

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1910-03
- 품목 : 고추장 (Gochujang)
- 국가 : 이탈리아 (ITALY)
- 구분 : 시장분석형

Content

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 이탈리아 고추장 시장규모	5
2. 이탈리아 고추장 수출입 시장규모	6
3. 이탈리아 고추장 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 이탈리아 소스, 파스타나 육류 및 생선 요리할 때 주로 활용	17
2. 이탈리아의 매운 요리는 주로 이국적인 요리가 多	18
3. 이탈리아 온라인 쇼핑물, 토마토와 페스토 소스가 대표적	19
4. 이탈리아 소비자, 소스로 요리를 더욱 간편하게	20

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 이탈리아 고추장 유통구조	23
2. 이탈리아 고추장 주요 유통업체	24
3. 이탈리아 고추장 B2C 소매채널	26

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 이탈리아 고추장 인증 취득	48
2. 이탈리아 고추장 사전 심사	50
3. 이탈리아 고추장 업체·제품 등록	51
4. 이탈리아 고추장 라벨 심의	52
5. 이탈리아 고추장 서류 준비	55
6. 이탈리아 고추장 세금 납부	56
7. 이탈리아 고추장 검역 심사	57

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	60
Interview ① 인디아 트레이딩(India Trading)	62
Interview ② 라 카프라 람판떼(La Capra Rampante)	63
Interview ③ 크리슈나 인디안 바자르(Krishna Indian Bazar)	64
Interview ④ 아시아마켓잇(Asia-Market It)	65
Interview ⑤ 크리스탈디(Cristaldi)	66

* 참고문헌	67
--------	----

I . Market Size

SUMMARY

1. 이탈리아 고추장 시장규모
2. 이탈리아 고추장 수출입 시장규모
3. 이탈리아 고추장 소비자 규모



Market Size

(시장규모)

이탈리아 (ITALY)

고추장 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(소스), 원료(고추)

- 이탈리아 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings, Condiments)¹⁾

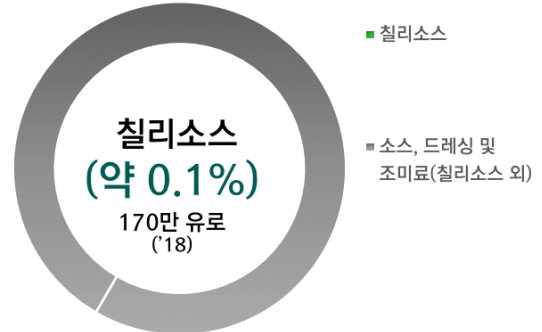
시장 규모

..... 20억 800만 유로 ('18)

- 이탈리아 칠리소스(Chilli Sauces)²⁾ 시장 규모

..... **170만 유로 ('18)**

(*) Euromonitor International



고추장 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(소스), 원료(고추)

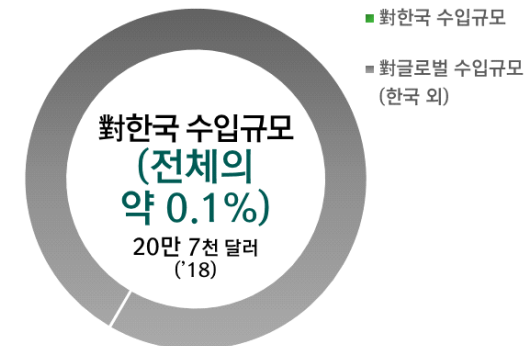
- HS 2103.90³⁾ 이탈리아 對 글로벌 '소스와 소스용 조제품-기타' 수입 규모

..... 1억 5,658만 9천 달러 ('18)

- HS 2103.90 이탈리아 對 한국 '소스와 소스용 조제품-기타' 수입 규모

..... **20만 7천 달러 ('18)**

(*) International Trade Centre



고추장 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '고추장'은 고추와 찹쌀을 재료로 한국 전통 방식을 따라 만든 한국식 소스 제품임. 이에, 한국산 제품의 주요 소비층으로 예상되는 이탈리아 20-30대 인구 규모를 파악하고자, '이탈리아 인구 규모와 연령대별 분포'를 조사함. 그리고 한국 고추장의 시장성을 확인하기 위해 '이탈리아 소스류 및 조미료 소비규모' 및 '이탈리아 내 한식 레스토랑 규모'를 파악함

① 이탈리아 인구 규모 및 연령대별 분포 ('18)

이탈리아 총 인구	6,043만 1천 명
0-19세	18 %
20-29세	10 %
30-39세	11 %
40-49세	15 %
50-59세	15 %
60세 이상	29 %

② 이탈리아 가구당 소스류 및 조미료 연평균 지출액 ('18)

식품 및 비알콜 음료	5,540유로(100%)
소스류 및 조미료	25유로(0.4%)

③ 이탈리아 내 한식당 개수 ('19)

밀라노	21개
피렌체	7개
베네치아	6개

※상위 3개 지역의 한식당 규모를 제시함

(*) World Bank, Istat, Google Maps

- 1) 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings, Condiments): 토마토 페이스트/퓨레, 부용/육수 큐브, 허브와 향신료, 글루탐산소다(MSG)를 비롯한 각종 소스와 드레싱, 조미료를 포함함
- 2) 칠리소스(Chilli Sauces): 고추를 주 재료로 다른 재료와 혼합한 매운 테이블 소스를 지칭함. 단맛이 나는 칠리소스, 멕시코/라틴 아메리카 매운 소스, 타바스코 소스, 아시안식 칠리소스 등도 이에 포함함
- 3) HS CODE 2103.90: 채소나 과실을 기본 재료로 요리의 제조에 사용하는 기타 소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료(간장 소스, 토마토 케첩 및 토마토 소스, 겨자, 겨자가루 제외) 지칭함. 이에 '고추'를 원료로 사용한 소스 제품인 고추장을 HS CODE 2103.90으로 분류함

1. 이탈리아 고추장 시장규모

이탈리아 국가 일반 정보⁶⁾

면적	30만 2,072 km ²
인구	6,048만 명
GDP	2조 722억 달러
GDP (1인당)	34,260 달러

조사 시장: 조사 제품 '고추장'은 고추를 원료로 한 한국식 소스 제품으로, '소스, 드레싱 및 조미료' 시장과 '칠리소스' 시장을 조사함. '칠리소스' 시장은 고추를 주 재료로 만든 매운 테이블 소스나 조미료를 뜻하며, 한국식 고추장을 포괄함

▶ 2014~2018년, 이탈리아 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장 연평균성장률 1%

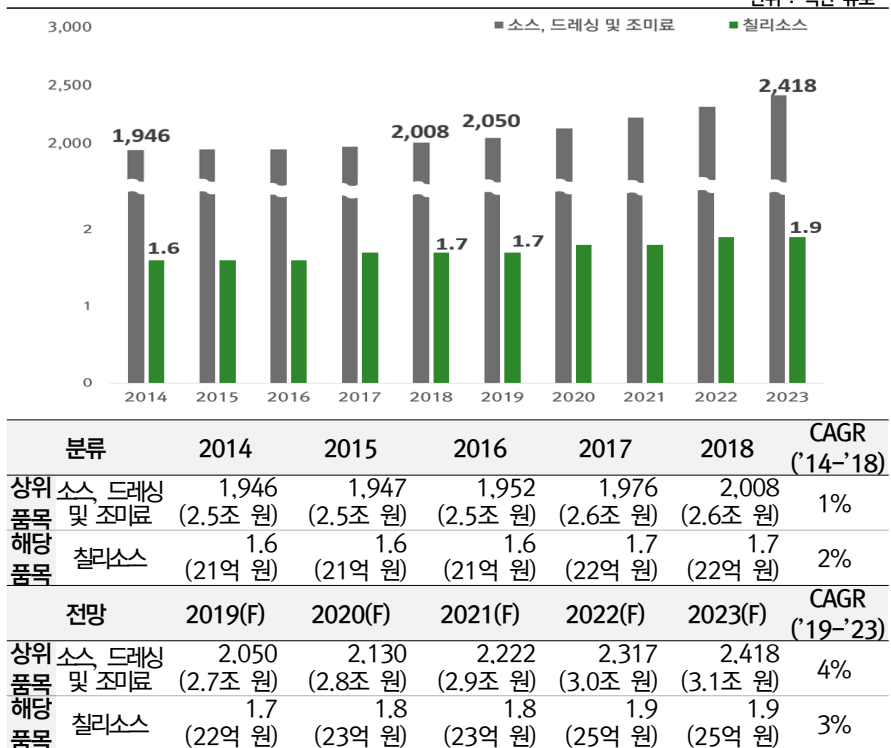
2018년 '칠리소스'의 시장규모는 170만 유로로 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장의 0.1%를 차지함. 지난 5년(2014-2018년)간 '소스, 드레싱 및 조미료' 시장과 '칠리소스' 시장은 각각 연평균 1%, 2%의 성장률을 기록함

▶ 2019~2023년, 이탈리아 '칠리소스' 시장 연평균성장률 3% 예측

2019년부터 2023년까지, '소스, 드레싱 및 조미료' 시장과 '칠리소스' 시장은 각각 연평균 4%, 3%의 성장률을 기록할 것으로 전망됨. 유로모니터⁴⁾에 따르면, '소스, 드레싱 및 조미료' 시장은 전통 소스에 대한 수요 증가와 함께 성장 중임. 이탈리아의 다민족화 현상이 에스닉 푸드 서비스 및 조리음식의 성장을 불러왔으며, 이와 함께 전통 허브, 향신료 및 테이블 소스 제품 시장도 성장함

[표 1.1] '소스, 드레싱 및 조미료', '칠리소스' 시장 규모⁵⁾

단위 : 백만 유로



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sauces, Dressings and Condiments in Italy」, 2019.11

5) 1유로: 1296.07원(2019.11.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 이탈리아 고추장 수출입 시장규모

HS CODE 2103.90: 조식 제품 ‘고추장’은 고추를 주 재료로 한 한국 전통 소스 제품임. 이에 ‘소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료 및 양념-기타(간장 소스, 토마토케첩 및 토마토소스, 겨자와 겨자가루 제외)’에 해당하는 HS CODE 2103.90을 지표로 선정함

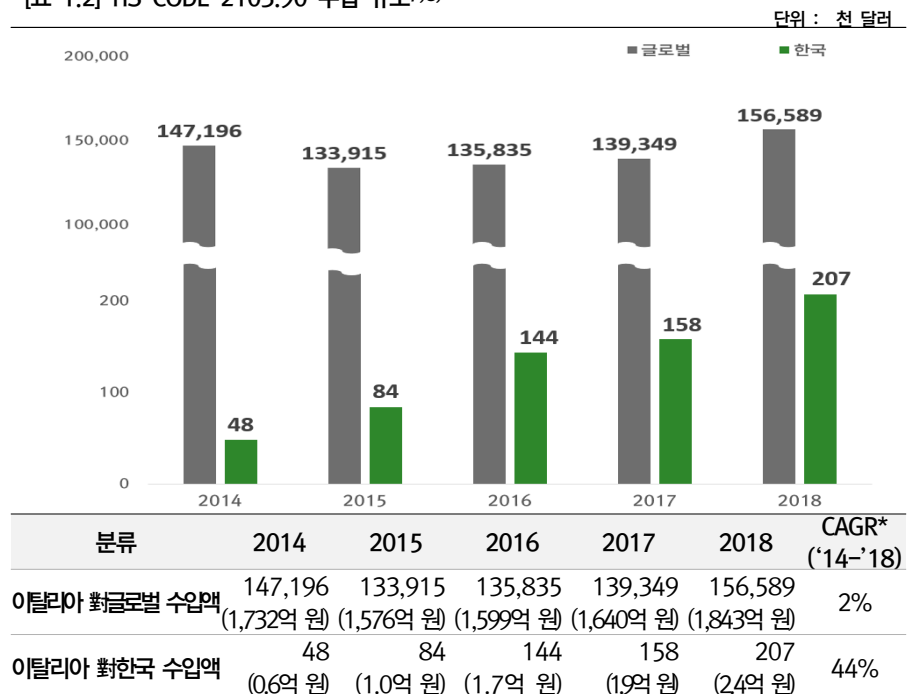
▶ 2014-2018년, 이탈리아 對글로벌 수입액 연평균성장률 2%

HS CODE 2103.90 품목 기준, 이탈리아의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 2%의 성장률을 보임. 특히, 2018년 수입 규모가 전년 대비 약 12% 증가하면서 이탈리아의 對글로벌 수입 규모는 1억 5,658만 9천 달러를 기록하였으며, 이는 2014년 수입 규모 대비 6% 증가한 규모임

▶ 2014-2018년 이탈리아 對한국 수입액 연평균성장률 44%

2014년부터 2018년까지 HS CODE 2103.90 품목의 對한국 수입액은 연평균 44%의 높은 성장률을 보임. 특히, 2015년, 2016년 모두 전년 대비 70% 이상의 높은 성장률을 보임. 이후 2017년, 2018년에도 각각 전년 대비 10%, 31%의 두 자릿수 성장률을 보이며 2018년 20만 7천 달러를 기록함. 한국은 2018년 이탈리아 HS CODE 2103.90 품목 수입국 중 22위 수입 국가이며, 수입 규모는 전체 수입액의 0.1%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 2103.90 수입 규모⁷⁾⁸⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2103.90 기준

7) 1달러=1,176.80원 (2019.11.27., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 이탈리아 고추장 소비 시장규모

1) 이탈리아 인구 규모와 분포

조사 제품 ‘고추장’은 고추와 찹쌀을 재료로 한국 전통 방식을 따라 만든 한국식 소스 제품임. 이에 한국산 제품의 주요 소비층으로 예상되는 이탈리아 20-30대 인구 규모를 파악하고자, ‘이탈리아 연령대별 인구 분포도’를 조사함. 또한 한국 고추장의 시장성을 확인하기 위해 ‘이탈리아 소스류 및 조미료 소비규모’와 ‘이탈리아 내 한식 레스토랑 규모’를 파악함

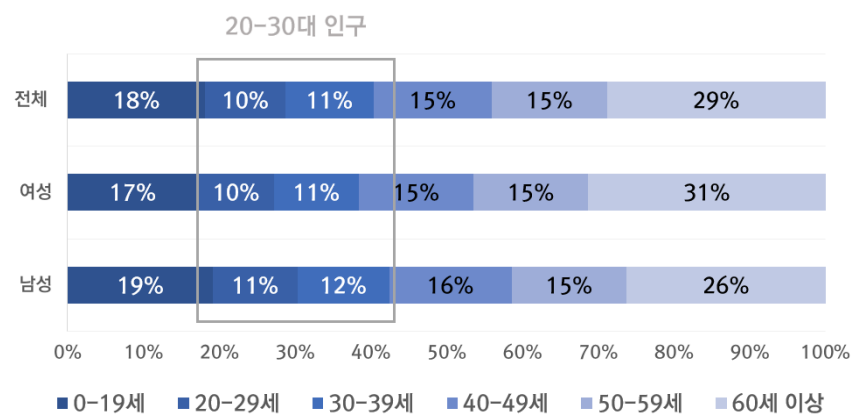
▶ 2018년 이탈리아 인구 중 20-30대 인구 21% 차지

월드뱅크(Worldbank) 자료에 따르면, 2018년 이탈리아의 총인구수는 약 6,043만 1천 명임. 2018년 기준, 이탈리아의 20-30대 인구수는 총 약 1,327만 8천 명으로 전체인구의 21%를 차지함. 20대 인구수는 633만 7천 명으로 총 인구의 10%를 차지하며, 30대 인구수는 694만 1천 명으로 총 인구의 11%를 차지함

2018년 이탈리아 총 남성 인구(2,938만 4천 명) 중 20-30대 남성 인구는 675만 8천 명으로 23%를 차지하며, 여성 인구(3,104만 8천 명) 중 20-30대 여성 인구는 652만 명으로 21%를 차지함

[표 1.3] 2018년 이탈리아 연령대별 인구 비중⁹⁾

단위 : %



자료: 월드뱅크(World Bank)

9) 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 비율(%)이 미달, 초과 될 수 있음

2 이탈리아 소스류 및 조미료 소비규모

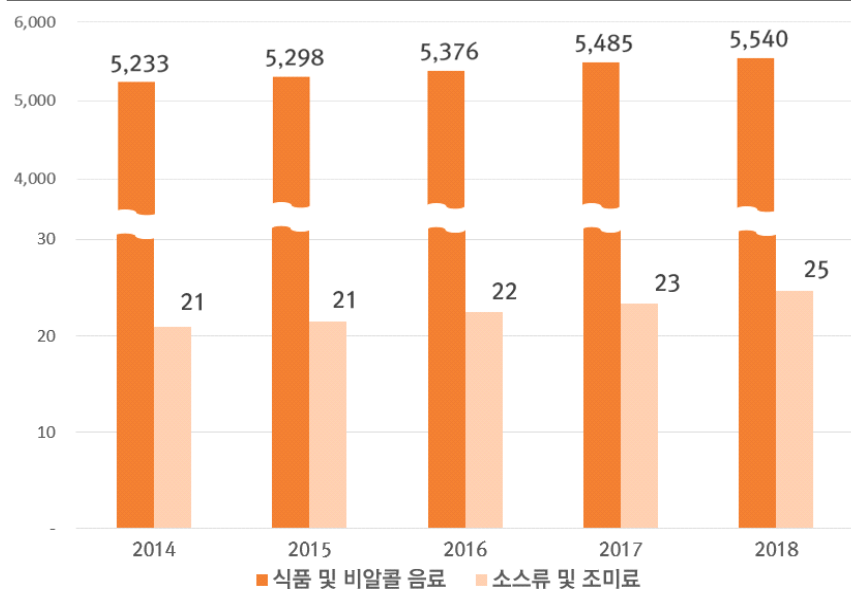
▶ 2018년, 이탈리아 ‘소스류 및 조미료’ 제품 연평균 지출액 25유로

2018년 기준 이탈리아 ‘소스류 및 조미료’ 제품의 가구당 연평균 지출액은 25유로이며, 지난 5년(2014-2018년)간 전년대비 한 자릿수의 성장률을 유지하며 연평균성장률 4%를 기록함

2018년 기준 이탈리아 ‘식품 및 비알콜 음료’¹⁰⁾ 제품의 연평균 지출액은 5,540유로로, 지난 5년간 매해 전년대비 1-2% 성장하여 연평균성장률 1%를 기록함. 2018년 기준 ‘소스류 및 조미료’ 제품의 지출액은 ‘식품 및 비알콜 음료’ 지출액의 0.4%를 차지하며, 지난 5년간 동일한 비중을 유지해옴

[표 1.4] 2014-2018년 ‘식품 및 비알콜 음료’, ‘소스류 및 조미료’ 연평균 지출액¹¹⁾

단위 : 유로



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
식품 및 비알콜 음료	5,233 (678만 원)	5,298 (687만 원)	5,376 (697만 원)	5,485 (711만 원)	5,540 (718만 원)	1%
소스류 및 조미료	20.88 (27,062원)	21.48 (27,840원)	22.44 (29,084원)	23.28 (30,173원)	24.60 (31,883원)	4%

자료: 이탈리아 통계청(Istituto Nazionale di Statistica), 「Consumption expenditure : Expenditure item (ECoicop)」, 2014-2018.

10) 식품 및 비알콜 음료: 식품, 육류, 생선과 해산물, 우유와 치즈 및 계란, 기름 및 지방, 과일, 채소, 설탕, 식료품, 비알콜 음료, 생수 및 탄산음료 등을 포함함. (출처: 이탈리아 통계청(Istituto Nazionale di Statistica))

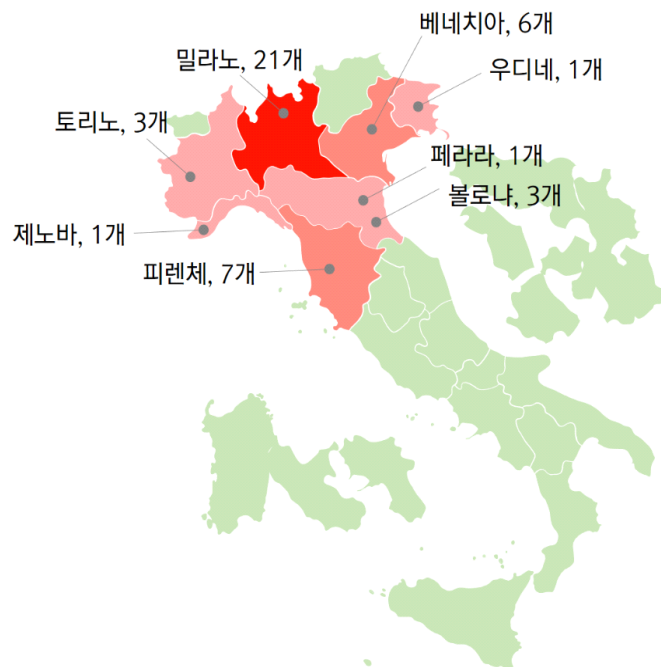
11) 1유로: 1296.07원(2019.11.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

▶ 2019년, 이탈리아 내 한식당 43개

3) 이탈리아 내 한식당 규모

2019년 기준, 이탈리아 내 한식당은 43개로 나타남.¹²⁾ 이 중 21개의 한식당이 밀라노(Milano)에 위치함. 그 다음으로 피렌체(Florence)에 7개, 베네치아(Venice)에 6개의 한식당이 위치함. 이외 토리노(Torino), 볼로냐(Bologna)에 각각 3개, 페라라(Ferrara), 제노바(Genova), 우디네(Udine)에 1개씩 분포하여, 전체적으로 이탈리아 북부 지방에 밀집된 양상을 보임

[표 1.5] 2019년 이탈리아 한식당 규모



분류(도시)	개수	주요 메뉴
밀라노	21개	제육볶음, 비빔밥, 김치찌개, 고추장삼겹살, 떡볶이 등
피렌체	7개	제육볶음, 비빔밥, 제육덮밥, 닭볶음탕, 떡볶이 등
베네치아	6개	제육볶음, 비빔밥, 오징어볶음, 라볶이, 상추쌈 등
토리노	3개	제육볶음, 비빔밥, 떡볶이 등
볼로냐	3개	제육볶음, 비빔밥, 떡볶이 등
페라라	1개	제육볶음, 비빔밥, 떡볶이 등
제노바	1개	김치찌개
우디네	1개	비빔밥

자료: 구글 지도(Google Map)

12) Google Maps에 검색되는 이탈리아 내 한식당 수

II. Market Trend

SUMMARY

1. 이탈리아 소스, 파스타나 육류 및 생선 요리할 때 주로 활용
2. 이탈리아의 매운 요리는 주로 이국적인 요리가 다
3. 이탈리아 온라인 쇼핑몰, 토마토와 페스토 소스가 대표적
4. 이탈리아 소비자, 소스로 요리를 더욱 간편하게



Market Trend

(시장트렌드)

이탈리아 (ITALY)

소스 시장 트렌드



주 활용 감미료는 오일, 토마토 소스, 버터, 크림 소스
'매운 맛 요리는 많지 않은 것으로 나타나'



매운 요리 '닭고기'가 최다 빈출
'맥주 키워드도 함께 빈출'

■ ITALY Issue ①

이탈리아 소스, 파스타나 육류
및 생선 요리할 때 주로 활용

'육류', '파스타', '생선'을 주로 요리

■ ITALY Issue ②

이탈리아의 매운 요리는
주로 이국적인 요리가 多

'매운 요리 레시피에 '인도', '에스파냐', '멕시코' 요리 소개'



이탈리아 인기 소스는 토마토 소스와 페스토
'와사비', '페페로치노'와 같은 매운 소스도 빈출



쉽게 요리할 수 있다는 점이 소스 활용의 중요한 이유
'즉석의', '준비하다', '간단한' 키워드 빈출

■ ITALY Issue ③

이탈리아 온라인 쇼핑물,
토마토와 페스토 소스가 대표적

'매운 소스'로는 '와사비', '페페로치노', 'BBQ 소스' 빈출

■ ITALY Issue ④

이탈리아 소비자,
소스로 요리를 더욱 간편하게

'소스 품질과 브랜드에 대한 고려도 높아'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원

(이탈리아 매체 16개)

●
데이터 분류
키워드집
(소스 연관 키워드집)


●
데이터 분석
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.11
수집 데이터	3,650건

데이터 정제

정제 키워드	소스(Salsa)
정제 데이터	1,830건

○ 데이터 수집

- 이탈리아 소스(Salsa) 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 이탈리아 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Misya	misya.info	레시피 사이트
02	Cucchiaio	www.cucchiaio.it	레시피 사이트
03	Ricetta	ricetta.it	레시피 사이트
04	Giallozafferano	www.giallozafferano.it	레시피 사이트
05	Ricette dal mondo	www.ricettedalmondo.it	레시피 사이트
06	GnamGnam	www.gnamgnam.it	레시피 사이트
07	Thespruceeats	www.thespruceeats.com	레시피 사이트
08	Donnamoderna	www.donnamoderna.com	레시피 사이트
09	Carrefour	www.carrefour.it	온라인 쇼핑몰
10	Amazon	www.amazon.it	온라인 쇼핑몰
11	Sorgentenatura	sorgentenatura.it	온라인 쇼핑몰
12	Artimondo	www.artimondo.it	온라인 쇼핑몰
13	Naturasi	www.naturasi.it	온라인 쇼핑몰
14	Palatifini	www.palatifini.it	온라인 쇼핑몰
15	Sugros	www.sugros.com	온라인 쇼핑몰
16	Opinioni	www.opinioni.it	소비자 후기 사이트

○ 데이터 분석 키워드집

- 이탈리아 소스(Salsa) 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 이탈리아 소스(Salsa) 관련 매체 리스트

Opinioni.it opinions that matter		Ricetta.it		Carrefour	
현지 소비자 후기 사이트, 소스(Salsa) 관련 소비자 의견		현지 레시피 사이트 소스(Salsa) 관련 레시피		현지 온라인 쇼핑몰, 인기 소스(Salsa) 제품	
키워드 ①	하인즈	키워드 ①	마요네즈	키워드 ①	BBQ
키워드 ②	트리플	키워드 ②	소고기	키워드 ②	토마토
키워드 ③	바베큐	키워드 ③	간장	키워드 ③	클래식
키워드 ④	치즈	키워드 ④	치킨	키워드 ④	버터

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 이탈리아 소스(Salsa) 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 이탈리아 소스(Salsa) 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	해당국가 언어(이탈리아어)	참여기업	경쟁기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	소스 종류	토마토 소스	pomodoro		0	
			버터	burro			0
			크림	crema			0
			간장	soia		0	
			마요네즈	maionese		0	
			페스토 소스	pesto		0	
			바비큐 소스	barbecue		0	
			와사비	wasabi		0	
			머스타드	senape		0	
			타바스코	tabasco		0	
		소스 관련 요리	닭고기	pollo			0
			카레	curry			0
			가스파초	gazpacho			0
			베이컨	pancetta			0
			멕시칸	messicana			0
			파스타	pasta			0
		소스 관련 소비자 후기	향미	sapore	0		
			품질	qualità	0		
			맛	gusto	0		
			가격	prezzo	0		
			즉석의	pronti	0		
			간단한	semplice	0		
			브랜드명	marchio			0

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 이탈리아 레시피 사이트 내 소스(Salsa) 활용한 레시피 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF* 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출

* TF-DF란 ‘문서 내 특정 키워드 출현 비율’과 ‘전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율’을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

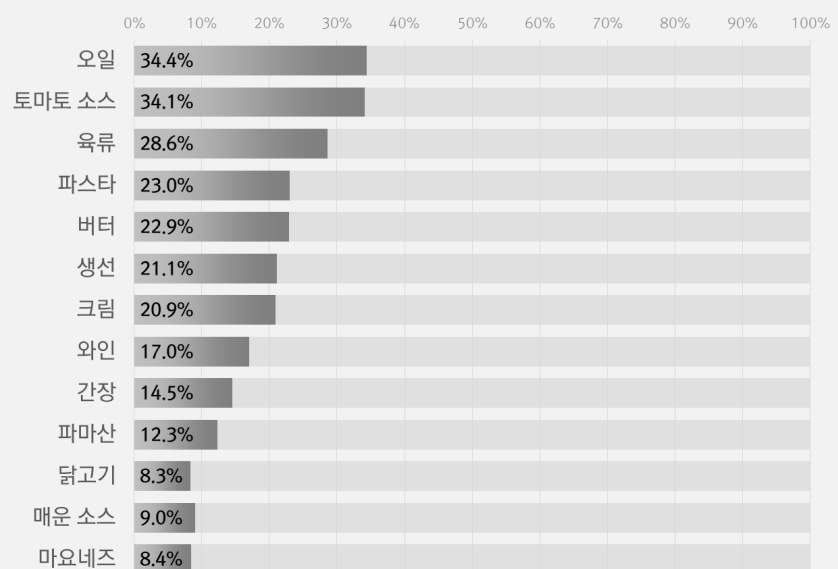
※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 ‘원유’에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다……	미 국무청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국무청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? ………	미국 국무청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 ‘통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템’을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의…

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[이탈리아 소스(Salsa) 관련 데이터 분석 결과]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 이탈리아 레시피 사이트와 온라인 쇼핑몰 내 ‘소스(Salsa)’ 관련 게시물 및 제품 추출
2. 온라인 쇼핑몰의 경우, 인기순으로 나열된 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10page까지의 인기 상품 정보를 크롤링 함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 레시피 제목 및 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출
(레시피 제목과 상품명에 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

※ TF, Term Frequency 개념

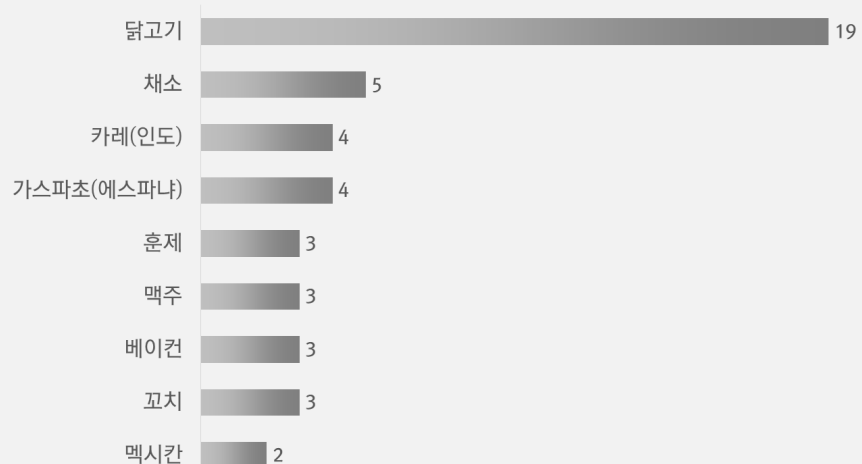
문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 ‘원유’에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다……	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래? ………	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 ‘통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템’을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의…

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●

연관어 분석
(Keyword Analytics)

[이탈리아 소스(Salsa) 관련 데이터 분석 결과]



1. 이탈리아 소스, 파스타나 육류 및 생선 요리할 때 주로 활용



출처: Misya

▶ 소스 활용 시, 와인과 어울리는 ‘육류’, ‘파스타’, ‘생선’을 주로 요리

소스를 활용한 이탈리아 주 요리를 살펴보기 위해 레시피 사이트를 분석함. 그 결과, 육류, 파스타, 생선 요리를 주로 하는 것으로 나타남. 이와 함께 와인 언급량도 많았는데, 주로 육류, 생선 재료의 잡냄새를 제거하기 위한 목적으로 활용됨

▶ 주 활용 감미료는 오일, 토마토 소스, 버터, 크림 소스

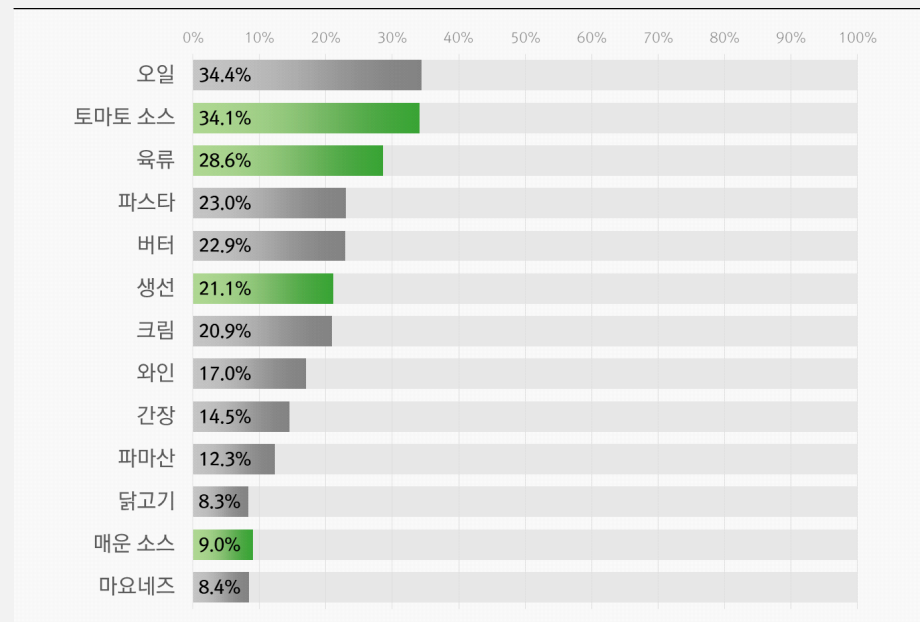
▶ 매운 맛 요리는 많지 않은 것으로 나타나

소스를 활용한 레시피 내에서 감미료 종류로 오일, 토마토 소스, 버터, 크림 소스가 다수임. 이에 반해 매운 소스 키워드 빈도는 9%로 적은 편임. 해당 키워드를 통해 이탈리아 소비자들은 매운 맛을 크게 선호하지 않는 것으로 보임

▶ 이탈리아 레시피 사이트 내 소스 관련 주요 이슈

① 오일 ② 토마토 소스 ③ 육류

[표 2.4] 이탈리아 레시피 사이트 내 ‘소스(Salsa)’ 연관 주요 키워드



자료 : 이탈리아 언론매체 내 ‘소스(Salsa)’ 관련 게시물 849건 분석 (18.01 - 19.11)

값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

2. 이탈리아의 매운 요리는 주로 이국적인 요리가 다

● 매운 치킨 피리 필리



피리필리는 포르투갈 전통 요리 중 하나로, 아프리카의 매우 매운 고추를 활용함. 이 요리법에서는 고추, 파프리카, 마늘, 오일, 식초를 함께 섞어서 닭고기 양념을 함

- 출처: giallozafferano

● 맥주와 즐기는 닭꼬치



향긋한 허브와 맥주 양념으로 맛을 내고, 파프리카를 곁들인 꼬치 요리. 생맥주와 함께 즐기기를 추천함

- 출처: giallozafferano

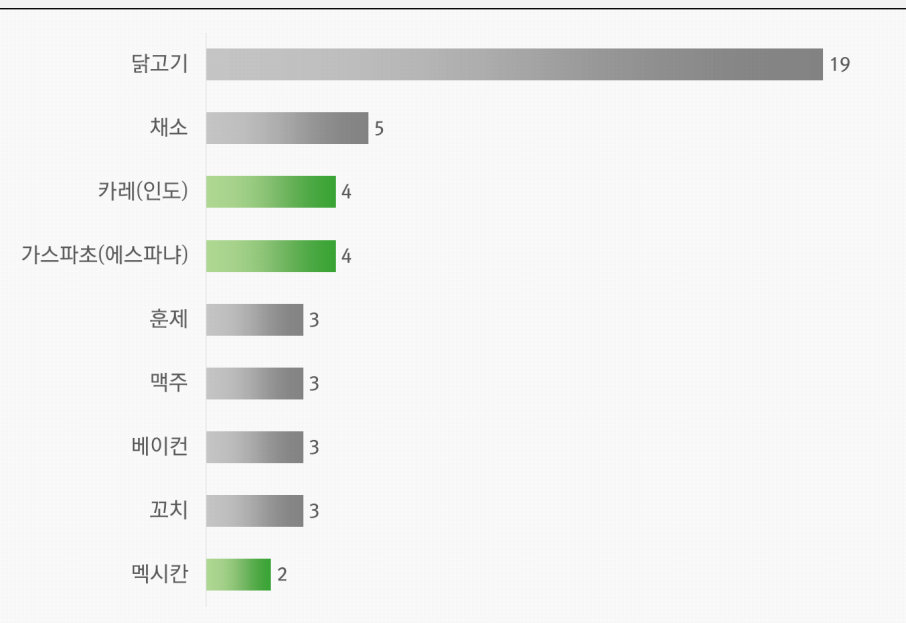
▶ 매운 요리 레시피에 ‘인도’, ‘에스파냐’, ‘멕시코’ 요리 소개

한국의 고추장이 이탈리아 소스 시장에서 얼마큼 시장성이 있을지 파악하기 위해서는 이탈리아에서 먹는 매운 요리를 살펴볼 필요가 있음. 따라서 앞서 레시피 사이트에서 추출한 데이터에서 ‘매운(Piccante 또는 Piccanti)’ 키워드가 들어간 레시피 데이터 재추출함. ‘닭고기’가 최다 빈출해 매운 요리로는 닭고기가 가장 많은 것을 알 수 있음. 주목할만한 점은 카레, 가스파초¹³⁾와 같이 이탈리아 요리보다는 이국적인 요리 다수 빈출함

▶ 이탈리아 레시피 사이트 내 ‘매운 요리’ 관련 주요 이슈

① 카레 ② 가스파초 ③ 멕시코

[표 2.5] 이탈리아 레시피 사이트 내 ‘매운 요리’ 연관 주요 키워드



자료 : 이탈리아 레시피 사이트 내 ‘소스(Salsa)’ 관련 레시피 126건 분석 (18.01 - 19.11)
그래프 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

13) 토마토·오이·피망·완두콩 등의 여러 가지 야채로 만든 시원한 수프로서 에스파냐의 대표적 요리

3. 이탈리아 온라인 쇼핑몰, 토마토와 페스토 소스가 대표적

온라인 쇼핑몰 내 소스 제품 정보



브랜드	페레라(Ferrera)
유형	토마토 소스
가격	27.40유로 ¹⁴⁾ (약 35,512원)
용량	330g X 12



브랜드	로시1947(ROSSI1947)
유형	페스토
가격	28.00유로 (약 36,290원)
용량	180g X 44



브랜드	미스터 페페론치노 (Mister Peperoncino)
유형	페페론치노
가격	15.80유로 (약 20,478원)
용량	280g X 2

- 출처: 아마존(Amazon)

▶ 이탈리아 인기 소스는 토마토 소스와 페스토

이탈리아 인기 소스를 살펴보기 위해 온라인 쇼핑몰 총 7곳에서 소스 제품을 인기순 나열하여 상품명 분석함. 앞서 레시피에서 살펴본 것처럼 토마토 소스가 가장 많음. 그 다음으로, 페스토, 바비큐소스, 마요네즈, 트러플, 매운 소스 순으로 빈출함

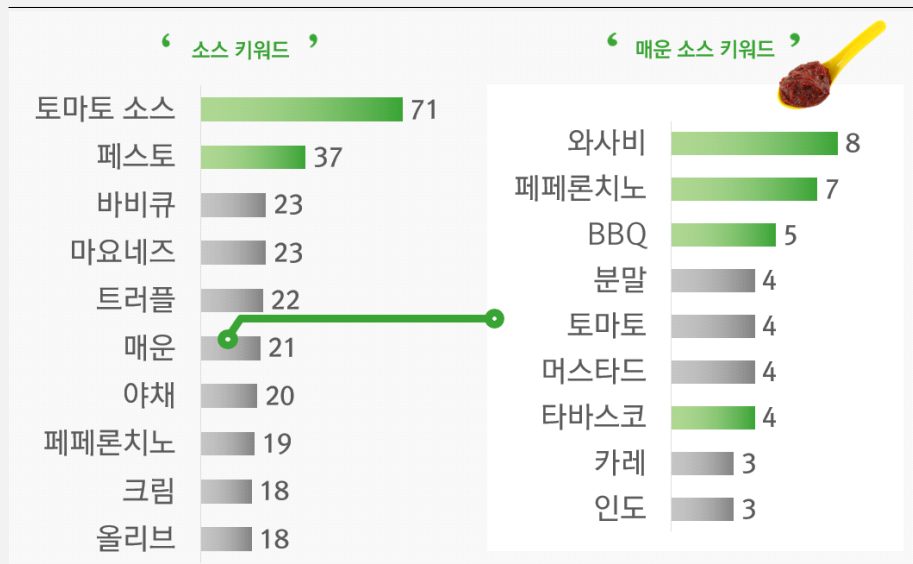
▶ 매운 소스로 와사비, 페페론치노, BBQ 소스 빈출

매운 소스만 따로 추출해서 상품명을 분석함. 와사비, 페페론치노, 타바스코, 머스타드 등의 키워드가 빈출함. 상품 상세설명을 살펴본 결과, 와사비 분말은 샐러드나 파스타에 양념을 가미할 때 사용할 수 있고, 페페론치노는 파스타, 라자냐에 매운 맛을 첨가 용도로 사용을 권장하고 있음. BBQ 소스는 햄버거나 핫도그에 케첩 대신 사용하거나, 감자튀김, 구운 요리에 양념장으로 사용하여 매콤한 맛을 첨가함. 타바스코 소스는 구이 요리와 샌드위치에 첨가해 풍성한 맛을 더해줄 수 있음. 즉, 이탈리아 매운 소스는 특별한 요리를 위한 것이 아닌 일상적 요리에 매운맛 가미 용도로 사용됨

▶ 이탈리아 온라인 쇼핑몰 내 ‘소스(Salsa)’ 상품 관련 주요 이슈

① 토마토 소스 ② 페스토 ③ 와사비

[표 2.6] 이탈리아 온라인 쇼핑몰 내 ‘소스(Salsa)’ 상품 주요 키워드



자료 : 이탈리아 온라인 쇼핑몰 내 ‘소스(Salsa)’ 제품 784건 분석 (18.01 - 19.11)
그래프 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

4. 이탈리아 소비자, 소스로 요리를 더욱 간편하게

소스 제품 관련 소비자 후기



브랜드	바릴라(Barilla)
제품명	페스토 (Pesto alla genovese)
후기	“바릴라는 세계적으로 유명한 브랜드로 신뢰할 수 있다. 결코 기대를 저버리지 않는 맛과 품질이다.”



브랜드	바릴라(Barilla)
제품명	살사 (Salsa pronta classica)
후기	“직접 만드는 소스와는 약간 다르지만 즉시 사용할 수 있어 매우 편리하다. 또한 직접 만든 것처럼 신선한 토마토를 사용한 것 같다.”

- 출처: opiniononi.it

▶ 이탈리아 소비자, 소스 품질과 브랜드에 대한 고려도 높아

소스 제품에 대한 소비자 리뷰를 분석한 결과, 맛, 가격보다 품질 언급량이 더 많음. 유로모니터에 따르면, 이탈리아 소비자들은 국내산 원료와 제품을 추구하며 품질에 대한 고려도가 높음.¹⁵⁾ 브랜드 언급량이 많은 점도 이와 유사한 맥락으로 볼 수 있음

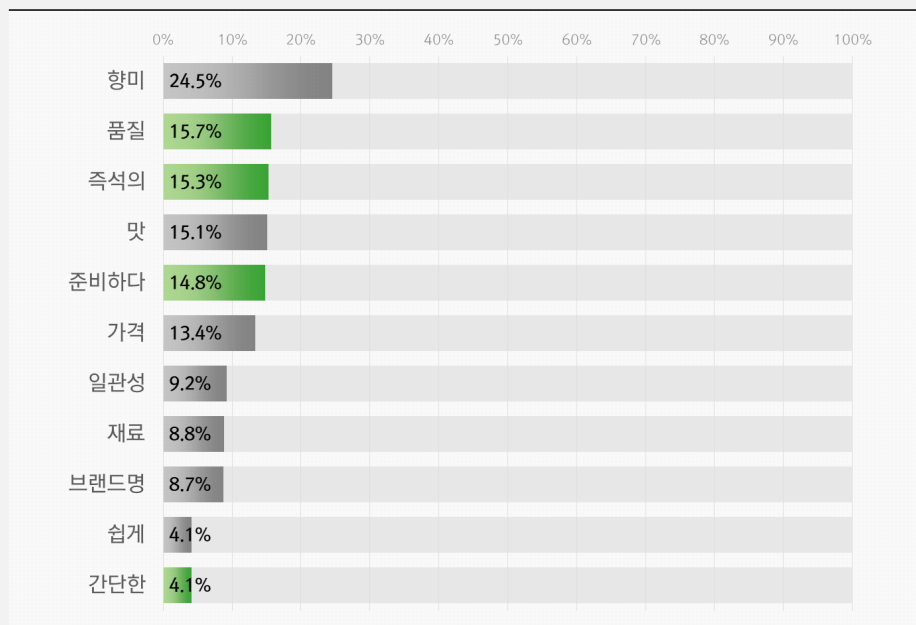
▶ 쉽게 요리할 수 있다는 점이 소스 활용의 중요한 이유

리뷰 관련해 ‘즉석의’, ‘준비하다’, ‘간단한’ 키워드도 빈출됨. 최근 소스 제품은 RTD같이 집에서 쉽게 요리할 수 있게 나오는 것이 트렌드임.¹⁶⁾ 따라서, 고추장 시장 진출 시 손이 많이 가지 않는 간단한 레시피와 고추장 소스를 함께 제공하는 것도 하나의 마케팅 방안이 될 수 있을 것으로 보임

▶ 이탈리아 소비자 후기 사이트 내 ‘소스(Salsa)’ 관련 주요 이슈

① 품질 ② 즉석의 ③ 준비하다

[표 2.7] 이탈리아 소비자 후기 사이트 내 ‘소스(Salsa)’ 관련 후기 주요 키워드



자료 : 이탈리아 소비자 후기 사이트 내 ‘소스(Salsa)’ 관련 후기글 652건 분석 (18.01 - 19.11)
값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

14) 1유로=1,296.07원 (2019.11.27., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

15) 「Sauces, Dressings and Condiments in Italy」, Euromonitor, 2019.11.

16) 「Sauces, Dressings and Condiments in Italy」, Euromonitor, 2019.11.

III. Distribution Channel

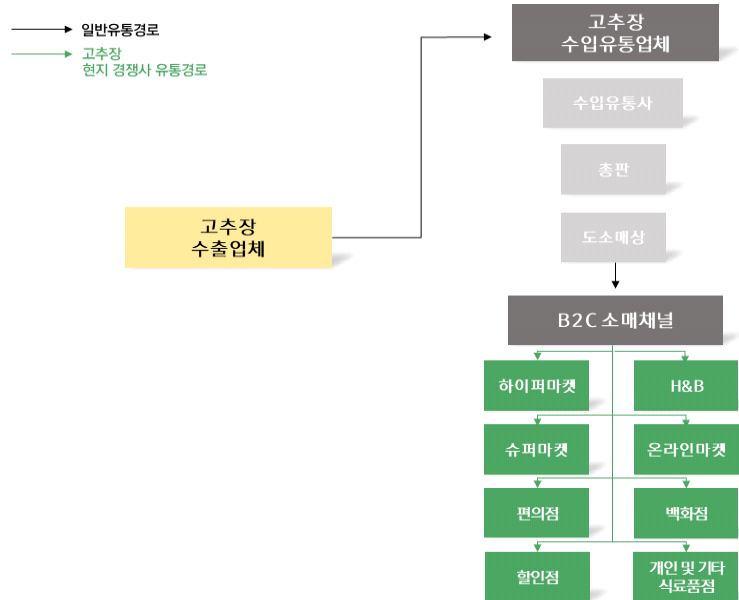
SUMMARY

1. 이탈리아 고추장 유통구조
2. 이탈리아 고추장 주요 유통업체
3. 이탈리아 고추장 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



이탈리아 (ITALY)

고추장¹⁷⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ¹⁸⁾	주요 채널 ¹⁹⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	43.6%	코나드(Conad), 에세룽가(Esselunga), 코프(Coop), 막시시디스(Maxisidis), 수페라엔도(Super A&O), 크라이(Crai), 까르푸(Carrefour), 파밀라(Famila)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁰⁾²¹⁾	25.7%	슈페르마르카토딜레이포르투나(Supermercato Della Fortuna), 파밀리아(Famiglia), 사포리디코리아(Sapori Di Korea)
	할인점	16.0%	에우로스핀느(Eurospin), 리들(Lidl), 엠메디디스카운트(MD Discount), 디퓨(DiPiù), 펜니킹스(Penny, In's)
	편의점	9.9%	디스파르(Despar), 시그마(Sigma), 코나드시티(Conad City), 크라이(Crai), 까르푸엑스프레스(Carrefour Express),
	H&B	2.6%	띠고타(Tigotà), 캐디즈(Caddy's)
	온라인	2.1%	아마존(Amazon), 에세룽가(Esselunga)
	백화점	0.1%	라리나센테(La Rinascente), 레지나(Regina)

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

17) '고추장'에 대한 세부 품목 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 정보를 확인함

18) 2018년 기준, 이탈리아 내 소스, 드레싱 및 조미료의 유통채널 점유율임

19) 채널 분류에 따른 이탈리아 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

20) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

21) 개인 식료품점의 경우, 본 보고서에서는 아시안마트를 조사함

1. 이탈리아 고추장 유통구조

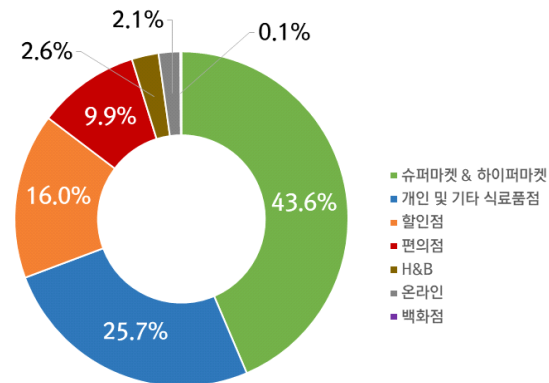
품목 구분 및 분류

품목	고추장
구분	소스류
범주	소스, 드레싱 및 조미료 (Sauces, Dressings and Condiments)

▶ 이탈리아 고추장 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(43.6%), 개인 및 기타 식료품점(25.7%), 할인점(16.0%)’

[표 3.1] 이탈리아 고추장 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 이탈리아 고추장 유통채널 현황

채널 유형	고추장 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	43.6%	코나드(Conad), 에세룽가(Esselunga), 코프(Coop), 막시시디스(Maxisidis), 수페라엔도(Super A&O), 크라이(Crai), 까르푸(Carrefour), 파밀라(Famila)
	개인 및 기타 식료품점	25.7%	슈페르마르카토딜레이포르투나(Supermercato Della Fortuna), 파밀리아(Famiglia), 사포리디코리아(Sapori Di Korea)
	할인점	16%	에우로스핀(Eurospin), 라들(Lidl), 엠메디디스카운트(MD Discount), 디퓨(DPù), 펜나깅스(Penny, In's)
	편의점	9.9	디스파르(Despar), 시그마(Sigma), 코나드시티(Conad City), 크라이(Crai), 까르푸엑스프레스(Carrefour Express),
	H&B	2.6	띠고타(Tigotà), 캐디즈(Caddy's)
	온라인	2.1%	아마존(Amazon), 에세룽가(Esselunga)
	백화점	0.1%	라리나센테(La Rinascente), 레지나(Regina)

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

2. 이탈리아 고추장 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓과 아시안마트가 대표적

[표 3.3] 이탈리아 고추장 취급 주요 유통업체

순 번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²²⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	코나드 (Conad)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 148억 6,824만 달러 (약 17조 4,969억 원)	사클라(Saclà), 사포리앤딘토르니 (Sapori & Dintorni), 무띠(Mutti)	O
2	에셀룽가 (Esselunga)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 90억 9,360만 달러 (약 10조 7,013억 원)	무띠(Mutti), 바릴라(Barilla), 라레이네제(La Reinese), 데벨리(Develey)	O
3	쿵 (Coop)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 149억 6,710만 달러 (약 17조 6,133억 원)	바릴라(Barilla), 무띠(Mutti), 수지원(Suzi Wan), 피오르피오레 (Fior Fiore)	O
4	베넷 (Bennet)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 19억 7,170만 달러 (약 2조 3,202억 원)	사클라(Saclà), 무띠(Mutti), 수지원(Suzi Wan)	O
5	가게 (Gaghe)	아시안마트	매장 수('19): 1개	A사, B사, C사	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

22) 1달러=1,176.80원(2019.11.27., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

[표 3.4] 이탈리아 고추장 취급 주요 유통업체

순 번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	카타이 (Kathay)	아시안마트	매장 수('19): 1개	A사, D사	0
7	에우로스핀 (Eurospin)	할인점	약 54억 6,990만 달러 (약 6조 4,370억 원)	델리지에달솔레 (Delizie dal Sole), 무띠(Mutti)	0
8	리들 (Lidl)	할인점	약 51억 7,635만 달러 (약 6조 915억 원)	디럭스(Deluxe), 이탈리아모(Italiamo), 무띠(Mutti)	0
9	디스파르 (Despar)	편의점	약 38억 5,473만 달러 (약 4조 5,362억 원)	아그로몬테(Agromonte), 바릴라(Barilla), 무띠(Mutti), 수지완(Suzi Wan)	0
10	아마존 (Amazon)	온라인	307억 1,479만 달러 ²³⁾ (약 36조 1,452억 원)	A사, C사, D사, 라오간마(Lao Gan Ma), 이금기(Lee Kum Kee)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

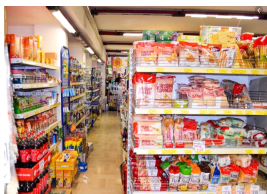
23) 아마존 유럽 통합 매출액임

3. 이탈리아 고추장 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 코나드(Conad)

	기업명	코나드(Conad)		
	홈페이지	www.conad.it		
	위치	볼로냐(Bologna)		
	규모	매출액('18)	약 148억 6,824만 달러 (약 17조 4,969억 원)	
		기타 규모	- 직원 수('18): 약 56,005명 - 매장 수('18): 약 3,174개	
기업 기본 정보		- 1962년 설립 - 1978년부터 자체 브랜드 생산 - 이탈리아 내 8개의 대규모 지역 협동조합(Nordiconad, Conad Centro Nord, Commercianti Indipendenti Associati, PAC 2000A, Conad Adriatico, Conad Del Tirreno, Conad Sicilia, DAO)으로 구성 기업 요약 - 약 2,664개의 소매 업체를 총괄하는 조합 - 52개의 물류센터 운영 		
기업 최근 이슈		- 이탈리아 오상(Auchan)을 인수하였으며, 이전의 영업 지점을 통합하여 네트워크를 강화하기 위한 방법을 강구 중 - 운영중인 오상 매장의 60%가 코나드 매장으로 전환될 예정		
유사제품 정보		제품명	레드페퍼칠리페스토 (Red Pepper Chili Pesto)	
		종류	소스류	
		용량	290g	
		원산지	이탈리아	

자료: 코나드(Conad) 홈페이지, 코나드 연간보고서2018(Conad Annual report 2018), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 코나드(Conad) 홈페이지, 콜리레(Corriere), 포트디비스테(Porto di vieste)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 냉동식품, 유제품, 즉석식품 등 - 일반: 유아용품, 위생용품, 생활용품, 애완용품, 문구류, 청소용품 등 • 선호제품 - 유기농 식품 - 글루텐프리, 락토프리 제품 • 특이사항 - 자사 브랜드에서 다양한 비건 제품 판매 - 우유 및 일부 유제품과 채소 가공제품의 공급과정이 모두 현지에서 이루어짐		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 - 코나드 공급업체 포탈 가입 후 입점절차 진행 - Supplier of goods and services 선택 후 가입 (conadfo.acquistitelematici.it/register) - 가입 절차는 크게 계정 사용자 등록, 법적대표자 등록, 활성화 요청으로 이루어짐 - 이메일로 코드 회신 후 등록절차 완료	
	등록 조건	· 평가 기준 ① 코나드 윤리강령 준수	
	특이사항	- 포탈 가입 후 입점 문의 진행 가능 - 문의사항 연락처는 지역별 협동조합마다 상이하므로 홈페이지 참고 (chisiamo.conad.it/#le_cooperative)	

자료: 코나드(Conad) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 에세룽가(Esselunga)

기업 기본 정보	기업명	에세룽가(Esselunga)	
	홈페이지	www.esselunga.it	
	위치	밀라노(Milano)	
	규모	매출액('17)	약 90억 9,360만 달러 (약 10조 7,013억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 158개 - 직원 수('18): 약 24,000명
기업 요약	- 1957년 설립 - 이탈리아 소매점 체인으로 1994년 자체 마케팅 부서 보유 (콜센터, 시장 조사, 슈퍼마켓 광고, 프로모션 등) - 2007년에 이탈리아 최대 수산물 처리센터인 비안드라떼(BIANDRATE) 오픈 - 2013년 파르마(Parma)의 현대식 공장을 개장하여 신선한 식품을 생산하기 시작		
	- 2019년 'SMART'라는 새로운 제품 라인을 추가하여 타 경쟁 브랜드 대비 저렴한 가격으로 제품을 제공 - 피렌체에만 9개의 매장을 보유		
기업 최근 이슈	- 2019년 11월 브레시아(Brescia) 지점 매장 개장 - 2019년 2월 유아식품 자체브랜드 Chejoy 런칭 - 직원 자녀를 대상으로 16개의 유학을 위한 장학금을 수여 - 신선한 빵을 제공하기 위해 제과 부분 직원을 확충		
유사제품 정보			
		제품명	살사 프론타 100% 이탈리아나 (Salsa Pronta 100% Italiana)
		종류	소스류
		용량	300g
		원산지	이탈리아

자료: 에세룽가(Esselunga) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 에세룽가(Esselunga) 홈페이지

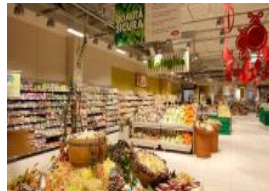
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 육류, 신선식품, 유제품, 수산물, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 즉석식품, 소스류 등 - 일반: 화장품, 세제류, 인테리어 용품, 유아용품, 야외용품, 문구류, 가전제품, 완구류, 아동의류, 애완용품 등 • 선호 제품 - 유기농 제품 - 신선도가 높은 제품 - 제약 제품 - 전자 제품 • 특이사항 - 온라인물 Vegetable Foods 카테고리에서 다양한 종류의 비건 제품 제공
입점 등록 절차	등록 유형 ☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보 홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 메뉴 Area Fornitori 클릭하여 공급자 포털 접속 - 가입 절차 및 양식 작성 후 공급 업체 신청 - 제출 확인 이메일이 발송되며, 제품 검토 후 적합한 경우에 이메일 회신 - 공급 업체 문서 작성을 완료 후 필요한 문서 추후 안내 - 추가 문의는 유선연락 또는 공급업체 포털 내 Contact Us 클릭하여 문의사항 제출 (fornitori.esselunga.it/sqmhome/index.jsp) - 등록 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사본사주소 설립연도, 세무번호, 이메일, 연락처 등) ② 공급 제품 정보 (공급 관련, 이탈리아 내 유통 채널, 연간 예상 입고량 등)
	특이사항 - 입점 체결 시 기업 중요정보에 변경이 있을 시 고지해야함 - 소요시간: 약 1~2개월 - 문의사항 연락처: +39-292-790-118

자료: 에세룽가(Esselunga) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 쿵(Coop)

기업 기본 정보	기업명	쿵(Coop)		
	홈페이지	www.e-coop.it		
	위치	카살레치오디레노(Casalecchio di Reno)		
	규모	매출액('18)	약 149억 6,710만 달러 (약 17조 6,133억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 1,500개 ²⁴⁾ - 직원 수('18): 약 56,700명	
기업 요약	- 1967년 설립			
	- 이탈리아 내 17개의 대규모 지역 협동조합(Coop Alleanza 3.0, Coop Centro Italia, Coop Liguria, Coop Lombardia, Novacoop, Unicoop Tirreno, Unicoop Firenze)으로 구성			
기업 요약	- 다양한 자체제작 브랜드 보유			
	- 소비자조합의 형태로 시작한 기업으로 소비자지향적인 목표를 중시			
				
				
기업 최근 이슈	- 최근 3년간 식품 판매량이 감소하여 내부적으로 마케팅 전략 분석 중			
	- 2019년 환경 및 기업의 사회적 책임 문제에 대한 투자를 늘릴 것을 발표			
	- 2018년 보고서를 통해 소비자트렌드 분석 결과 가공식품의 판매량과 온라인 구매량이 증가했다고 발표			
유사제품 정보		제품명	살사디페페론치니 (Salsa Di Peperoncini)	
		종류	소스류	
		용량	100g	
		원산지	이탈리아	

자료: 쿵(Coop) 홈페이지, 이에스엠매거진(Esmmagazine)

사진 자료: 쿵(Coop) 홈페이지, 이에스엠매거진(Esmmagazine)

24) 하이퍼마켓 약 100개, 슈퍼마켓 약 1,400개

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 육류, 신선식품, 해산물, 유제품, 냉동식품, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 즉석식품 등 - 일반: 화장품, 청소용품, 유아용품, 위생용품, 애완용품, 문구류 등 • 선호제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 높은 품질의 제품 - 원산지가 이탈리아인 제품 • 특이사항 - 자사 브랜드 고추장 판매		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 - 공급업체 포탈 가입 후 입점 문의 진행 - 가입 시 기준 및 정책 확인(plt.coopitalia.coop.it) - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	- 공급업체 포탈 오른쪽 Coop's Product Values 클릭하여 선호제품 카탈로그 확인 후 입점 절차 진행 - 문의사항 연락처 이메일: info.pl@coopitalia.coop.it 전화: +39-051-596151	

자료: 쿵(Coop) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 베넷(Bennet)

기업 기본 정보	기업명	베넷(Bennet)	
	홈페이지	www.bennet.com	
	위치	롬바르디아(Lombardia)	
	규모	매출액('18)	약 19억 7,170만 달러 (약 2조 3,202억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 63개 - 직원 수('18): 약 8,000명
기업 요약	- 1964년 기업 설립되어 롬바르디아에 첫 매장 설립 - 하이퍼마켓 형태로 운영되며, 단기간 고성장 - 직원교육센터를 설립하여 직원들에게 직업훈련 제공 - 환경 친화적인 기업으로 여러 캠페인 진행 - 슈퍼마켓24(Supermercato24) 홈페이지와 제휴하여 온라인구매 서비스 제공 - 자사 홈페이지 통해 제품 프로모션 및 건강관련정보 제공 - 이탈리아 북부에서만 매장 운영하며 특히 북서부 지역에 매장 밀집		
	 		
기업 최근 이슈	- 2020년 1월 1일자로 이탈리아 유통 기업 비지(VeGé) 기업과 합병 - 2019년 말까지 매장 픽업 서비스 베넷 드라이브(Bennet Drive) 제공 매장 33개로 증설 - 2005년부터 Pronto Fresco 프로젝트 참여하여 미판매된 제품 기부		
유사제품 정보		제품명	살사프론테디다테르니 (Salsa Pronta Di Datterini)
		종류	소스류
		용량	300g
		원산지	이탈리아

자료: 베넷(Bennet) 홈페이지, 조르날리디코모(GiornalediComo) 홈페이지
 사진 자료: 베넷(Bennet) 홈페이지, 네시마요키(Nessimajocchi)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 주류, 캔디류, 음료류, 소스류, 신선식품, 수산물, 즉석식품, 유제품, 냉동식품 등 - 일반: 위생용품, 애완용품, 유아용품, 주방용품, 여성용품, 화장품, 문구류, 욕실용품 등 • 선호 제품 - 품질이 뛰어난 상품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 신제품(기존 플랫폼에 없는 상품) • 특이사항 - 판매하는 모든 달걀은 동물복지인증을 받은 제품임		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 상단 메뉴 L'azienda 카테고리 Contatti 클릭 - 공급 업체 문서 작성을 완료 후 필요한 문서 추후 안내 - Acquisti Food(식품 입점 문의) 클릭하여 입점 문의 작성 후 제출(bennet.com/azienda/contatti.aspx) - 홈페이지 가입정보: 담당자명, 이메일, 문의내용 등	
	특이사항	- 가입한 이메일로 관련 내용 회신	

자료: 베넷(Bennet) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 아시안마트



① 가게(Gaghe)

기업 기본 정보	기업명	가게(Gaghe)		
	홈페이지	www.facebook.com/GAGHE-759246040874287		
	위치	밀라노(Milano)		
	규모	기타 규모	매장 수('19): 1개	
	기업 요약	- 주로 한국, 일본 식료품 취급 - 오전 10시부터 저녁 8시까지 운영 - 타 한인마트에 비해 작은 규모이지만 제품이 깔끔하게 진열되어 있고 청결하여 고객 만족도가 큼 - 자사 SNS를 통해 휴점일, 신제품 홍보 등 매장 정보 제공		
기업 최근 이슈	 			
	- 자사 페이스북 페이지 통해 한국 가아금 공연 홍보하는 등 다양한 한국, 일본 관련 행사를 공유 - 초콜릿 신제품 홍보			
유사제품 정보		제품명	비네가드 레드칠리 (Vinegared Red Chili)	
		종류	고추장	
		용량	300g	
		원산지	한국	

자료: 가게(Gaghe) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 가게(Gaghe) 홈페이지, 구글이미지(Google Image)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 주류, 소스류, 즉석식품, 캔디류, 음료류, 유제품, 냉동식품 등 - 일반: 한국 화장품 • 선호 제품 - 일본, 한국 제품 • 특이사항 - 유통기한 임박한 제품 할인 진행		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 정보	유선연락 통한 직접 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +39-02-8407-6284	

자료: 가게(Gaghe) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 카타이(Kathay)

기업 기본 정보	기업명	카타이(Kathay)	
	홈페이지	www.kathay.it	
	위치	밀라노(Milano)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 1개
	기업 요약	- 규모가 크고 취급 제품이 매우 다양하나 비교적 가격대가 높은 편 - 한국, 일본, 이탈리아 등 다양한 아시아 식품 취급 - 온라인몰 운영하여 배송서비스 제공 - 자사 홈페이지 통해 제품 정보와 레시피 제공 - 홈페이지 내 할인 제품 카테고리 제공	
	 		
기업 최근 이슈	- 자사 페이스북 페이지에서 사케 신제품 홍보 - 2019년 5월 신제품 시식행사 진행		
유사제품 정보		제품명	태양초찰고추장
		종류	고추장
		용량	500g
		원산지	한국

자료: 카타이(Kathay) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 카타이(Kathay) 홈페이지, 한양마트(Hanyangmart), 구글이미지(Google Image)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 음료류, 주류, 김치류, 즉석식품, 차류, 캔디류, 소스류, 유제품, 냉동식품 등 - 일반: 주방용품, 잡화류, 식기류 등 • 선호 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 유통기한 임박한 제품 할인 진행 - 다양한 원산지의 신선식품 판매 - 판매하는 소스류 종류 매우 다양
입점 등록 절차	등록 유형 ☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보 유선 연락 또는 이메일 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	특이사항 - 문의사항 연락처 이메일: info@kathay.it 전화: +39-02-33-105-368

자료: 카타이(Kathay) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 할인점



① 에우로스핀(Eurospin)

기업 기본 정보	기업명	에우로스핀(Eurospin)	
	홈페이지	www.eurospin.it	
	위치	베로나(Verona)	
	규모	매출액('17)	약 54억 6,990만 달러 (약 6조 4,370억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 1,150개 ²⁵⁾
기업 요약	- 1993년 설립된 이탈리아 최대 규모의 할인매장 - 약 2,000개의 제품 종류를 판매하며, 식품품 제외한 온라인배송 서비스 제공 - 이탈리아 내 매장은 5개 회사 운영체제 하에 운영 (Intelligent Spending, Eurospin Tyrrhenian, Eurospin Lazio, Eurospin Puglia, Eurospin Sicily) - 11개의 물류센터 보유 - 지속가능성과 친환경적인 가치 중시하여 환경관련 다양한 품질 보증서 보유		
기업 최근 이슈	 		
	- 2019년 9월 키에티(Chieti)에 매장 오픈 - 2019년 10월 티엔도(Tiende) 시장 조사에서 할인 품목이 가장 많은 리테일 기업으로 선정 - 2018년 크로아티아에 약 20개의 매장 오픈		
유사제품 정보		제품명	페페론치니 피칸띠 (Peperoncini piccanti)
		종류	소스류
		용량	125g
		원산지	이탈리아

자료: 에우로스핀(Eurospin) 홈페이지, 뉴스이탈리안푸드(Newsitilianfood), 지디오위크(GDOWeek)
사진 자료: 에우로스핀(Eurospin) 홈페이지, 어반포스트(Urbanpost)

25) 이탈리아와 슬로베니아 매장 모두 포함한 수치임

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 건조과일, 면류, 육류, 즉석식품, 유제품, 소스류, 음료류, 주류, 건강식품 등 - 일반: 의류, 가전제품, 생활용품, 가구FB, 사무용품, 문구류, 스포츠용품 등 • 선호 제품 - 현지 생산품 선호 - 건강식품, 유기농식품 • 특이사항 - 자사 비건브랜드 피오르디나투라(Fior di Natura) 보유 - 비교적 저렴한 가격대가 형성되어 있음		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록(negoziazioni.eurospin.it) - 홈페이지 상단 메뉴에서 Area fornitori 클릭 - Portale GDO 클릭하여 포탈 접속 후 Potenziali Nuovi Fornitori 눌러 신규 공급업체 가입 - 포탈 가입 시 Info & Helpdesk에서 메뉴얼 참조하여 필요 정보 기입 - 제출 서류 업로드 - 등록 정보 ① 공급자 정보 (이름, 직함, 연락처, 이메일 주소, 사업자등록번호, 세무번호 회사주소) ② 공급 제품 정보 (상품가격, 매출원가, 상품명, 제조업체, 유통경로, 인증서 등)	
	특이사항	- 입점 승인 여부는 Potential New Suppliers에서 Received Communications 통해서 확인 - 문의사항 연락처 이메일: assistance.eurospin@pro-q.it 전화: +39-697-857-005	

자료: 에우로스핀(Eurospin) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 리들(Lidl)

기업 기본 정보	기업명	리들(Lidl)	
	홈페이지	www.lidl.it www.corporate.lidl.it	
	위치	베로나(Verona)	
	규모	매출액('18)	약 51억 7,635만 달러 (약 6조 915억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 650개 - 직원 수('18): 약 16,000명
기업 요약	- 독일 슈바르츠(Schwarz) 그룹의 자회사로 30개국에서 매장 운영하며 이탈리아에 1992년 진출하여 베네토(Veneto)에 첫 매장 오픈 - 이탈리아 내 10개 지역 지사로 나뉘어져 운영 - 약 2,500개 제품 판매 - 슈퍼마켓24 사이트와 제휴하여 일부 매장에서만 온라인 배송서비스 제공 - 2017년 자사 비건 브랜드 런칭		
	 		
기업 최근 이슈	- 마이푸디(My Foody) 어플과 파트너십 체결하여 55개 매장에서 유통기한 임박 제품을 30% 할인가로 구매할 수 있는 서비스 제공 - 최근 토리노 지역에 어반 가든(Urban Garden)을 보유한 매장 설립 - 2020년까지 플라스틱 사용량 20% 감축과 모든 자체브랜드 제품 친환경 포장재 사용 목표		
유사제품 정보		제품명	페페론치니마치나띠 (Peperoncini Macinati)
		종류	소스류
		용량	170g
		원산지	이탈리아

자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 리들(Lidl) 기업 홈페이지, 프루트북매거진(FruitbookMagazine), 이에스엠(ESM), 스태티스카(statista)

사진 자료: 리들(Lidl) 홈페이지

입점 및 협력 정보

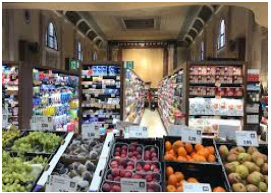
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 음료류, 주류, 건조과일, 면류, 소스류, 즉석식품, 유제품, 건강식품 등 - 일반: 가전제품, 생활용품, 위생용품, 스포츠용품, 의류 등 • 선호 제품 - 건강식품, 유기농식품 • 특이사항 - 자사 비건 브랜드 My Best Veggie 보유 - 약 80%의 판매 상품이 현지 공급업체 제품		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 상단 메뉴 Supporto al Cliente 클릭하여 페이지 하단 Contattaci 통해 문의 작성 - Suggerimento prodotto 선택하여 필요정보 기입 (assistenza-clienti.lidl.it/SelfServiceIT/s/contactsupport) - 등록 정보 ① 공급자 정보 (담당자명, 담당자 연락처, 이메일, 유선전화, 회사주소) ② 공급 제품 정보 (제품명, 제품 상세설명 자유기재 및 첨부파일 업로드)	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +39-800-480-048	

자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 편의점



① 디스파르(Despar)

기업 기본 정보	기업명	디스파르(Despar)	
	홈페이지	www.despar.it www.desparitalia.it	
	위치	볼차노(Bolzano)	
	규모	매출액('18)	약 38억 5,473만 달러 (약 4조 5,362억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 1,246개
기업 요약	- 1932년 네덜란드에서 설립되어 1959년 이탈리아 진출 - 약 48개국에서 13,112개의 매장 운영 - 디스파르 이탈리아 협동조합(Despar Italia Limited Liability Consortium)에 가입한 6개 유통기업에 의해 운영 - 유로스파르(Eurospar) 슈퍼마켓, 앙테스파르(Interspar) 하이퍼마켓 등 다양한 형태로 매장 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 11월 크리스마스 스페셜 에디션 제품 출시 - 2019년 9월 베로나점 매장 개장 - 2018년 전년 대비 매출액 4.9% 성장		
유사제품 정보		제품명	살사프론테디다테리노 (Salsa Pronta Di Datterino)
		종류	소스류
		용량	330g
		원산지	이탈리아

자료: 디스파르(Despar) 홈페이지, 스파르 2018 연간보고서(Spar 2018 Annual Review),
유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 디스파르(Despar) 홈페이지, 모데나투데이(Modenatoday), 비앙코라보로매거진(Biancolavoro)

입점 및 협력 정보

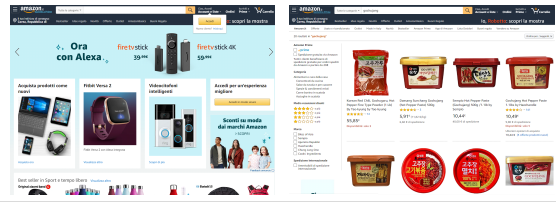
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 음료, 면류, 스낵류, 소스류, 차류, 건강기능식품, 즉석식품, 유제품 등 - 일반: 욕실용품, 생활용품, 의약품, 유아용품, 애완용품 등 • 선호 제품 - 유기농식품 - 비건 식품 • 특이사항 - 자체 브랜드 제품 비율이 높음		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지(www.desparitalia.it)에서 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 Lavora con Noi의 Diventa fornitore di prodotti a Marchio Despar 클릭 - 홈페이지 가입 정보 : 제품군, 기업명, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 주소 등 (desparitalia.it/diventa-fornitore)	
	특이사항	- 지역 지사마다 문의사항 연락처 다르므로 홈페이지 참고 (desparitalia.it/le-aziende-del-consorzio) - 디스파르 이탈리아 통해 입점 시 자체 브랜드 제품 공급업체 로만 입점 가능	

자료: 디스파르(Despar) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.it		
	위치	밀라노(Milano)		
	규모	매출액('18)	307억 1,479만 달러 ²⁶⁾ (약 36조 1,452억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 약 6,500명	
기업 요약	- 1994년 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개업 기업 - 전 세계적으로 175개의 물류 센터를 보유 - 물류비용 절감과 배송 단축을 위한 완전 자동화 물류센터 개발 중 - 이탈리아 내 3개의 물류창고와 13개의 물류분류센터 운영			
				
기업 최근 이슈	- 2019년 2분기 매출액 20% 증가 - 2019년 9월 아마존 온라인물 현금결제방식 Amazon PayCode 런칭 - 2019년 9월 음악 스트리밍 서비스 Amazon Music HD 런칭 - 2018년 이탈리아 아마존에 약 8억 유로 투자			
유사제품 정보		제품명	100% 현미 태양초 찰고추장	
		종류	고추장	
		용량	1,000g	
		원산지	한국	

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 아마존 2018 연간보고서(Amazon Annual Report 2018), 스탯istica(Statista), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

26) 아마존 유럽 통합 매출액임

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차류, 주류 등 - 일반: 서적류, 전자기기, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 스킨케어류, 완구류 등 • 선호제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 다양한 한국 고추장 판매		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 Vendi su Amazon(Sell on Amazon) 클릭 - Registrarti ora 클릭하여 아마존 판매자 포탈 Amazon Seller Central 접속 - 가입 후 입점 절차 진행 2. 입점 문의 후 등록 - 정보 기입 후 입점 사항 논의 후 진행 - 홈페이지 기입 정보: 제품군, 예상판매액, 회사정보 (services.amazon.it/supporto/contattaci.html)	
	등록 조건	· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증²⁷⁾	
	특이사항	- 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능함	

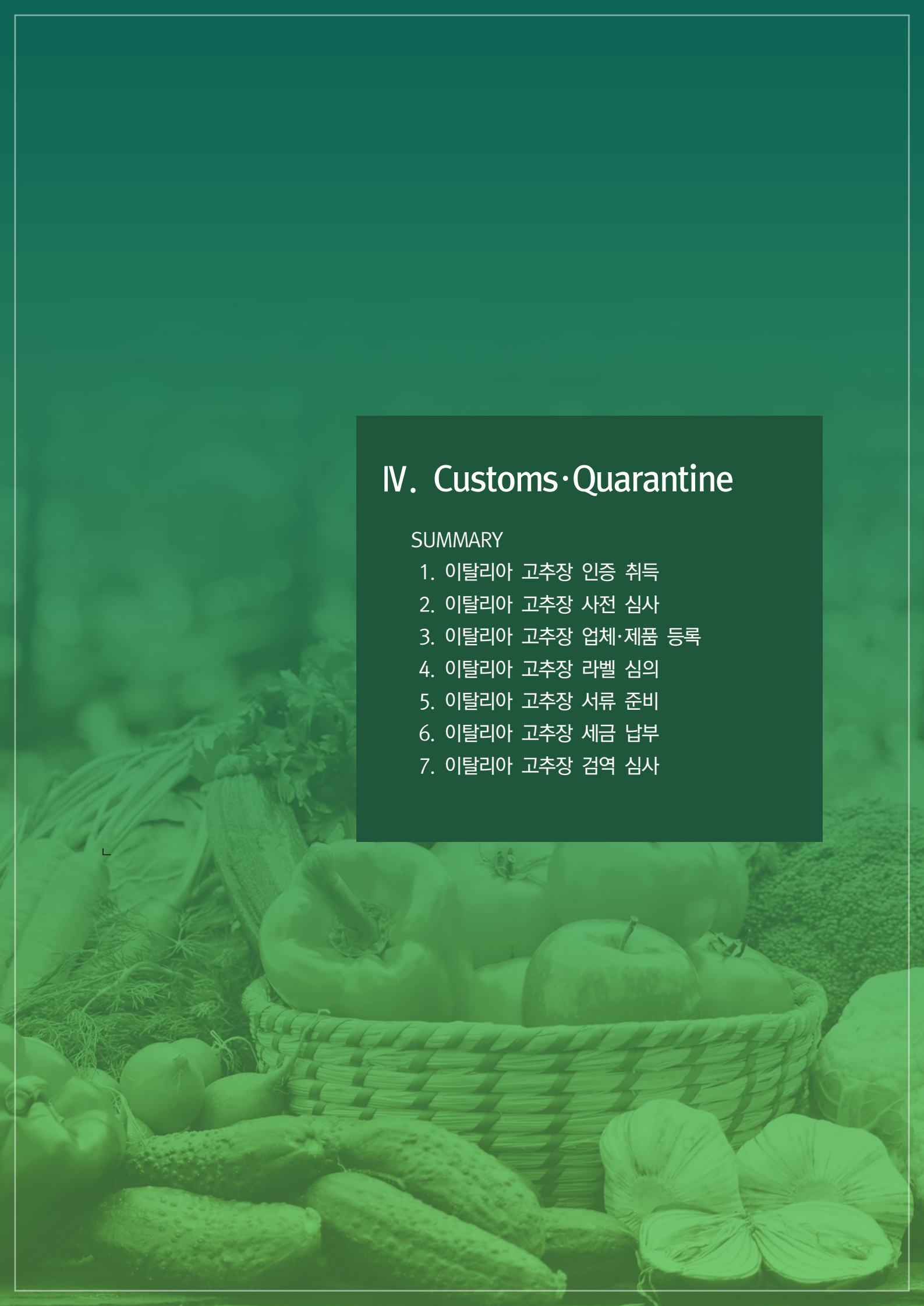
자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

27) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인정

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 이탈리아 고추장 인증 취득
2. 이탈리아 고추장 사전 심사
3. 이탈리아 고추장 업체·제품 등록
4. 이탈리아 고추장 라벨 심의
5. 이탈리아 고추장 서류 준비
6. 이탈리아 고추장 세금 납부
7. 이탈리아 고추장 검역 심사



Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위해 인증 획득 불필요	(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처 : ec.europa.eu
Step 02. 사전 심사	• 일반가공식품 사전 심사 無 • 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능 - 수출 제품에 대한 분류 확인 절차	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - 문의처 : ec.europa.eu
Step 03. 업체·제품 등록	• 수출입업자 세관 등록 - 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요 • 공인경제운전자 - 해당하는 경우 통관 원활화를 위해 등록 가능	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처 : ec.europa.eu
Step 04. 라벨 심의	• 일반가공식품(현지) 라벨 표기사항 - 제품명, 중량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 정보, 원산지 등 - 별도 심의 사항 없음 • 알러지 유발 성분 강조 표시 필수 • GMO 함유 식품, 표기 필수	(*) 이탈리아 위생 및 식품안전 총국 - Regulation (EC) 1169/2011 (EU 식품 정보에 관한 법률) - 문의처 : salute.gov.it (*) 유럽연합 집행위원회 - 문의처 : ec.europa.eu
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지증명서 - 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요	(*) 이탈리아 관세청 - 문의처 : www.adm.gov.it (*) 관세청 - 문의처 : www.customs.go.kr
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 수입신고서(SAD), 상업송장 등	(*) 이탈리아 관세청 - 문의처 : www.adm.gov.it
Step 08. 세금 납부	• 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 0% • 부가가치세 4 - 22%	(*) 이탈리아 관세청 - 문의처 : www.adm.gov.it
Step 09. 검역 심사	• 서류 심사 및 검사 진행	(*) 이탈리아 관세청 - 문의처 : www.adm.gov.it

1. 이탈리아 고추장 인증 취득

인증 취득

이탈리아로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

고추장

고추장 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 이탈리아 수입 식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

이탈리아로 수출하고자 하는 식품이 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, 이탈리아를 포함한 EU 역내로 식품 수입 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출 할 수 있음

[표 4.1] 이탈리아 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] 이탈리아 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

2. 이탈리아 고추장 사전 심사

사전 심사

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

고추장

고추장 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 이탈리아 식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 이탈리아 식품의 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 요구 사항은 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] 이탈리아(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)

3. 이탈리아 고추장 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

고추장

고추장 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 이탈리아 식품 통관을 위해 사전 ‘수출입업자 세관 등록(EORI) 필요’
- ▶ 이탈리아 식품 통관 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)이 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정받지 못함

[표 4.4] 이탈리아(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. 이탈리아 온라인 페이지(Government Gateway)를 통하여 EORI 신청 b. 신청 받은 서류를 심사하여 3일 후 EORI 발급

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 이탈리아 관세청(ADM)

[표 4.5] 이탈리아(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)

4. 이탈리아 고추장 라벨 심의

▶ 이탈리아 라벨 규정

[표 4.6] 이탈리아 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	EU Regulation No.1169/2011, Regulation (EC) No 1830/2003																			
이탈리아로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	ibid Article 9, The Food Information Regulations 2014																			
고추장 고추장 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 (중량의 내림차순으로 기재) 알러지 유발 성분표기 필수 · 강제 표시 사항 : 특정 성분명 및 해당 성분의 양 (ex. 제품명 또는 라벨에서 강조된 것. 딸기케이크의 딸기, 햄 피자의 햄) · 용량 (순중량으로 표기) · 섭취기한(best before) 또는 최소보존일 (use by) · 보관조건 및/또는 사용조건 · 제조회사명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소 · 원산지(육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소) · 사용방법(제품 사용이 어려울 경우 기재) · 알코올 도수(1.2% 이상의 알코올 음료에 해당) · 영양성분 · GMO 표기																			
		<table><tr><td>표기 언어</td><td>이탈리아어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능</td></tr><tr><td>스티커 형태의 라벨 부착 가능</td><td></td></tr><tr><td>글자 크기</td><td>의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함. 25cm² 미만인 경우 영양성분 정보 미표기 가능</td></tr><tr><td>양적 표기</td><td>식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능</td></tr><tr><td>제품명</td><td>정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용</td></tr><tr><td>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>원료명</td><td>완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기</td></tr><tr><td>유통기한</td><td>섭취기한 Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’ 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 ‘일,월,연도’기재</td></tr><tr><td>원산지</td><td>원산지 국가명 또는 지역명 표기</td></tr><tr><td>기타 표시</td><td>사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기</td></tr></table>		표기 언어	이탈리아어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능	스티커 형태의 라벨 부착 가능		글자 크기	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm ² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함. 25cm ² 미만인 경우 영양성분 정보 미표기 가능	양적 표기	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능	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	유통기한	섭취기한 Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’ 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 ‘일,월,연도’기재	원산지	원산지 국가명 또는 지역명 표기
표기 언어	이탈리아어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능																				
스티커 형태의 라벨 부착 가능																					
글자 크기	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm ² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함. 25cm ² 미만인 경우 영양성분 정보 미표기 가능																				
양적 표기	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능																				
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																				
유통기한	섭취기한 Best before, Best before end와 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, 알코올도수(소수점 첫째자리까지) 등 필요에 따라 표기																				

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX), 유럽연합 집행위원회(EC)

세부 내용	라벨 표기사항 (영양성분)	성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준 글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예외 있음) 반드시 해당 성분을 포함하고 있음 (Contain)으로 표기
	라벨 표기사항 (가이드)	GMO	GMO를 함유하고 있거나 GMO로부터 생산되었거나, GMO로부터 제조된 제품을 원료로 사용한 경우 또는 더 이상 GMO의 흔적을 찾을 수 없더라도 해당 식품이 GMO를 바탕으로 생산되었다는 내용을 표시 해야함 GMO의 함유율 기준은 0.9%로 할 것 GMO 식품이거나 GMO를 활용한 식품은 매 유통과정에서 해당 내용에 대하여 고지되어야 함

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX), 유럽연합 집행위원회(EC)

▶ 이탈리아 고추장 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 제조업체 : Prodotto da Mutti S.p.A,
- ② 제품명 : TRIPLO CONCENTRATO DI POMODORO
- ③ 상품등록번호 : J24869 (M)
- ④ 유통기한 : 01/09/2021

앞면(국문)

- ① 제조업체 : Prodotto da Mutti S.p.A,
- ② 제품명 : TRIPLO CONCENTRATO DI POMODORO
- ③ 상품등록번호 : J24869 (M)
- ④ 유통기한 : 01/09/2021

뒷면(영어)

- ① 제품설명 : Il triplo concentrato di pomodoro Mutti si ottiene evaporando, secondo una ricetta antica e naturale, il succo di pomodori rossi e maturi. Dona ad ogni piatto colore e quel sapore autentico di una volta. In questo tubetto ci sono circa 1,2 kg di pomodori freschi.
- ② 보관방법 : Una volta aperto conservare in frigorifero e consumare entro 20 giorno
- ③ 원료(Ingredienti) : pomodoro 99,6%, sale
- ④ 용량 : 185g
- ⑤ 제조업체주소(Sede wstabilimento) : Via Traversetolo, 28 43022 Montechiarugolo, Parma, Italia
- ⑥ 원산지(Origine di pomodoro) : Italia

뒷면(국문)

- ① 제품설명 : 전통 자연 레시피에 따라 잘 익은 빨간 토마토 주스를 증발시켜 트리플 Mutti 토마토 농축액을 얻을 수 있습니다. 이 소스는 요리에 색과 정통의 맛을 더해줍니다. 이 튜브안에는 약 1.2kg의 신선한 토마토가 함유되어 있습니다.
- ② 보관방법 : 제품 개봉 후 냉장 보관해 주시고, 가능한한 20일 이내에 드실 것을 권장합니다.
- ③ 원료 : 토마토 99.6%, 소금
- ④ 용량 : 185g
- ⑤ 제조업체주소 : Via Traversetolo, 28 43022 Montechiarugolo, Parma, Italia
- ⑥ 원산지 : 이탈리아

5. 이탈리아 고추장 서류 준비

서류 준비

이탈리아로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

고추장

고추장 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 이탈리아 FTA 원산지증명서 준비 필요

이탈리아 수입신고 서면 또는 전자통관시스템을 통해 진행

이탈리아의 수입신고는 서면 또는 이탈리아의 전자 시스템(EDI)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 원산지신고 문안을 기재함으로써 원산지 신고서를 작성할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로 (한화 약 778만 원²⁸⁾) 이상의 물품을 수입하는 경우 원산지 인증수출자 자격을 획득하여야 원산지 증명을 통한 협정관세 혜택을 받을 수 있음. 해당 자격의 경우 한국 관세청을 통해서 신청 가능함

[표 4.7] 이탈리아 통관 서류

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 관세청

28) 1유로=1,296.07원 (2019.11.27., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 이탈리아 고추장 세금 납부

세금 납부

이탈리아로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

고추장

고추장 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 이탈리아 고추장 HS CODE 2103.90.9080, 관세율 0% 적용
- ▶ 한국-EU FTA 발효로 협정세율 적용

고추장의 경우 이탈리아에서는 HS CODE 2103.90(기타)의 2103.90.9080(기타) 세번을 사용하여 수입됨.²⁹⁾ 이탈리아 수입 시 기본 세율은 7.7%의 세율을 적용받으나, 한국산 제품의 경우 2015년 12월 13일부로 전체 발효된 한-EU FTA 협정으로 0%의 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세(VAT)를 납부해야 하며 규정에 따라 4% - 22%의 세율을 적용 받음

- 수입 서류 심사비용에 미소요
- 수입 서류 심사 기간은 1시간 소요
- 통관 비용 미소요
- 통관에 걸리는 시간 미소요

[표 4.10] 한국·EU HS CODE 비교 및 EU 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루 · 거친 가루와 조제한 겨자	
	2103.90	기타	
	2103.90.1030	고추장	
EU (이탈리아)	2103.90	기타	
	2103.90.9080	기타	
관세	기본관세율	7.7%	
	협정 세율	0%	
VAT		4% - 22%	

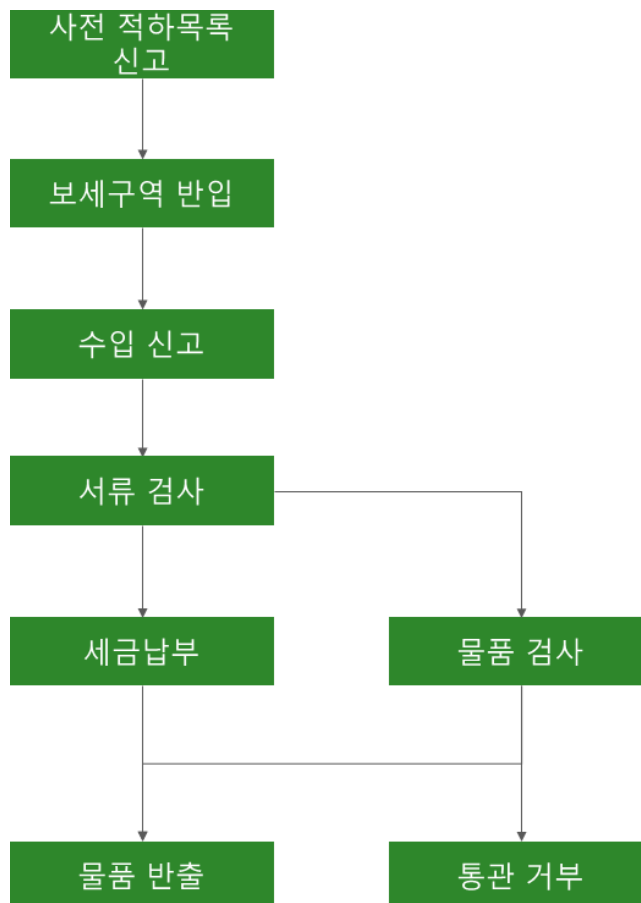
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유럽연합 집행위원회(EC)

29) 이탈리아 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2103.90 중 고추장에 적합하다고 판단되는 BTI 심사결과를 참조하여 세 번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 유럽연합 및 이탈리아 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있으므로, 앞서 설명한 BTI 심사 절차를 통하여 HS CODE 확정 절차를 진행하여야 해당하는 품목에 대한 명확한 HS Code 번호를 확정할 수 있음

7. 이탈리아 고추장 검역 심사 절차

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

[표 4.9] 이탈리아 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	β -cyclodextrin	GMP ³⁰⁾
		Triphosphates	10,000
	유해물질	Melamine	2.5

자료 : KATI농식품수출정보

30) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

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

식품 첨가물 규정

이탈리아로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

고추장

고추장 품목의
첨가물 규정은
KATI 식품 유형 분류 중
장류의 고추장으로
분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 이탈리아 침출차 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
안정제, 산도조절제 등	인산칼슘	Calcium phosphates	10,000	
보존료	벤조산	Benzoic acid	1.5	
보존료	안식향산칼슘	Calcium benzoate	1.5	
희석제 등	규산칼슘	Calcium silicate	GMP	
충진제	아르곤	Argon	GMP	
충진제	헬륨	Helium	GMP	
충진제	수소	Hydrogen	GMP	
산도조절제 등	인산마그네슘	Magnesium phosphate	10,000	
보존료	소르빈산	Sorbic acid	1.5	
유화제, 습윤제 등	다중인산	Polyphosphates	10,000	
보존료	벤조산칼륨	Potassium benzoate	1.5	

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 인디아 트레이딩(India Trading)

Interview ② 라 카프라 람판떼
(La Capra Rampante)

Interview ③ 크리슈나 인디안 바자르
(Krishna Indian Bazar)

Interview ④ 아시아마켓잇(Asia-Market It)

Interview ⑤ 크리스탈디(Cristaldi)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Certificate



- 인터뷰 기업 : 인디아 트레이딩
(India Trading)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Rajiv
(Director)

이탈리아 내 전반적인 소스류의 수요는 많은 편

이탈리아 내 전반적인 소스류의 수요는 많은 편이며, 소스류를 취급하는 현지 제조업체들이 많습니다. 이탈리아에는 고추장과 유사한 매운 소스류가 많으며, 매운 소스류의 수요도 많습니다.

소스류 인증 취득, 유기농 인증이 가장 많음

소스류 제품들이 가장 많이 취득하는 인증으로는 유기농 인증이 있습니다. 이 외에도 코셔인증, 할랄인증, Non-GMO인증 등이 있으며, HACCP는 권장하는 인증 중 하나입니다.

Market Customers and Distribution



- 인터뷰 기업 : 라 카프라 람판테
(La Capra Rampante)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Lacapra
(Marketing Manager)

이탈리아 현지인들은 프리미엄 소스보다 일반 제품 선호

이탈리아에는 다양한 소스류들이 많으며, 대부분 수요가 많습니다. 하지만 대부분의 이탈리아 소비자들은 프리미엄 소스보다 가격대비 품질이 좋은 이탈리아 현지산 제품을 선호합니다.

프리미엄 식품은 수입식품전문점과 대형마트에서 판매

일반적으로 프리미엄 식품은 수입식품전문점 같은 고급 매장에서 주로 판매하며, 일부 제품은 일반 대형마트에서도 판매합니다.

Market Demand and Customers



- 인터뷰 기업 : 크리슈나 인디안 바자르
(Krishna Indian Bazar)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Reetu
(Sales Executive)

이탈리아 내 소스류의 수요는 항상 있는 편

이탈리아 내 고추장과 유사한 다양한 소스류들이 판매되고 있으며, 대부분 수요가 크게 높거나 낮지 않고 항상 일정하게 있는 편입니다.

소스류의 소비자층은 식당, 학생, 직장인, 가정

소스류는 주로 식당, 학생, 직장인, 가정에서 구매합니다. 저희가 취급하는 소스류는 대부분 아시아 국가로부터 수입한 제품이어서 이탈리아 현지인들보다는 아시아인들이 주로 구매합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Customers



- 인터뷰 기업 : 아시아마켓잇
(Asia-Market It)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Marco
(Sales Manager)

이탈리아 내 한국산 소스류의 인지도는 낮은 편

이탈리아 내 한국산 소스류의 인지도는 낮은 편입니다. 한국산 소스류는 이탈리아 현지인들보다 이탈리아에 거주하는 한국인들에게 수요가 있을 것 같습니다.

이탈리아 내 매운 소스류의 수요는 매우 많음

이탈리아 시장에서 핫소스의 수요는 매우 많으며, 종류도 굉장히 다양합니다. 프리미엄 소스류의 종류도 많으나, 현지산 소스류에 밀려 수요가 많지는 않습니다.

Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : 크리스탈디
(Cristaldi)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Anand
(Sales Manager)

한국산 소스류보다 일본, 중국산 소스류의 인지도가 더 높음

이탈리아 내 장류를 포함한 한국산 소스류의 인지도는 낮은 편입니다. 한국식품을 구매하는 소비자층은 한정되어있으며, 소스류는 한국 제품보다 일본, 중국 제품의 인지도가 더 높습니다.

이탈리아 내 가장 수요가 많은 소스류는 토마토 소스

이탈리아 내 매운 고추를 원료로 하는 소스류의 종류와 형태는 다양합니다. 그 중 페이스트로 된 제품의 수요는 보통 수준이며, 이탈리아에서 가장 수요가 많은 소스는 토마토 소스입니다.

Interview ① 인디아 트레이딩(India Trading)

31)

인디아 트레이딩
(India Trading)

전문가 소속

인디아 트레이딩
(India Trading)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Rajiv
(Director)PATAK
VINDALOO PASTE
283 G
COD.1441 / 6 PIECESPATAK
TANDOORI PASTE
284 G
COD.1100 / 6 PIECESPATAK
TANDOORI PASTE
2580 G
COD.1111 / 12 PIECES인디아 트레이딩(India Trading)
Owner, Mr. Rajiv

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

인디아 트레이딩은 2000년에 설립된 수입유통업체로, 밀라노에 위치하고 있으며 아시아 식품을 주로 취급하고 있습니다. 취급 품목으로는 라면, 통조림, 과자, 파스타, 양념류, 쌀, 주류, 음료 등이 있으며, 주로 인도, 태국, 일본, 중국, 필리핀 등의 아시아 국가로부터 수입하고 있습니다.

Q. 이탈리아 내 고추장의 수요가 어떻게 되나요?

이탈리아 내 전반적인 소스류의 수요는 많은 편이며, 소스류를 취급하는 현지 제조업체들이 굉장히 많습니다. 하지만 정확하게 고추장을 판매하는 곳은 본 적이 없습니다. 스위트칠리소스, 스리라차소스, 그린칠리소스, 칠리엔갈릭소스 등 고추장과 유사한 매운 소스류는 많이 판매하며, 수요도 많습니다.

Q. 프리미엄 장류는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

프리미엄 소스류 브랜드들의 제품은 아마존과 같은 프리미엄 온라인 매장이나 그 외 여러 유명 온라인 매장을 통해 판매하며, 대형마트나 수입식품전문점에서도 판매합니다. 한국산 프리미엄 장류는 앞서 언급한 유통채널 외에 이탈리아 내 한인마트나 아시안 마트에서도 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q. 제품 수출 시 취득해야 하는 인증이 있나요?

소스류 제품들이 가장 많이 취득하는 인증으로는 유기농 인증이 있습니다. 하지만 이는 제품이 유기농 제품일 경우에만 해당하며, 필수로 취득해야 하는 인증은 없습니다. 취급하는 제품에 코셔인증, 할랄인증, Non-GMO 인증이 있다면 이탈리아 시장에 진입하기에 충분하며, HACCP는 권장하는 인증 중 하나입니다.

31) 사진자료: 인디아 트레이딩(India Trading) 홈페이지 (www.indiatrading srl.com/home-en)

Interview ② 라 카프라 람판떼 (La Capra Rampante)

32)

● 라 카프라 람판떼
(La Capra Rampante)

전문가 소속

라 카프라 람판떼
(La Capra Rampante)
소매업체

전문가 정보

Ms. Hoa
(Director)



라 카프라 람판떼(La Capra Rampante)

Director, Ms. Hoa

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

라 카프라 람판떼는 유기농 식품을 전문적으로 취급하는 소매업체로, 오프라인 매장은 로마에 위치하고 있습니다. 취급 품목으로는 신선 과일, 채소, 육류, 냉동식품, 가공식품 등이 있습니다. 취급하는 모든 식품은 유기농 인증이 부착되어 있으며, 일부 수입식품도 판매하고 있습니다.

Q. 이탈리아 내 고추장 및 프리미엄 소스류의 수요가 어떻게 되나요?

저희는 고추장 및 프리미엄 소스류를 취급하고 있지 않습니다. 하지만 매운 소스를 포함해 다양한 종류의 소스류를 판매하고 있으며, 대부분 수요가 많은 편입니다. 따라서 고추장을 판매할 경우, 마찬가지로 수요가 많을 것 같습니다. 저희가 프리미엄 소스를 판매하지 않는 이유는 이탈리아 현지산 제품도 충분히 가격대비 품질이 좋아 많은 소비자들이 선호하기 때문입니다.

Q. 프리미엄 장류는 어떠한 유통채널에서 판매하나요?

프리미엄 식품은 수입식품전문점 같은 고급 매장에서 주로 판매하며, 일부 제품은 일반 대형마트에서도 판매합니다. 한국산 양념들은 한국, 중국, 일본마트에서 판매하며, 이러한 매장들은 대부분 온라인 매장을 함께 운영합니다.

Q. 소스류를 구매하는 주 소비자층이 어떻게 되나요?

저희 매장을 이용하는 소비자들은 대부분 인근 지역에 거주하는 이탈리아 현지인들입니다. 몇몇 외국인 소비자들도 방문하지만 그 수가 많지 않습니다. 소스류는 가정집에서 구매하는 경우가 많습니다.

32) 사진자료: 라 카프라 람판떼(La Capra Rampante) 홈페이지 (www.lacaprarampante.com)

Interview ③ 크리슈나 인디안 바자르 (Krishna Indian Bazar)

33)

크리슈나 인디안 바자르
(Krishna Indian Bazar)

전문가 소속

크리슈나 인디안 바자르
(Krishna Indian Bazar)
소매업체

전문가 정보

Ms. Reetu
(Sales Executive)



크리슈나 인디안 바자르(Krishna Indian Bazar) Sales Executive, Ms. Reetu

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

타크리슈나 인디안 바자르는 인도 및 중국 식품을 주로 취급하는 수입유통업체로 취급 품목으로는 신선과일, 커피, 차, 과자, 음료, 향신료, 화장품, 의약품, 건강보조제, 생필품 등이 있습니다. 밀라노에 오프라인 매장을 하나 운영하고 있지만, 수입유통 업무를 주로 하고 있습니다.

Q. 이탈리아 내 고추장 및 프리미엄 소스류의 수요가 어떻게 되나요?

한국산 고추장의 수요는 높지 않지만, 고추장과 유사한 고추, 생강, 마늘 페이스트는 이탈리아 요리에 자주 사용되는 소스입니다. 이러한 제품들의 수요는 크게 높거나 낮지 않고 항상 일정하게 있는 편입니다. 이탈리아에는 하인즈(Heinz), 베로 구스토(Vero Gusto), 델라모레(Dellamore) 등 여러 프리미엄 소스류가 판매되고 있지만, 저희는 이탈리아산 제품을 취급 중이지 않으며 일반 소스류만 판매합니다.

Q. 소스류의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

소스류는 주로 식당, 학생, 직장인, 가정에서 구매합니다. 저희가 취급하는 소스류는 대부분 아시아 국가로부터 수입한 제품이어서 이탈리아인들보다는 아시아인들이 주로 구매하는 편입니다.

Q. 프리미엄 장류는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

프리미엄 장류는 해당 제품 브랜드의 온라인 홈페이지에서 구매할 수 있으며, 고소득층의 소비자들이 주로 구매하기 때문에 백화점이나 대형마트를 통해 판매하는 것이 좋습니다. 그리고 밀라노에는 한국 기업들이 모여 있기 때문에, 밀라노의 한국, 일본, 중국 마트를 통해 판매하는 것도 좋을 것 같습니다.

33) 사진자료: 크리슈나 인디안 바자르(Krishna Indian Bazar) 페이스북 홈페이지

Interview ④ 아시아마켓잇(Asia-Market It)

34)

●
아시아마켓잇
(Asia-Market It)

전문가 소속

아시아마켓잇
(Asia-Market It)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Marco
(Sales Manager)



		
Salsa thai per Kao Man Kai - Nongporn Brand 300 ml.	Salsa per insaporire e condire - Maggi Thailand 300ml.	Riso nero thailandese "Black Cargo" sottovuoto - Sawat-D 1 kg
€2.99	€2.00	€3.95

아시아마켓잇(Asia-Market It) Sales Manager, Mr. Marco

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

아시아마켓잇은 신선식품과 가공식품을 모두 취급하는 수입유통업체로, 태국, 일본 등의 아시아 국가로부터 제품을 수입하고 있습니다. 온라인과 오프라인 판매를 병행하고 있으며, 이탈리아 내 현지 식당과 아시아 식당으로 제품을 유통하고 있습니다.

Q. 이탈리아 내 고추장 및 프리미엄 소스류의 수요가 어떻게 되나요?

이탈리아 시장에서 판매되는 매운 소스는 대부분 핫소스입니다. 핫소스의 종류는 굉장히 다양하며, 수요 또한 매우 높습니다. 프리미엄 소스류의 경우, 현재 다양한 해외 브랜드들의 제품이 판매되고 있지만, 이탈리아 현지산 소스류에 밀려 수요가 많지는 않습니다. 그나마 인지도가 높은 프리미엄 브랜드로는 봄바(Bomba), 빅토리아(Victoria), 바릴라(Barilla) 등이 있습니다.

Q. 이탈리아 내 한국산 소스류의 수요가 어떻게 되나요?

저희는 아시아 식품을 전문적으로 취급하는 매장임에도 불구하고 한국산 소스에 대해 많이 들어보지 못했습니다. 그만큼 이탈리아 내 한국산 소스류의 인지도는 낮은 편입니다. 한국산 소스류는 이탈리아 현지인들보다 이탈리아에 거주하는 한국인들에게 수요가 있을 것 같습니다.

Q. 프리미엄 장류는 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

주로 대형마트에서 다양한 종류와 원산지의 소스류를 판매합니다. 따라서 A사의 제품은 이탈리아 내 대형마트와 슈퍼마켓으로 유통하거나 한국과 일본 식품을 판매하는 온·오프라인 매장을 통해 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

34) 사진자료: 아시아마켓잇(Asia-Market It) 홈페이지 (www.asia-market.it)

Interview ⑤ 크리스탈디(Cristaldi)

35)

●
크리스탈디
(Cristaldi)

전문가 소속

크리스탈디
(Cristaldi)
소매업체

전문가 정보

Mr. Anand
(Sales Manager)



크리스탈디(Cristaldi)

Sales Manager, Mr. Anand

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

크리스탈디는 이탈리아의 소매업체로, 온라인과 오프라인 매장을 보유하고 있습니다. 취급 품목으로는 과일, 채소, 파스타, 과자, 소스류, 통조림, 주류, 음료, 향신료 등이 있으며, 이탈리아 현지 브랜드의 식품과 더불어 다양한 해외의 유명 브랜드 식품을 판매하고 있습니다.

Q. 베트남 내 고추장의 수요가 어떻게 되나요?

이탈리아 내 판매되는 제품 중 매운 고추를 원료로 하는 소스류의 종류와 형태는 다양합니다. 하지만 그 중 페이스트 형태로 된 제품의 수요는 보통 수준입니다. 이탈리아에서 수요가 가장 많고 자주 사용되는 소스는 토마토 소스입니다.

Q. 이탈리아 내 한국산 소스류의 인지도가 어떻게 되나요?

한국산 소스류, 특히 장류의 인지도는 매우 낮은 편입니다. 한국식품을 구매하는 소비자층이 굉장히 한정적이며, 소스류는 한국 제품보다 일본이나 중국산 제품의 인지도가 더 높습니다.

Q. 이탈리아 내 프리미엄 소스류의 수요가 어떻게 되나요?

이탈리아 내 인지도가 높은 프리미엄 브랜드로는 영국산 파탁스(Patak's), 블루드래곤(Blue Dragons), 슈와르츠(Schwartz)가 있으며, 일본산 키코맨(Kikoman)이 있습니다. 프리미엄 소스는 이탈리아에 거주하는 외국인들에게 선호도가 높으며, 전반적인 소스류는 식당에서 가장 많이 구매합니다.

35) 사진자료: 크리스탈디(Cristaldi) 홈페이지 (www.cristaldi.it)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 이에스엠(EUROPEAN SUPERMARKET MAGAZINE), 「Coop Italia Announces New Management Structure」, 2019.06.28
2. 이에스엠(EUROPEAN SUPERMARKET MAGAZINE), 「Carrefour Italia Posts €400m Losses Over Three Year Period」, 2017.06.19
3. 뉴스이탈리안푸드(News Italianfood), 「Eurospin Expanding in Croatia」, 2018.10.17
4. 이에스엠(EUROPEAN SUPERMARKET MAGAZINE), 「Crai Outperforms Italian Retail Market In 2018: Mediobanca」, 2019.01.09
5. 「Conad Annual report 2018」, Conad, 2019
6. 「Spar 2018 Annual Review」, Spar, 2019
7. 「Sauces, Dressings and Condiments in Italy」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.11.
8. 「Consumption expenditure: Expenditure item (ECoicop)」, 이탈리아 통계청(Istituto Nazionale di Statistica), 2014-2018.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부 (www.mofa.go.kr)
4. 월드뱅크 (www.worldbank.org)
5. 이탈리아 통계청(www.istat.it)
6. 구글 지도(maps.google.com)
7. 유럽연합 집행위원회 (ec.europa.eu)
8. 이탈리아 식품기준청 (www.food.gov.uk)
9. 이탈리아 관세청 (www.adm.gov.it)
10. 이탈리아 위생 및 식품안전 총국 (salute.gov.it)
11. Gaghe(가게) 홈페이지 (facebook.com/GAGHE-759246040874287)
12. 카타이(Kathay) 홈페이지 (kathay.it)
13. 리들(Lidl) 기업 홈페이지 (corporate.lidl.it)
14. 프룻북매거진(FruitbookMagazine) 홈페이지 (fruitbookmagazine.it)
15. 디스파르(Despar) 홈페이지 (despar.it) (desparitalia.it),
16. 아마존(Amazon) 홈페이지 (amazon.it)
17. 비앙코라보로매거진(Biancolavoro) 홈페이지 (news.biancolavoro.it)
18. Gaghe(가게) 홈페이지 (facebook.com/GAGHE-759246040874287)
19. 카타이(Kathay) 홈페이지 (kathay.it)
20. 리들(Lidl) 기업 홈페이지 (corporate.lidl.it)
21. 프룻북매거진(FruitbookMagazine) 홈페이지 (fruitbookmagazine.it)
22. 디스파르(Despar) 홈페이지 (despar.it) (desparitalia.it),
23. 아마존(Amazon) 홈페이지 (amazon.it)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

24. 인디아 트레이딩(India Trading) 홈페이지 (www.indiatrading srl.com/home-en)
25. 라 카프라 람판떼(La Capra Rampante) 홈페이지 (www.lacaprarampante.com)
26. 크리슈나 인디안 바자르(Krishna Indian Bazar) 페이스북 홈페이지
27. 아시아마켓잇(Asia-Market It) 홈페이지 (www.asia-market.it)
28. 크리스탈디(Cristaldi) 홈페이지 (www.cristaldi.it)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.12.13

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

