fr), 유로모니터(www.portal.euromonitor.com), Lexpress L:Expansion(lexpansion.lexpress.fr), LATribune(www.latribune.fr), 프랑스 음식 데이터베이스(fr.openfoodfacts.org)  
 사진 자료: 아마존 홈페이지(www.amazon.fr)

32) LATribune(www.latribune.fr), Le Parisien(http://www.leparisien.fr)

33) 아마존 글로벌 셀링(services.amazon.co.kr/eu-marketplace.html)

5) 프리미엄마켓

# NATURALIA

① 나뉘랄리아(Naturalia)

	기업명	나뉘랄리아(Naturalia)	
	홈페이지	naturalia.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	자본금 <sup>34)</sup>	약 4천만 유로 (약 530억 원)
기타 규모		매장 수 ('19): 160개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1973년 설립</li> <li>- 프랑스 Casino그룹의 자회사이자 대표 유기농마켓으로 과일, 건강식품, 스낵, 유아용품 등을 취급함</li> <li>- 약 160개 이상의 점포를 보유중</li> <li>- 최대 약 10,000가지 종류의 유기농제품을 취급하고 있으며, 약 16종 이상의 다양한 종류(맛)의 발효음료를 판매 중임</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈	- 2017년에 룩셈부르크 첫 진출		
유사제품 정보		제품명	카르마 곶부차 (Karma Kombucha)
		종류	유기농 발효 주스
		용량	1L
		원산지	프랑스

자료: 나뉘랄리아 ROME 홈페이지(naturalia.fr), 나뉘랄리아 홈페이지(magasins.naturalia.fr)  
 사진 자료: ROME 홈페이지(naturalia.fr), 나뉘랄리아 홈페이지(magasins.naturalia.fr)

34) 1유로 = 1,326.6원 (2019.05.23. KEB 하나은행 매매기준율 적용)



② 비오씨봉(Bio c' Bon)

	기업명	비오씨봉(Bio c' Bon)								
	홈페이지	www.bio-c-bon.eu								
	위치	파리(Paris)								
	규모	매장 수 ('19): 120개								
기업 기본 정보	기업 요약 <sup>35)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2008년에 설립되어 2018년 기준 4개 기업으로 시작하였으나 2019년 기준 120개로 늘어남</li> <li>- 벨기에, 스페인, 이탈리아, 스위스에 진출해 있음</li> <li>- 2016년 12월 도쿄에 첫 일본 매장을 오픈함</li> <li>- 매달 2-3개의 매장을 오픈하면서 급격한 성장세를 보임</li> <li>- 다양한 유기농 과채류뿐만 아니라 과채주스 및 스무디를 취급함</li> </ul>								
		 								
기업 최근 이슈 <sup>36)</sup>	- 2016년부터 일본 그룹 Aeon과 협력하기 시작하여 약 20개 지점을 추가로 2019년에 오픈할 계획임									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>점라인 콤부차 오리지널 (Germline Kombucha Original)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>유기농 발효 음료</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>1L</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>프랑스</td> </tr> </table>	제품명	점라인 콤부차 오리지널 (Germline Kombucha Original)	종류	유기농 발효 음료	용량	1L	원산지	프랑스
제품명	점라인 콤부차 오리지널 (Germline Kombucha Original)									
종류	유기농 발효 음료									
용량	1L									
원산지	프랑스									

자료: 비오씨봉 홈페이지(www.bio-c-bon.eu/fr), Flymetothefood(flymetothefood.com)  
 사진 자료: Flymetothefood(flymetothefood.com)

35) WABEL(www.wabel.com/company/bio-c-bon2)

36) Fresh Plaza(www.freshplaza.com)

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

1. 프랑스 한방발효음료 인증 취득
2. 프랑스 한방발효음료사전 심사
3. 프랑스 한방발효음료 업체·제품 등록
4. 프랑스 한방발효음료 라벨 심의
5. 프랑스 한방발효음료 서류 준비
6. 프랑스 한방발효음료 세금 납부
7. 프랑스 한방발효음료 검역 심사

# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 강제 인증 無</li> <li>- 식품 수출을 위해 인증 획득 불필요</li> </ul>	(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품 사전 심사 無</li> <li>• 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능</li> <li>- 수출 제품에 대한 분류 확인 절차</li> </ul>	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - 문의처 : ec.europe.eu
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출입업자 세관 등록<sup>(*) p2)</sup></li> <li>- 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요</li> <li>• 공인경제운영자</li> <li>- 해당하는 경우 통관 원활화를 위해 등록 가능</li> </ul>	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반가공식품(현지) 라벨 표기사항</li> <li>- 제품명, 중량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 정보, 원산지 등</li> <li>- 별도 심의 사항 없음</li> <li>• 알려지 유발 성분 강조 표시 필수<sup>(p3)</sup></li> </ul>	(*) 프랑스 소비자 보호부 - 프랑스 소비자법 R112-1 - Regulation (EC) 1169/2011 (EU 식품 정보에 관한 법률) - 문의처 : www.economie.gouv.fr
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 서류<sup>(p4)</sup></li> <li>• 원산지증명서</li> <li>- 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요</li> </ul>	(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr (*) 관세청 - 문의처 : www.customs.go.kr
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 신고</li> <li>- 전자 또는 서면으로 신고</li> <li>- 수입신고서(SAD), 상업송장 등</li> </ul>	(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등</li> <li>• 관세율 0%</li> <li>• 부가가치세 5.5 - 20%</li> </ul>	(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 서류 심사 및 검사 진행<sup>(p5)</sup></li> </ul>	(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr

## 1. 프랑스 한방발효음료 인증 취득

### 인증 취득

프랑스로 제품 수입 시, 통관을 위해 필요하거나 선택 가능한 인증 정보제공

### 한방 발효 음료

한방 발효 음료 품목은 일반가공식품 중 음료로 분류하여 음료 품목에 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 프랑스 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

프랑스로 수출하고자 하는 일반가공식품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. EU 차원에서도 별도의 식품 인증을 강제하고 있지 않음. 다만, 수입 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보들을 제출해야 함. 이러한 위생 관리 기준은 국제적인 기준인 HACCP를 따르도록 하고 있음. HACCP 인증 취득을 필수로 부과하고 있지는 않으나 그 기준에 준하는 수준에서의 위생 요건을 요구하고 있음. ISO 22000 인증 등 기타 인증도 HACCP의 기준을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있어, 프랑스를 포함한 EU 역내로 식품 수입 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출 할 수 있음

[표 4.1] 프랑스 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 프랑스 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900-1,000만원
BRC Food Safety		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
		서류	비용
		신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000		절차	기간
		서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
		서류	비용
		신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원

자료 : 각 인증기관

## 2. 프랑스 한방발효음료 사전 심사

### 사전 심사

프랑스로 제품 수입 시,  
품목에 대한 사전 규제  
심사제도 정보 제공

### 한방발효음료

한방발효음료의  
일반가공식품 중 음료로  
분류하여 일반가공식품에  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 프랑스 일반가공식품의 분류 확인을 위해 사전 ‘BTI 신청 가능’

BTI(Binding Tariff Information)란 EU로 제품을 수입하기 전 제품이 어떤 HS CODE 품목 분류에 해당하고 관세율은 어떻게 되는지, 또 필요한 인증이나 요구사항은 어떤 것이 있는지 사전에 확인하기 위한 절차임. EU 국가 중 수입을 진행하고자 하는 국가 또는 현지에 사무실을 두고 있는 경우 해당 지역을 담당하고 있는 세관을 통해 신청할 수 있음. 해당 사전 심사의 경우 수입을 진행하는 과정에서 필수적으로 부과되는 심사는 아니며, 수입 시 동 품목에 대한 HS CODE 분류를 명확하게 확인하여 원활한 통관을 진행 할 수 있도록 하는 사전 절차임

[표 4.3] 프랑스(EU) 사전 심사

적용 규제	(EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 ‘COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341’
발행 기관	a. 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관
서류	a. BTI 신청 서류 (서면 또는 트레이드 포털 통해 신청) - 여러 개의 제품인 경우 각각의 제품 타입별로 별도 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 제공되는 정보는 정확하고 완전한 정보 일 것
비용	무료(번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우 해당 비용은 신청자에 청구)

자료 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

### 3. 프랑스 한방발효음료 업체·제품 등록

#### 업체·제품 등록

프랑스로 제품 수입 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보 제공

#### 한방발효음료

한방발효음료의 일반가공식품 중 음료로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 일반가공식품 통관을 위해 사전 ‘수출입업자 세관 등록(EORI) 필요’
- ▶ 프랑스 일반가공식품 세관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 가능’

수출입업자 사전 세관 등록(EORI, Economic Operators Registration and Identification)이란 EU로 통관을 하고자하는 개인 또는 사업자가 통관 절차를 진행하기 위해 부여 받게 되는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 해당 업체 등록을 통해 등록번호를 부여받아야함. 등록 번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되기 때문에 한 번 등록을 하면 다른 국가에서도 공통적으로 사용 가능함

공인경제운영자(AEO, Authorized Economic Operator) 제도는 인증 기업들에 대하여 통관 절차를 간소화하기 위해서 사용되는 사전 등록 절차임. AEOC, AEOS 두 가지 인증으로 구분됨. 한국 관세청에서 ‘수출입안전관리우수공인업체’라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와는 상호인정약정(MRA)가 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정받지 못함

[표 4.4] 프랑스(EU) 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
발행 기관	a. 통관 절차가 진행 될 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가
절차	a. 프랑스 온라인 페이지를 통하여 EORI 신청 (pro.douane.gov.fr) b. 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급

자료 : 유럽연합 집행위원회(ec.europe.eu)

[표 4.5] 프랑스(EU) 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
세부 규정	Article 39, Union Customs CODE(UCC)
발행 기관	a. EU 회원국의 통관 담당 기관 b. 한국 관세청
분류	a. 통관 원활화 b. 서류 및 샘플 검사에 대한 간소화 c. 통관 절차 수행 시 수행 내용에 대한 사전 공지

자료 : 유럽연합 집행위원회(ec.europe.eu)

## 4. 프랑스 한방발효음료 라벨 심의

### ▶ 프랑스 라벨 규정

[표 4.6] 프랑스 라벨 관리 규정

●	<b>라벨 심의</b>	<b>적용 규제</b>	EU Regulation No.1169/2011																										
	프랑스로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	<b>세부 규정</b>	ibid Article 9, 프랑스 소비자법 R112-1																										
●	<b>한방발효음료</b>	<b>라벨 표기사항 (항목)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 제품명</li> <li>· 성분 (중량의 내림차순으로 기재) 알려지 유발 성분은 강조 표시 필수</li> <li>· 강제 표시 사항 : 특정 성분명 및 해당 성분의 양 (ex. 제품명 또는 라벨에서 강조된 것. 딸기케이크의 딸기, 햄 피자의 햄)</li> <li>· 원료의 양 (순수량, 순중량으로 표기)</li> <li>· 섭취기한(DLC, Date Limite de Consommation) 또는 최소보존일 (DDM, Date de Durabilité Minimum)</li> <li>· 보관조건 및/또는 이용약관</li> <li>· 제조회사명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소</li> <li>· 원산지(육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소)</li> <li>· 사용방법(제품 사용이 어려울 경우 기재)</li> <li>· 알코올 도수(1.2% 이상의 알콜 음료에 해당)</li> <li>· 영양성분</li> </ul>																										
	한방발효음료의 일반가공식품 중 음료로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함		<b>세부 내용</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">표기 언어</td> <td>프랑스어로 표기되어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">글자 크기</td> <td>의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm<sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">양적 표기</td> <td>식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>라벨 표기사항 (가이드)</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">제품명</td> <td>정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">순수량</td> <td>리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기할 것</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원료명</td> <td>완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">기한</td> <td>섭취기한: Best before(à consommer jusqu'au), Best before end(à consommer de préférence avant)와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원산지</td> <td>원산지 국가명 또는 지역명 표기</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">기타 표시</td> <td>사용방법, 알콜도수(소수점 첫째자리까지), 영양성분,</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>라벨 표기사항 (영양성분)</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">성분표</td> <td>열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">알려지 유발 성분</td> <td>글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위목록 중 예외 있음)</td> </tr> </table>	표기 언어	프랑스어로 표기되어야 함	글자 크기	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm <sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함	양적 표기	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>		제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용	순수량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기할 것	원료명	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기	기한	섭취기한: Best before(à consommer jusqu'au), Best before end(à consommer de préférence avant)와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재	원산지	원산지 국가명 또는 지역명 표기	기타 표시	사용방법, 알콜도수(소수점 첫째자리까지), 영양성분,	<b>라벨 표기사항 (영양성분)</b>		성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준	알려지 유발 성분
표기 언어	프랑스어로 표기되어야 함																												
글자 크기	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm <sup>2</sup> 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함																												
양적 표기	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능																												
<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>																													
제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용																												
순수량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기할 것																												
원료명	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기																												
기한	섭취기한: Best before(à consommer jusqu'au), Best before end(à consommer de préférence avant)와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재																												
원산지	원산지 국가명 또는 지역명 표기																												
기타 표시	사용방법, 알콜도수(소수점 첫째자리까지), 영양성분,																												
<b>라벨 표기사항 (영양성분)</b>																													
성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준																												
알려지 유발 성분	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위목록 중 예외 있음)																												

자료 : EU법령포털 (www.eur-lex.europa.eu)

▶ 프랑스 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]

앞면(프랑스어)

- ① 제품명 : THÉ VERT INFUSÉ saveur CITRON&MENTHE
- ② 용량 : 1L

앞면(국문)

- ① 제품명 : THÉ VERT INFUSÉ saveur CITRON&MENTHE(레몬&민트)
- ② 용량 : 1L

옆면(프랑스어)

- ① 설명 : Appréciez l'union subtile de l'infusion de thé vert, du citron et de la menthe. Cette boisson éveillera vos sens. Dégustez-la fraîche à tout moment de la journée.  
Boisson rafraîchissante à l'infusion de thé vert et de menthe, au jus de citron à base de concentré, aromatisée menthe.
- ② 성분 : Ingrédients  
Eau, infusion de thé vert et de menthe 40%(eau, thé vert 0.28%, menthe 0.12%), sucre, jus de citron à base de concentré 0.9%, acidifiants: acide citrique et acide malique, arôme naturel de menthe avec autres arômes naturels, correcteur d'acidité: citrates de sodium, arôme naturel de menthe, antioxydant: acide ascorbique.

옆면(국문)

- ① 설명 : 녹차와 레몬, 민트차의 조합을 즐기세요. 당신의 감각을 깨워드립니다. 하루 언제든지 상쾌하게 즐기세요. 녹차, 민트, 레몬 향 음료로 리프레시 하세요.
- ② 성분 : 성분  
물, 녹차와 민트차 40%(물, 녹차 0.28%, 민트 0.12%), 설탕, 레몬 주스 농축액 0.9%, 산화제: 시트르산과 말산, 천연 민트 아로마와 기타 천연 아로마, 산도 조절제: 구연산나트륨, 천연 민트 아로마, 산화방지제: 아스코르빈산



[옆면 라벨링]

옆면(프랑스어)

- ③ 원산지: Origine  
Cette boisson est fabriquée en France à partir de sucre issu de l'Union Européenne, de thé cultivé en Asie, de menthe et de citron issus de diverses origines.
- ④ 보관방법: Conservation  
À consommer de préférence avant le : voir sur le haut de la bouteille. Après ouverture, conservez votre bouteille au réfrigérateur et consommez-la dans les 3 jours.
- ⑤ 용량 : 1L e
- ⑥ 영양성분 : Nutrition  
Valeurs moyennes pour:  
Energie 18kcal  
Glucides 4.5g  
(dont sucres 4.5g)  
Sel 0.02g
- ⑦ 설명 : Préparation  
Servez frais. L'apparition d'un léger dépôt est naturelle et due à la présence de thé. Agitez avant de servir.
- ⑧ 제조사 : Fabriqué en France par EMB 67434 pour Interdis-TSA 91431-91343 MASSY Cedex - France

옆면(국문)

- ③ 원산지: 원산지  
해당 음료는 프랑스에서 제조되었으며, 설탕은 EU, 차는 아시아, 민트와 레몬은 다양한 지역에서 재배되었습니다.
- ④ 보관방법: 보관  
00일 이전에 섭취하십시오: 병의 윗면을 확인하십시오. 개봉한 이후 병을 냉장 보관 하시고 3일 이내에 섭취하십시오.
- ⑤ 용량 : 120g e
- ⑥ 영양성분 : 영양성분  
에너지 18kcal  
글루시드 4.5g  
(설탕 4.5g 포함)  
소금 0.02g
- ⑦ 설명 : 준비  
차갑게 드십시오. 음료에 생기는 침전물은 차로 인하여 생기는 천연 성분입니다. 드시기 전에 흔들어 드십시오.
- ⑧ 제조사 : EMB 67434 pour Interdis-TSA 91431-91343 MASSY Cedex - France에 의해 프랑스에서 제조됨

## 5. 프랑스 한방발효음료 서류 준비

### 서류 준비

프랑스로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

### 한방발효음료

한방발효음료의 일반가공식품 중 음료로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 프랑스 FTA 원산지증명서 준비 필요

##### 프랑스 수입신고 전자통관시스템을 통해 진행

프랑스의 수입신고는 서면 또는 프랑스 세관의 전자행정 시스템(Pro Douane, pro.douane.gov.fr)을 통하여 진행 가능함. EU에서 공통적으로 요구하고 있는 일반 서류와 기타 수입 위생에 관하여 품목별로 요구하고 있는 필수 서류를 구비하여 제출하게 됨. EU로 수입되는 모든 물품의 경우 물품이 도착함에 도착하기 이전에 사전 물품 신고 절차인 적하목록 사전제출(ENS, Entry Summary Declaration) 서류를 제출해야 함

원산지증명의 경우 수출자가 상업송장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지신고문안을 기재함으로써 원산지 신고서를 작성할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로(한화 약 796만 원<sup>37)</sup>) 이상의 물품을 수입하는 경우 원산지 인증수출자 자격을 획득하여야 원산지 증명을 통한 협정관세를 부과 받을 수 있음. 해당 자격의 경우 한국 관세청을 통해서 신청 가능함

[표 4.7] 프랑스 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서(SAD)	(-)
	운임보험	(-)
	상업송장	(-)
	선적 포장 명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청
	관세가격신고서	(-)

자료 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu), 관세청(www.customs.go.kr)

37) 1유로 = 1,326.06원(2019.05.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 6. 프랑스 한방발효음료 세금 납부

### 세금 납부

프랑스로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

### 한방발효음료

한방발효음료의 일반가공식품 중 음료로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 일반가공식품 HS-CODE 2202.99-1999, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-EU FTA 발효로 협정세율 적용

일반가공식품 중 소스류의 경우 프랑스에서는 HS-CODE 2202.99(기타)의 2202.99-1999(기타) 세번을 사용하여 수입됨. 프랑스 수입 시 기본 세율은 9.60%의 세율을 적용받으나, 한국산 제품의 경우 2015년 12월 13일부로 전체 발효된 한-EU FTA 협정으로 협정 세율을 적용받아 0% 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세(VAT)를 납부해야 하며 어떤 식품인지에 따라 식품에 적용 되는 세율인 5.5% 또는 10%의 세율을 적용 받음

- 터미널화물처리비(THC)는 200유로(한화 약 26만 원) 소요
- 수입 서류 심사비용에 4달러(한화 약 4,700원<sup>38)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 1시간 소요
- 통관 비용은 60유로(한화 약 7만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.8] 한국·EU HS CODE 비교 및 EU 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	
	2202.9	기타	
	2202.99	기타	
	2202.99-9000	기타	
EU (프랑스)	2202.99-19	기타	
	2202.99-1999	기타	
관세	기본관세율		9.60%
	협정 세율		0%
VAT			5.5% - 10%

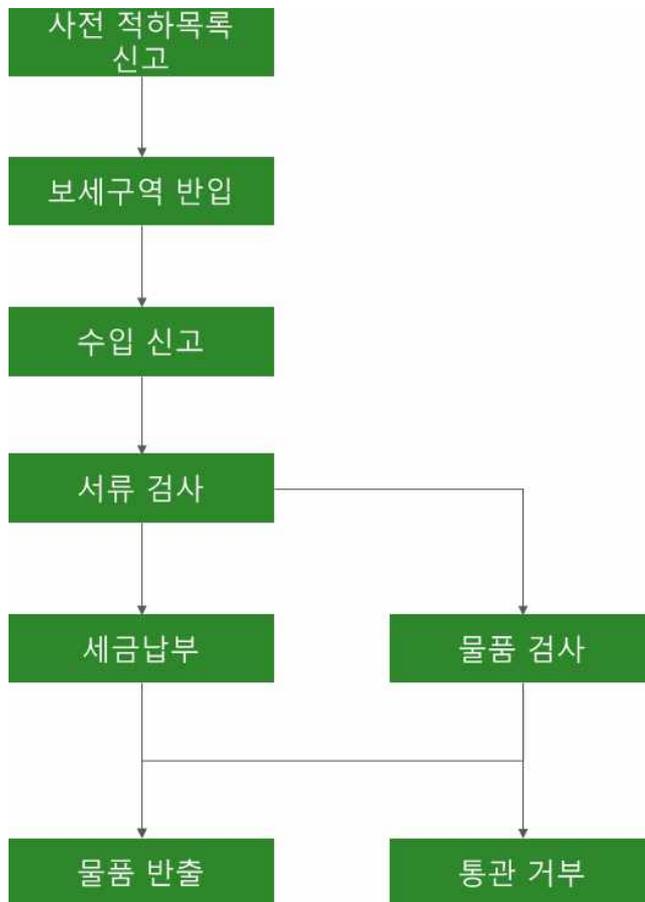
자료 : 관세법령정보포털(unipass.customes.go.kr), 유럽연합 집행위원회(ec.europe.eu), 프랑스 경제부(www.economie.gouv.fr)

38) 1달러 = 1,193.90원(2019.05.29., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 7. 프랑스 한방발효음료 검역 심사 절차

- ▶ 프랑스 일반가공식품 위험도별 검역 심사 진행
- ▶ 수입업체를 기준으로 하여 검사 대상 선별 후 물품 검사 진행

[표 4.9] 프랑스 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	<i>β</i> -cyclodextrin	500
		acacia (gum arabic)	GMP
		acesulfame potassium	350

자료 : KATI(www.kati.net)

- ▶ 유럽연합 집행위원회의 첨가물, 유해물질 데이터베이스를 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

프랑스로 제품 수입 시,  
요구되는 식품 첨가물에  
관한 정보

한방 발효 음료

한방발효음료의  
첨가물 규정은  
KATI 식품 유형 분류 중  
음료류의 발효음료로  
분류하여 발효음료류에  
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 프랑스 일반가공식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
산미료	아세트산	acetic acid	GMP	
보존료	벤조산	benzoic acid	1.5	
착색료	E155	brown ht	100	
산도조정제, 향기증진제	아디프산	adipic acid	10,000	
산미료	지방산	fatty acids	GMP	
조미료	이노신산	inosinic acid	GMP	
흡착제	산화마크네슘	magnesium oxide	GMP	
보존료	산화칼슘	calcium oxide	GMP	
응고제	글루콘산	gluconic acid	GMP	
산화방지제	다이소듐이디티에이	disodium edta	0.035g/kg	
산화방지제	에리토르브산	erythroic acid	일반사용기준 (산화방지제 목적에 한함)	

자료 : KATI(www.kati.net)

[표 4.11] 프랑스 일반가공식품 식품 유해물질 규정

기능	이름	영문이름	최대허용량(mg/kg)	비고
유해물질	에루신산	Erucic acid	50 $\mu$ g/kg	
	글리시딜 지방산 에스터	Glycidyl fatty acid ester (GE)	1,000 $\mu$ g/kg	
	납	Lead (Pb)	1.50	
	멜라민	Melamine	2.5	

자료 : KATI(www.kati.net)

●  
식품 유해물질 규정

프랑스로 제품 수입 시,  
요구되는 유해물질에  
관한 정보

●  
한방 발효 음료

한방발효음료의  
첨가물 규정은  
KATI 식품 유형 분류 중  
음료류의 발효음료로  
분류하여 발효음료류에  
해당하는 정보를 제공함

## V. Expert Interview

### SUMMARY

Interview ① 나뉘랄리아(Naturalia)

Interview ② 바이오 몽드(Bio Monde)

Interview ③ 라 후슈 끼 디우(La Ruche Qui Dit Qui)



Market Distribution and Entry Barriers



39)

- 인터뷰 기업 : 나뉘랄리아(Naturalia)  
(유기농 슈퍼마켓)
- 인터뷰 담당자 : Manager Ms. Sidone

건강식품 구매 시 유기농 전문 매장 선택

건강식품에 대한 관심이 높아지며 발효음료인 콤부차 수요도 증가하고 있습니다. 소비자들은 일반 슈퍼마켓보다 유기농 전문 매장을 더 신뢰하기 때문에 건강식품을 유기농 전문 매장에서 구매하는 것을 선호합니다.

환경오염이 적은 유리용기 추천

환경문제에 관심 있는 소비자들이 많기 때문에 포장 용기에도 신경을 써야 합니다. 발효음료를 판매할 때 플라스틱 용기보다는 유리병 용기를 사용할 것을 추천합니다.



40)

- 인터뷰 기업 : 바이오 몽드(Bio Monde)  
(유기농 슈퍼마켓)
- 인터뷰 담당자 : Manager Ms. Karine

건강식품 수요 증가, 주로 유기농 전문 매장에서 구매

일반 차를 제외하고 과일과 야채 발효추출물인 Kombucha와 같이 영양가가 높고 건강한 발효 음료가 최근에 인기를 얻기 시작하고 있습니다. 주로 젊은 소비자층(20-40대)에게 인기가 있습니다.

Market Trend and Demand



41)

- 인터뷰 기업 : 라 휘슈 끼 디위  
(La Ruche Qui Dit Oiu)  
(식품 유통업체)
- 인터뷰 담당자 : Mr. Thomas(Manager)

건강식품 수요 증가, 제품 효능 중요

최근 건강식품의 수요가 증가하고 있습니다. 프랑스 소비자들은 제품의 맛보다는 효능을 중요시 여기며, 제품의 효과를 느끼면 재구매하는 경향이 많습니다.

7-10유로 사이의 발효음료 취급

라 휘슈 끼 디위는 달콤하게 발효시킨 '콤부차' 음료를 취급하고 있습니다. 해당 발효음료의 가격은 1리터당 7-10유로입니다.

39) 사진 자료: 나뉘랄리아(Naturalia) 홈페이지, [naturalia.fr](http://naturalia.fr)  
 40) 사진 자료: 바이오몽드(Bio Monde) 홈페이지, [biomonde.fr](http://biomonde.fr)  
 41) 사진 자료: 라 휘슈 끼 디위(La Ruche Qui Dit Qui) 페이스북, [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

## Interview ① 나뉘랄리아(Naturalia)

### 나뉘랄리아 (Naturalia)

#### 전문가 소속

Naturalia  
유기농 슈퍼마켓

#### 전문가 정보

Ms. Siddone  
(Marketing Manager)



42)



43)

## 나뉘랄리아(Naturalia)

Ms. Sidonie (Marketing Manager)

### 건강식품 수요 증가, 주로 유기농 전문 매장에서 구매

나뉘랄리아는 유기농 슈퍼마켓입니다. 과일, 건강식품, 스낵, 아기용품 등을 취급하고 있으며, 음료수의 경우 발효주스를 포함하여 과일주스, 차, 우유, 야채주스 등 여러 종류의 음료제품을 취급하고 있습니다. 최근 건강식품에 대한 관심이 높아지며 발효음료인 콤부차 수요도 증가하고 있습니다. 일반 슈퍼마켓에서도 유기농 건강음료를 판매하고 있지만 소비자들은 유기농 전문 매장에서 제품을 구매하는 것을 선호합니다. 일반 슈퍼마켓에서 파는 제품에 대한 신뢰도가 낮기 때문입니다.

### 플라스틱 병 보다 유리병 용기 추천

소비자들은 제품 용기에 관련한 환경 문제에도 관심이 많습니다. 발효음료 가격이 17유로라면 플라스틱 병보다는 유리병에 제품을 판매하는 것이 좋을 것 같습니다. 플라스틱 병은 저렴하다는 인식도 있고, 환경적으로도 문제가 많기 때문입니다.

### 캔 음료 제외, 모든 음료 수입 규정 엄격함

캔 음료를 제외한 음료의 경우 엄격한 규정이 있는 것으로 알고 있습니다. 프랑스는 EU 국가 수출입 규정을 따르고 있으며, 제품을 수출입시에 위생, 안전성 등에 관련된 인증이 필수인 것으로 알고 있습니다.

42) 사진 자료: 나뉘랄리아(Naturalia) 홈페이지, (naturalia.fr)

43) 사진 자료: 나뉘랄리아(Naturalia) 홈페이지, (naturalia.fr)

## Interview ② 바이오 몽드 (Bio Monde)

### 바이오 몽드 (Bio Monde)

#### 전문가 소속

Bio Monde  
유기농 식품 슈퍼마켓

#### 전문가 정보

Ms. Karine  
(Marketing Manager)



44)



45)

### 바이오 몽드 (Bio Monde)

Ms. Karine (Marketing Manager)

#### Q. 최근 소비자들에게 인기 있는 음료는 어떤 것들이 있을까요?

일반 차를 제외하고 과일과 야채 발효추출물인 콤부차와 같이 영양가가 높고 건강한 발효 음료가 최근에 인기를 얻기 시작하고 있습니다. 주로 젊은 소비층(20-40대)에게 인기가 있습니다. 건강 의식이 있는 소비자는 실제로 건강식품 및 유기농식품 전문 상점이나 소규모 제조업체를 신뢰합니다. 외국 브랜드의 건강 음료의 경우라면 이러한 전문 유기농식품 매장 입점을 추천합니다.

#### Q. 한방발효음료에 필요한 인증이 있습니까?

모든 식품 또는 식용 제품에는 GMP, HACCP, ISO 등과 같은 표준 인증이 있어야 하며, 제품에 영양학적 효능을 강조하고 싶은 경우, 근거를 뒷받침 할 수 있는 연구성과 자료가 있어야 합니다.

#### Q. 소비자들은 어떤 음료 용기를 선호하나요?

내용물이 투명하게 보이는 유리병 용기를 추천합니다. 플라스틱 용기를 사용하는 경우, 생분해성 혹은 재활용 가능한 용기여야 합니다.

디톡스 음료 또는 콤부차 등의 발효음료류는 10유로 부근에서 가격형성이 되어있습니다.

44) 사진 자료: 바이오몽드(Bio Monde) 홈페이지, (biomonde.fr)

45) 사진 자료: 바이오몽드(Bio Monde) 홈페이지, (biomonde.fr)

## Interview ③ 라 휘슈 끼 디 위 (La Ruche Qui Dit Oui)

라 휘슈 끼 디 위  
(La Ruche Qui Dit Oui)

전문가 소속

La Ruche Qui Dit Oui  
식품 유통업체

전문가 정보

Mr. Thomas  
(Marketing Manager)



46)



47)

### 라 휘슈 끼 디위(La Ruche Qui Dit Oui )

Mr. Thomas (Marketing Manager)

#### Q. 최근 소비자들이 음료 제품을 선택하는 기준은 무엇인가요?

라 휘슈 끼 디위는 스낵, 음료, 과일 등을 취급하는 식품 유통업체입니다. 과거와 비교하여 최근 건강음료를 포함한 건강식품의 수요가 증가하였습니다. ‘맛’ 보다는 ‘효능’을 더 중요시 여기는 것 같습니다. 제품의 맛이 없더라도 제품 효과를 몸소 느끼면 재구매하는 경향이 많습니다. 소비자들은 대량 생산하여 판매하는 제품보다 소량의 프리미엄 제품이라도 전문적으로 판매하는 업체에 대한 신뢰도가 더 높습니다.

#### Q. 취급하고 있는 발효음료는 어떤 것이 있나요?

달콤하게 발효시킨 음료 ‘콤부차’를 취급하고 있습니다. 해당 제품의 가격은 1리터당 7-10유로입니다. 발효음료 가격이 17유로라면 저희 매장이 취급하고 있는 제품 대비 비싼 제품인 것 같습니다.

#### Q. 유기농 제품 수입을 위해서는 유기농 인증이 필요합니까?

유기농 제품을 판매하기 위해서는 ‘유기농 제품 인증’이 필요합니다. 정확한 절차에 대해서 설명하기는 어렵지만, 캔 음료를 제외한 음료 제품의 경우 엄격한 규정이 있는 것으로 알고 있습니다. EU 국가 수출입 규정과 동일합니다.

46) 사진 자료: 라 휘슈 끼 디위(La Ruche Qui Dit Qui) 홈페이지, (alamaison.laruchequiditoui.fr)

47) 사진 자료: 라 휘슈 끼 디위(La Ruche Qui Dit Qui) 페이스북, (www.facebook.com)

## [참고문헌]

### ■ 참고자료

1. 민텔(Mintel), 'LES BOISSONS FERMENTÉES : UNE POPULARITÉ EN HAUSSE', 2018.04.25
2. 아그로미디어(Agromedia.fr), 'La Fermentation fait Son Grand retour dans le secteur Agroalimentaire', 2018.05.14
3. 쏘헬씨(Sohealthy), 'Kombucha, La Nouvelle Boisson Santé à Adopter', 2019.01.16
4. 쌍테매거진(Santé Magazine), 'Le Kombucha, Une Boisson à Adopter Ou à Éviter ?', 2019.02.13
5. 팜므악튀엘르(femmeactuelle), 'Kombucha: Cette Boisson Peut-elle aider à Perdre du Poids ?', 2019.04.25
6. 프레띠뿌쎌(Prêt à Pousser), '8 Herbes Aromatiques à Avoir Impérativement dans sa Cuisine !', 2019.05.30
7. 팜므(Femmes), 'HERBES, ÉPICES ET ASSAISONNEMENTS : LES CALORIES', 2019.05.30

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터 ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. International Trade Center ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. Euractiv ([www.euractiv.com](http://www.euractiv.com))
4. 유엔통계처 ([data.un.org](http://data.un.org))
5. 프랑스 공공 보건청(Santé publique France) ([www.santepubliquefrance.fr](http://www.santepubliquefrance.fr))
6. Business Wire ([www.businesswire.com](http://www.businesswire.com))
7. 유럽연합 집행위원회 ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu))
8. EU법령포털 ([www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu))
9. 관세청 ([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
10. 프랑스 경제부 ([www.economie.gouv.fr](http://www.economie.gouv.fr))
11. KATI ([www.kati.net](http://www.kati.net))

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사  
발행일자 : 2019.06.07

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한  
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.  
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는  
aT 한국농수산물유통공사 로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea

