

2017

신흥시장 클로즈업

이탈리아

농식품 수출의 새로운 기회



2017

신흥시장 클로즈업

이탈리아

농식품 수출의
새로운 기회



농식품 수출의 새로운 기회

CONTENTS

Italy





요약

6

Part I 국가 일반 현황

- 1. 국가 개황 20
- 2. 경제 및 무역 23
- 3. 농업 27
- 4. 물류 29

Part II 농식품 시장 동향

- 1. 생산 동향 34
- 2. 유통 동향 39
- 3. 소비 동향 48
- 4. 수출입 동향 54
- 5. 식품 정책 동향 62
- 6. 한국 식품 동향 65

Part III 수입통관 제도

- 1. 수입통관 76
- 2. 동식물 검역 86
- 3. 라벨링 92
- 4. 진입장벽 및 통관 거부사례 99

Part IV 식품 위생 제도

- 1. 식품 관련 인증제도 102
- 2. 식품첨가물 및 유해물질 규정 112

Part V 상표 출원 및 특허 규정

- 1. 상표권 및 특허권 개요 118
- 2. 상표권 및 특허권 출원 방법 126
- 3. 분쟁 사례 141

부록

144

| 요약 |



□ 국가일반현황

- (국가개황) 이탈리아는 남부 유럽에 위치하며, 3면이 바다로 둘러싸인 반도국가
 - 인구 약 6,200만 명, 주요 도시는 로마(수도), 밀라노, 나폴리, 토리노, 팔레르모, 제노바 등
 - 주요 언어는 이탈리아어이며 유럽 공동 화폐 유로화(EUR) 사용
- (경제 및 무역) GDP 세계 8위·유럽연합(EU) 4위의 경제 대국, 선진국 교역 집중
 - 산업 전반에 걸쳐 중소기업 중심의 산업구조로 이탈리아 산업의 핵심
 - 250인 이하 중소기업이 전체의 약 99% 이상, 부가가치 생산의 약 71% 이상 차지
 - 2011년부터 시작된 마이너스 성장 탈피, 지속적으로 완만히 성장 중
 - * 2016년 경제성장률 0.8%/ GDP 1조 8,670억 달러/ 1인당 GDP 37,689 달러
 - 2016년 교역 규모는 약 8,661억 달러이며 주요 무역대상국은 EU국가(독일, 프랑스) 및 중국
 - * 2016년 수출액 약 4,615억 달러/ 수입액 약 4,045억 달러 규모 / 한국은 교역 순위 22위 기록
- (농업) 지중해성 기후와 풍부한 일조량으로 유럽 제2위의 농업생산국, 농업 GDP 약 2% 유지
 - 농업 지대는 주로 남부 지역이며 주요 농산물은 쌀, 올리브, 포도, 와인, 치즈 등
 - 2016년 농산물 수출액 약 346억 유로/ 수입액 355억 유로로 수입의존도가 높음
 - 농산물 교역은 EU 역내무역 의존도가 높아 수출입액 면에서 EU 역외무역 보다 크지만, 중국(신흥교역국) 과의 무역 증대로 비 EU국가에서 약 20억 유로의 무역흑자 발생
 - * 2016년 무역수지: EU 역내무역 △28억 유로, EU 역외무역 20억 유로
- (물류) 해상, 항공, 육상 물류 골고루 이루어지며, 한국식품은 주로 항공·육상 물류 이용
 - 육상은 물류업체 대부분 영세하여 광역 물류망이 부족 육상 운임 비쌈
 - * 육상운임: 200km 이하 거리 1kg당 약 6~7 유로
 - 해상 운임은 북부지역 수송은 제노바(Genova)항, 중부 및 남부지역 수송은 나폴리(Napoli)항, 치비타베키아(Civitavecchia)항 이용
 - 한국식품의 경우 주로 제노바항을 이용하지만 적도를 지나며 식품의 산패 가능성이 높음
 - * 해상운임: 부산항-제노바항 20피트 컨테이너 기준 1,300 달러, 약 3주 소요
 - 항공은 밀라노의 말펜사(Malpensa) 공항을 주로 이용하며 운임이 비싸 고가격 상품 또는 산패가능성이 높은 식품이 주로 수송
 - 한국식품의 경우 수송 물량이 많지 않아 주로 영국, 네덜란드에서 육로로 수송되거나 항공으로 소량 수송되는 경우가 대부분

□ 농식품 시장 동향

- (생산동향) 신선농산물 생육에 적합한 기후환경으로 농산물 수출액 세계 5위의 농업강국
 - 주요 신선농산물은 쌀, 사과, 포도, 오렌지, 소고기, 토마토 등이며 특히 유럽 최대 쌀 생산국
 - 피자, 파스타 등 밀가루 음식이 주식으로 밀 생산이 안정적으로 이루어지고 있지만 최근 유럽내의 건강한 식습관 열풍으로 2013년 기점 생산량이 감소하는 추세
 - 협동조합으로 이루어진 생산업체가 많고 와인과 같은 특화된 생산물은 지역단위의 생산이 다수

» 밀·쌀 생산량

단위:톤

구분	2010	2011	2012	2013	2014
밀	6,849,858	6,641,807	7,654,248	7,312,025	7,141,926
쌀	1,516,400	1,490,150	1,601,478	1,433,111	1,386,100

출처: 국제연합식량농업기구(FAO, www.fao.org), 2017년 공시

- (유통동향) 현대적 식품업체의 증가에도 불구하고 전통적 식품업체 우세
 - 소비자는 지역 특산물에 대한 선호가 높으며 주로 전통적 식품업체를 통해 구입
 - 2016년 현대적 식품업체 약 3만 개인 반면 전통적 식품업체는 약 22만 개 이상으로 우세
 - * 2016년 식품 소매업체 성장률 1%, 매출액은 약 1,288억 달러
 - 주요 유통업체는 Esselunga, Iper, Coop, Conad와 같은 대형유통업체와 Eataly, Peck, Exelsior와 같은 고급식품점이며 특히 고급식품점은 '프리미엄 자국산 식품' 컨셉으로 각종 식품 인증을 취득한 프리미엄 식품을 판매하며 수입식품은 취급하지 않음
 - 유통단계별로 도·소매 각각 80~100% 에이전트는 4~12%의 유통 마진을 설정
 - * 생산업체(0.32유로)→수입 및 도매업체(0.64 유로)→소매업체(1.29유로)→소비자(O사의 알로에 음료 (150ml) 기준)
 - 원산지 보호·유기농·글루텐 프리 인증 등 소비자가 선호하는 인증이 부착된 식품과 PL상품, 통곡물, 저당식품, 생과일 주스 등 건강에 이로운 식품이 인기 상품

» 가공식품

구분	판매 정보	구분	판매 정보
통곡물 바(Bar) · 빵류			
	판매처: Eataly 제품명: Nature 통곡물 바 원산지: Italy 가격: 1.98 EUR		판매처: Exelsior 제품명: Succo di Arancia 원산지: France 가격: 3.70 EUR

* 환율 정보(2016) 1 유로(EUR): 1,258.63원

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- (소비동향) 신선농산물 시장 확대추세이며 자국산, 건강, PL(Private Label), 유기농 제품 선호
 - 이탈리아를 비롯 유럽의 건강·웰빙 열풍으로 신선농산물 소비 증가, 가공식품 소비 감소
 - 자국산 식품만 취급하는 것이 하나의 마케팅 수단으로 사용될 만큼 식품에 관해 매우 보수적인 시장이며 소비자들은 'PRODOTTO IN ITALIA' 제품을 선호

» 고급마켓 Eataly에서 자국산임을 강조하는 국기마크

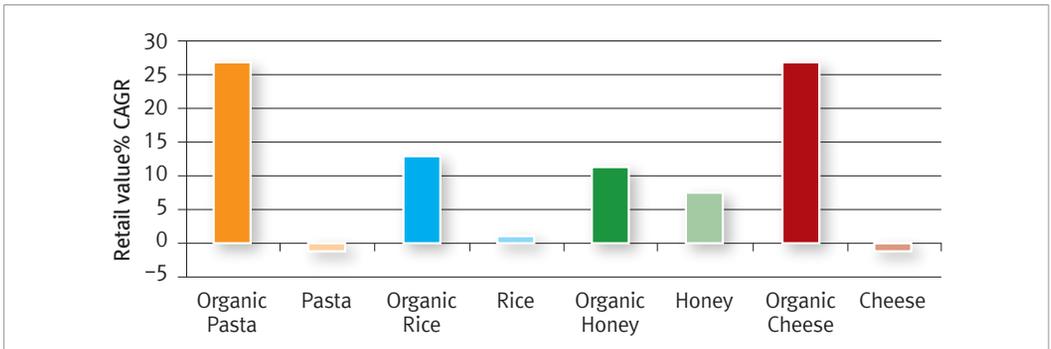


- 가장 대두되는 트렌드는 '건강'으로 파스타, 피자 등 밀가루 음식이 주적인 식습관에서 통곡물, 콩류, 글루텐프리(Gluten-Free) 제품 등 건강에 이로운 식품 섭취로 식습관 변화

* 2015~2016년 웰빙·건강식품은 판매량 기준 9.8%, 매출액 기준 11%로 대폭 성장, 총 매출액 17억 유로를 기록

- 경기침체에 소비자들이 경쟁력 있는 가격에 양질의 상품을 찾으면서 PL(Private Label) 제품 소비가 증가하는 반면 소비 빈도를 줄이고 질을 높여 유기농 식품과 프리미엄 제품 등 고가형 소비가 증가하는 양극화된 소비 양상을 보임
- 이탈리아 유기농 식품시장은 2010~2015년 유럽에서 터기 다음으로 높은 연평균 성장률인 12.3%를 기록하고 특히 유기농 파스타와 쌀, 꿀, 치즈가 가장 높은 성장률을 보임

» 유기농 식품군과 일반 식품군의 연평균 성장률 비교



출처: "Organic Food Sales on the Rise in Italy", Euromonitor International, 2015

- (수출입 동향) 對신흥교역국 수출 증대로 농식품 교역 규모 증가, 한국과의 교역은 미미한 편
 - 2016년 농식품 교역 규모 약 830억 달러, 전년 대비 약 11억 달러 증가
 - 수출입 대상 국가 중 독일과 프랑스는 대부분 품목에서 상위를 기록
 - 세계 최대 파스타 수출국, 세계 2위 와인 수출국으로 주요 수출 품목은 와인과 파스타, 과일, 견과류, 초콜릿 등
 - * 2015년 파스타 약 26억 달러 수출, 2위 중국(약 8억 2천만 달러)의 약 3배
 - 또한 세계 최대 버진 엑스트라 올리브 오일 수입국, 세계 3위의 커피수입국으로 주요 수입 품목은 올리브 오일, 맥주, 커피, 치즈, 신선 냉장 돼지고기 등
 - * 2016년 버진 엑스트라 올리브 오일 약 17억 달러 수입
 - 한국의 對이탈리아의 주요 수출 품목은 음료, 인스턴트 면류, 쌀 곡류 조제품, 라면등이며 신선 농산물 수출은 미미하고 주로 가공식품, 종자류 수출

» 한국 對이탈리아 농식품 수출 상위 5개 품목(2016)

단위: USD, kg

NO	HS Code(한국)	품목명	수출액	수출량
농식품 합계 *			15,527,270	6,454,840
1	2202.90.9000	기타 음료수	770,863	744,975
2	1902.30.1090	기타 인스턴트 면류	744,460	470,599
3	1901.90.9091	쌀 곡류 조제품	444,639	282,834
4	1902.30.1010	라면	439,632	99,940
5	2009.31.9000	기타 감귤류 주스	409,490	98,375

출처 : aT한국농수산식품유통공사, KATI(www.kati.net)

* 농산물, 축산물, 임산물만 해당

- (식품정책 동향) EU 공동농업정책(CAP)의 국내 단계 정책 위주
 - EU의 농식품 정책인 공동농업정책을 기본 골자로 국내 정책을 시행하는 형태
 - * 공동농업정책(CAP) : 유럽연합의 농업보조를 위한 시스템으로 공동농업정책 실현을 목표로 공동의 농업예산을 국가별로 사용하는 제도, 예산은 EU 예산의 45% 내외로 매우 큰 비중을 차지
 - EU 원산지 표시제도와 별개로 이탈리아는 2019년 4월부터 유제품에 대한 원산지 표시제도 의무화가 시행될 예정으로 이탈리아산 우유, 크림을 원료로 가공 또는 포장된 유제품에 'Milk Origin: Italy' 또는 'Cream: origin of milk-Italy' 표시
 - 또한 자국 농민의 수입을 보호하고 이탈리아, 유럽의 생산을 향상시키기 위해 쌀도 원산지 표시 의무화를 적용할 예정

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상품 출원
및 특허
규정

부록

- (한국식품 동향) 이탈리아에서 한국식품에 대한 인식 미미, 대부분 한국인(교민 및 유학생)이 소비
 - 아시아 식품 중 일본 대표식품 ‘스시’가 가장 유명하며 한국 식품에 대한 인식은 미미
 - 2015 밀라노¹⁾ 이후 한식에 대한 관심 제고되었으나, 아직 다수의 한국식품은 한국식품점, 중국식품점에서만 판매

» 한국식품과 경쟁상품 비교

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Hu Foods(중국계) 제품명 : ○라면 원산지 : Korea 가격 : 1.20 EUR		판매처 : Iper 제품명 : Nissin Cup Noodle 원산지 : Japan 가격 : 1.99 EUR
	판매처 : 상록수 제품명 : ○○○ 맛김치 원산지 : Korea 가격 : 5.40 EUR		판매처 : Eataly 제품명 : 피클 원산지 : Italy 가격 : 7.50 EUR
	판매처 : Hu Foods(중국계) 제품명 : ○○ 찰고추장 원산지 : Korea 가격 : 8.50 EUR		판매처 : Amazon Italy 제품명 : Salsa Pronta (토마토소스) 원산지 : Italy 가격 : 1.50 EUR

* 환율 정보(2016) 1 유로(EUR) : 1,258.63원

- (SWOT) SWOT분석을 통한 최적전략
 - (WT 전략) 이탈리아 소비자가 선호하는 라벨링, 포장 등을 연구하고 선호하는 인증(PDO, PGI, 유기농, 글루텐프리 등)을 취득하여 소비자 선호를 확보하고 한국식품의 고품질을 유지하며 현지 식문화를 접목 가능한 웨프 등 전문 인력 양성
 - (ST 전략) 자국 주력 품목(파스타, 와인, 올리브 오일 등)이 아닌 새로운 식품(매실, 녹차 등)으로 틈새시장 공략하고 대형유통업체 PL로 진출하여 한국식품에 대한 소비자들의 친밀도 증진
 - (SO 전략) 이탈리아 시장 타깃으로 '건강' 강조하고, 현지에는 없는 '새로운' 맛의 식품 판매하고 틈새시장으로 매운 맛을 선호하는 에스닉푸드 시장을 타깃으로 식품 판매
 - (WO 전략) 푸드트럭과 같이 비용대비 소비자에 가까이 다가갈 수 있는 홍보수단 사용하고 적극적인 시식회 행사 지원 및 대형 방송사 혹은 다양한 매체에 한식 홍보함으로써 홍보파급력 극대화

1) 밀라노엑스포 : 110만㎡, 2015.5.01.~10.31, 144개국 국가와 국제기구 등 참여, 총 방문객수 2,150만명

- **(판매 확대 방안)** 이탈리아 소비자 대상 단계별 마케팅 전략은 초기에는 인지도 향상을 위한 홍보 강화, 중기에는 한국식품의 소비자 친밀도 증진, 장기에는 지속적 수요 창출로 구분할 수 있음
 - **(초기 단계)** 주로 이미지 형성을 위한 홍보 및 소비자 선호 인증 취득을 통해 한국식품에 대한 전통적인 이미지, 건강한 이미지를 구축하고 소비자 신뢰 제고
 - 밀라노 엑스포 같은 공식적인 행사에 국가적인 지원으로 홍보파급력 극대화
 - ‘건강함’이 중요 구매요인인 현지 트렌드를 반영 한국식품이 지닌 건강에 유익한 부분을 강조
 - 소비자는 유기농, Gluten-free 등의 인증을 적극적으로 활용하기 때문에 초기에 관련 정보 취득을 위한 비용, 시간이 다소 소요되어도 취득 인증은 시장진출 시 강점
 - **(중기 단계)** 한식품질 유지를 위한 전문인력 양성, 한식당의 증가로 취식경험이 구매로 이어지도록 하며 대형유통업체의 PL로 시장 진출을 통해 소비자의 거부감 경감 및 인지도 제고
 - 대형유통업체 PL로 진출함으로써 초기 상표권 등록에 소요되는 비용 절감 가능하고 기존 브랜드를 이용하기 때문에 소비자들이 거부감 없이 비교적 자연스럽게 흡수 가능
 - **(장기 단계)** 대형유통업체 PL이 아닌 기존의 자체 브랜드로 진출하여 지속적인 수요를 창출
 - 대형유통업체에 기존 브랜드로 입점하기 위해서는 아시아 식품 취급 중간유통채널을 접촉하여 대형유통업체의 입점조건 및 유의사항 등을 파악하는 것이 중요
- *아시아 식품 취급 중간 유통채널 : 유럽푸드, 플라자라티나, 그란데마르케, 유니온트레이드

» 판매확대를 위한 제언



요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

□ 수입통관제도 및 식품 위생 제도

- (수입통관) 수입신고 전 적하목록 사전신고제도(ENS) 제출, EU 단일 수입신고 양식 SAD 사용
 - 수입통관 절차는 수출 전 절차, 운송, 수입 신고, 통관 절차, 물품 반출의 5단계로 구분 가능
 - (수출 전 절차) EU 관세총국을 통해 유럽연합 관세 코드인 TARIC Code를 확인하여 정확하게 물품을 분류하고 통상 선적 전에 적하목록 사전신고제도(ENS)를 세관당국에 제출
 - (운송) 제출한 ENS를 바탕으로 물품의 위험도를 결정하고 고위험 물품일 경우 운송 중 EU 역내 첫 번째 항구 혹은 공항에서 물품 검사 가능
 - (수입 신고) 세관에 수입신고 시에는 EU의 단일 행정 문서인 SAD (Single Administrative Document)를 사용하고 수입업체 또는 대리인이 신고
- * SAD와 함께 제출해야 하는 서류 : 운송서류, 상업송장, 검사증명서, 수입허가서, 협정관세 적용신청서 (원산지 증명서류 참조) 등
 - (통관 절차) 물품 검사 후 Taric Code로 결정되는 관세 및 부가가치세, 특별세 등 제세 납부하고 물건이 방출됨
 - EU의 공동 통관제도를 준수함으로써 통관 절차가 타 EU국에 비해 더 까다로운 부분은 없으나 이탈리아의 느린 행정 때문에 통관에 1일 정도 소요
- (식물 검역) EU의 수입식품 검역규정을 이탈리아 항구·공항 국경 보건소(USMAF)의 관리 하에 이탈리아 세관(Customs)이 실시하는 형태
 - 이탈리아와 검역타결이 체결된 품목은 종자류를 비롯한 쌀, 보리, 사과, 배, 포도, 버섯류 등 신선농산물이며 육류는 검역타결 품목이 아니라 수출 불가
 - 수입신고 시 식물 위생증명서, 식물위생세납부 증명서 원본, 운송장, 인보이스, 생산자정식등록(RUP) 증명서(첫 수입일 경우), 기타서류 제출
 - 수입신고서와 함께 제출한 식물위생증명서를 바탕으로 서류검사를 실시, 검역당국이 샘플검사 또는 전수검사가 필요하다고 판단할 때 물리적 검사 실시
 - 서류검사는 100% 모든 화물에 실시, 샘플검사는 서류검사 상 문제가 발견되지 않을 경우 원칙상 무작위로 위탁화물 중 10%만 수행
 - 물리적 검사 실시 여부는 수출입업자 혹은 대리인의 이메일로 통지
 - EU내 한 수입항에서 식물검역을 받으면 다른 회원국으로 반입될 때 검역 없이 EU내 모든 국가로 이동 가능

○ (라벨링) 식품 라벨링에 관한 유럽연합 규정 No. 1169/2011을 따르며 이탈리아에 수출하는 상품의 라벨링은 이탈리아어로 기재

- 최소글자크기 : 1.2mm(단, 포장면적이 80cm² 이하일 경우 0.9mm
- 의무 표기 대상은 포장의 내용과 다른 이미지 또는 광고문 금지

» 식품 라벨링 표기 사항

- ① 영양 성분표
- ② 원재료 함량 또는 유형
- ③ Quantitative ingredients declaration (QUID)
- ④ 제품명
- ⑤ 제품 내용물 순 무게
- ⑥ 유통기한
- ⑦ 보관상 주의사항 및 제품 사용법
- ⑧ 제조사 정보 (회사명, 주소)
- ⑨ 제품 원산지
- ⑩ 알코올 함유량
- ⑪ GM(유전자변형) 식품 표시
- ⑫ 알레르기 유발 성분
- ⑬ 생산로트번호(Lot Number)
- ⑭ 추가 정보(카페인 함유 등)

출처 : EU 집행위원회(ec.europa.eu/food.safety/labelling_nutrition)

- (진입장벽) 통관절차와 관련하여 EU의 관련규정을 동일하게 적용하여 제한이나 장벽은 없음
 - 다만 이탈리아는 타 EU 국가에 비해 행정속도가 느려 통관에 1일 정도 소요되며 통관 시 서류 미비와 라벨링 규정 준수 여부는 엄격하게 관리
 - 만약 식품 통관 역류가 발생하면 사유와 함께 이탈리아 보건청 Database에 등재
 - 빈도가 증가하면 블랙리스트로 관리되며 통관 시 심층 검사 실시, 검사 빈도 증가
 - 첫 수입 품목은 해당 물품 파악에 시간이 다소 소요 경험 부족으로 수입통관을 반려했던 경우 발생 가능
- (통관 거부사례) EU 소비자 정보 공사 홈페이지 RASFF Consumer Portal에서 확인 가능
 - 통관 거부사례 중 한 가지는 시칠리아 주 팔레르모에서 수입신고 시 이탈리아어로 번역 후 수산물 명칭 A를 B로 오기하여 전량 폐기된 사례가 있음
 - 또한 글루텐 프리 식품 시장이 성장하면서 글루텐 프리라고 표시했으나 함량 기준 20ppm을 위반하여 적발되는 사례가 종종 발생하고 있으니 주의가 필요

요약

Part I 국가 일반 현황

Part II 농식품시장 동향

Part III 수입통관 제도

Part IV 식품 위생 제도

Part V 상표 출원 및 특허 규정

부록

» 한국식품 통관 거부사례(일부)

품목	날짜	불합격사유	조치
수산물	2016/06/08	한국산 훈제 가다랑어 참치조각(Katsuwonuspelamis)에서 벤조피렌(14 μ g/kg-ppb), 다환방향족 탄화수소(PAH4 sum: 95.2 μ g /kg-ppb), 벤조안트라센(41.9 μ g /kg-ppb)등의 발암물질 검출	수입 불허
수산물	2016/11/16	한국산 수산물 A의 이름을 이탈리아어 번역 상 B로 오기	전량 폐기
수산물	2017/03/13	한국산 냉동 황새치 슬라이스에서 수은(1.5mg/kg-ppm) 검출	소비자 리콜

출처 : RASFF Consumer Portal(www.webgate.ec.europa.eu/rasff-window/portal),
Siciliafan(www.siciliafan.it) 재구성

o (식품인증) 다양한 식품인증제도 운영, 소비자에 구매요인으로 작용

- 명칭 보호 표시제도인 PDO, PGI, TSG와 유기인증 표시인 Euro-Leaf가 대표적 인증이며 이탈리아는 EU 내 명칭 보호 표시 인증 1위 취득 국가

* 명칭 보호 표시제도 : 고품질의 농산물 및 가공식품의 판매를 촉진하고, 해당 제품의 고유명칭을 모방과 오용으로부터 보호

- PDO, PGI, TSG는 한-EU FTA 상표법 개정, Euro-Leaf는 한-EU 동등성 협약에 의해 동등성 인정

- 기타 글루텐 프리(Gluten-Free), 비건(Vegan) 및 Non-GMO 인증도 소비자의 구매 요인으로 작용

» 주요 인증 제도

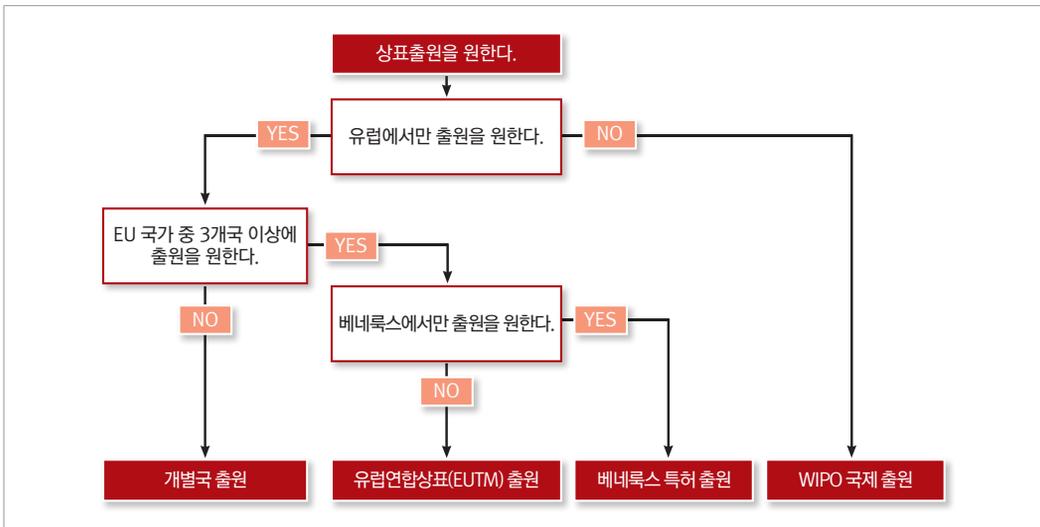
마크	이름	규정	대상	동등성	일반사항
	원산지 명칭 보호(PDO)	Regulation (EU) No1151 / 2012	특정 지역에서 생산되고 가공된 특정 식품	인정	지리적 특성과 연관된 제품의 지적재산권으로 일관되게 보호함
	지리적표시 보호(PGI)	Regulation (EU) No1151 / 2012	특정 지역에서 생산, 가공 중 한 단계가 진행되는 특정 식품	인정	원산지 명칭 보호보다 완화된 형태의 명칭 보호 인증제도
	전통 특산물 보증(TSG)	Regulation (EU) No1151 / 2012	전통적인 생산 방식으로 생산되는 모든 식품	인정	전통적인 제조법 및 제품의 특성을 널리 알려서 전통적인 생산법과 제조법이 사라지지 않도록 보호
	유기인증 표시 (Euro-leaf)	EU ORGANIC EEC834/2007, (EC) No 889/2008 (EU) No 271/2010 (EC) 1235/2008	사람이 소비하는 농작물, 동물의 먹이, 유기농산물, 화훼류	인정	유기농 식품으로 표시되는 농작물 및 유기농 식품들의 생산 및 제조과정의 규정

- (식품첨가물) 식품첨가물 관련해서 EU의 관련규정을 동일하게 적용
 - 유럽 식품 안전청(EFSA)과 이탈리아 보건부(MOH)가 식품 첨가물에 관한 유럽연합 규정 No. 1333/2008를 바탕으로 관리 및 감독
 - 약 570여개의 관리물질을 검사, 일반적으로 컨설팅회사를 통해 성분성적서 발급 보건청에 제출
 - 각 식품첨가물은 고유번호인 E 번호가 있으며 식품 라벨링에 E 번호를 표기
- (유해물질) 유해물질 관련해서 잔류농약과 중금속 함유를 주로 관리하며 EU의 관련규정을 동일하게 적용
 - 유럽 식품 안전청(EFSA)과 이탈리아 보건부(MOH)가 잔류 농약 및 살충제의 잔류 기준 유럽 연합 규정 No (EC) 396/2005, 중금속 및 각종 오염물질에 관한 기준 유럽 연합 규정 No (EC) 1881/2006 바탕으로 관리 및 감독
 - 중금속 및 오염물질의 최대 허용 함유량은 지속적으로 관보에 공표되며 공표된 날부터 20일 후부터 발효
 - 특히 질산염과 아플라톡신(aflatoxins)에 대한 규제가 엄격하니 주의

□ 상표 출원 및 특허 규정

- (상표권 개요) 개별국 출원, 유럽연합상표(EUTM)출원, 세계지적재산권기구(WIPO) 국제출원(마드리드 의정서)

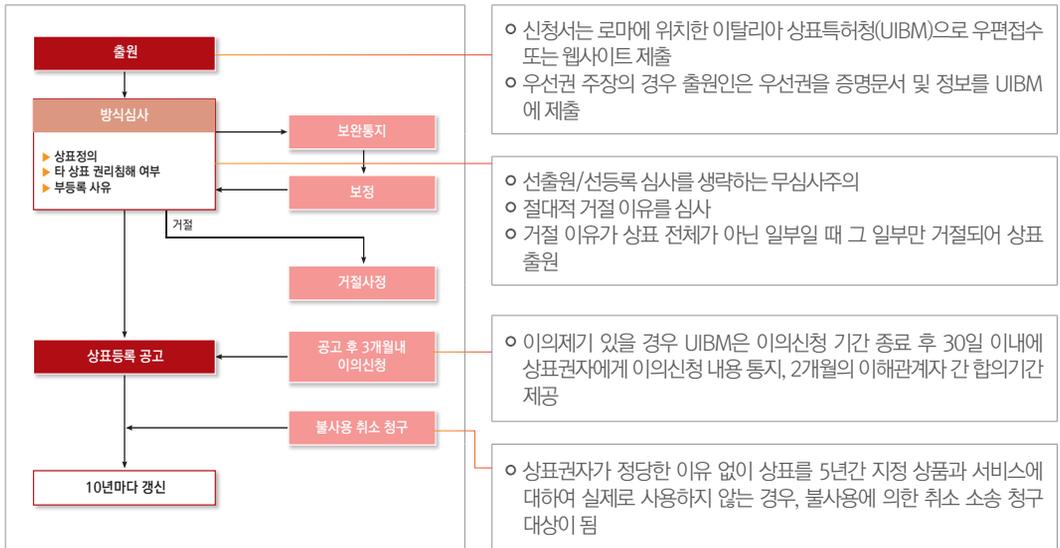
» 상표출원 방법 선정



* 베네룩스 : 벨기에, 네덜란드, 룩셈부르크의 준말

- 이탈리아에 상표 출원 방법은 3가지이며 주로 유럽연합상표(EUTM)을 많이 사용
- 이탈리아 개별국 출원은 상표특허청인 UIBM을 통해 출원하며 절차 언어는 이탈리아어로 규정
- 유럽연합상표(EUTM)는 상표 출원시 유럽연합 28개국 전체에 효력이 발생하며 단 1개국에서라도 거절이유 발견 시 회원국 전역에서 출원이 거절됨

◦ (상표 출원 방법) 이탈리아 개별국 출원(UIBM)



◦ (상표 출원 방법) 유럽연합상표(EUTM)출원

» EUTM 출원 절차

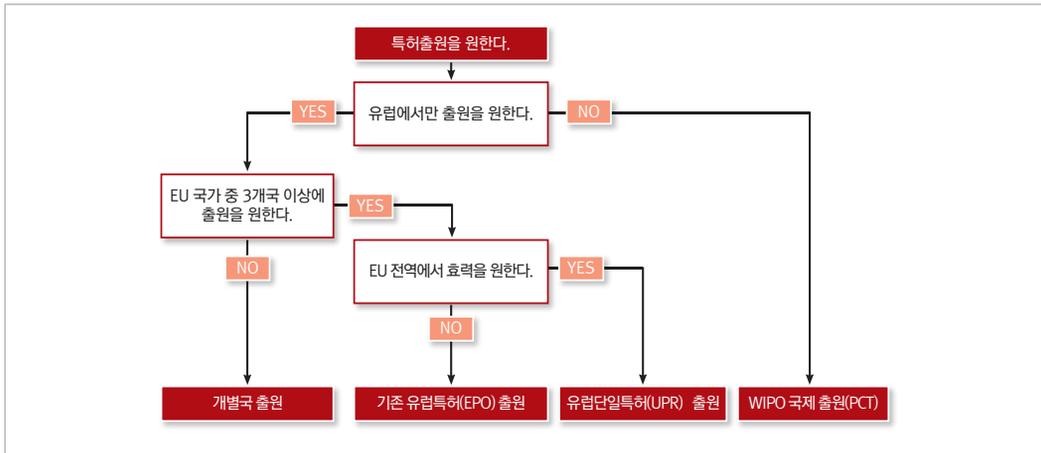


출처 : 유럽지식재산청(EUIPO, www.euipo.europa.eu)

- 신청서에는 출원자의 정보, 상표에 대한 명확한 표현 및 재화와 서비스 목록 등 필수 정보를 유럽 연합 공식 언어(영어, 프랑스어, 독일어, 이탈리아어, 스페인어)로 기입하여 신청서를 접수
- 유럽연합 지식재산청(EUIPO)는 심사기간 중 상표의 식별력(등록가능성)에 대한 심사 진행하여 상표의 일부분이 거절될 경우 그 부분만 제외하고 출원 가능
- 심사진행 중 심사당국이 오류를 발견하거나 이의제기에 대해 알려야 하는 경우에는 신청서에 명시되어있는 연락처로 보완요청 전달
 - * 출원자가 보완해야 하는 사항에 대한 응답을 준비할 2개월의 회신기간이 주어짐
- 심사 기간 중 상표의 절대적 거절이유가 발견되지 않으면 출원 상표는 공보에 공고
- 선 상표 출원자와 같은 이해관계자 등은 출원공고일로부터 3개월 이내에 이의신청 가능
 - * 상표 출원 후 3개월 동안 이의 제기가 없으면 상표가 등록되며, 등록 증명서가 발급

- (특허권 개요) 개별국 출원, 유럽특허(EPO) 출원, 세계지적재산권기구(WIPO) 국제출원(PCT)

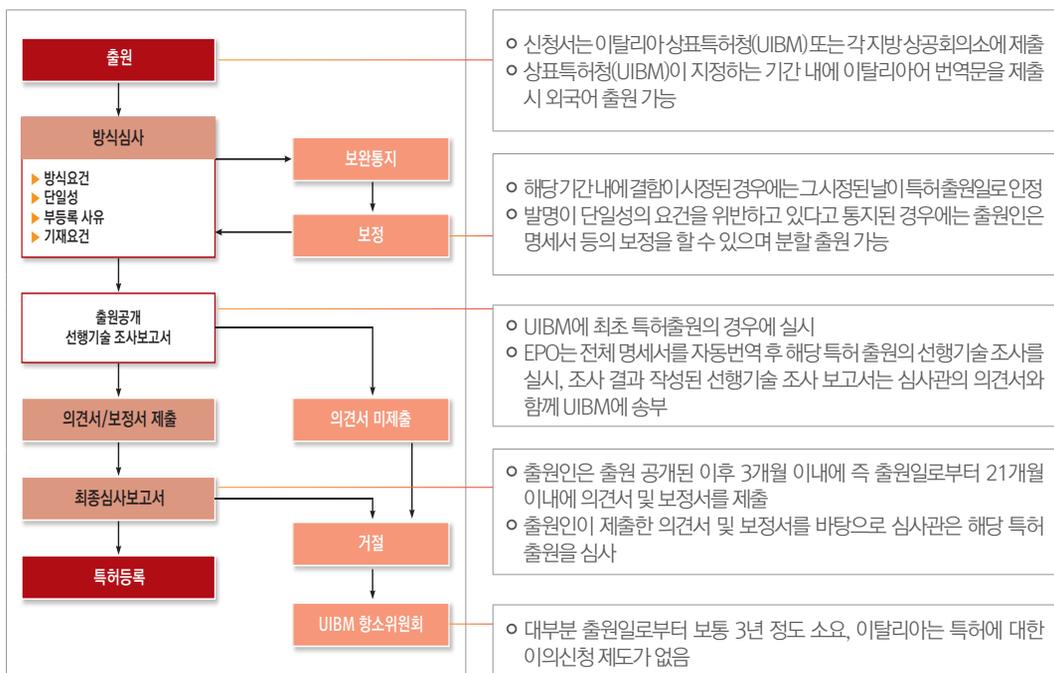
» 특허출원 방법 선정



* 유럽단일특허(UPR)은 시행 예정이다.(2017.04 기준)

- 이탈리아에 특허 출원 방법은 3가지이며 주로 유럽특허(EPO)를 많이 사용
- 이탈리아 개별국 출원은 상표특허청인 UIBM을 통해 출원하며 절차 언어는 이탈리아어로 규정
- 유럽특허(EPO)는 특허 출원 시 유럽연합 28개국 전체에 효력이 발생하는 것은 아니며 특허 출원 후 각 지정국에 유효화(Validation) 절차 필요

- (특허출원 방법) 이탈리아 개별국 출원(UIBM)



- 신청서는 이탈리아 상표특허청(UIBM) 또는 각 지방상공회의소에 제출
- 상표특허청(UIBM)이 지정하는 기간 내에 이탈리아어 번역문을 제출 시 외국어 출원 가능

- 해당 기간 내에 결함이 시정된 경우에는 그 시정된 날이 특허출원일로 인정
- 발명이 단일성의 요건을 위반하고 있다고 통지된 경우에는 출원인은 명세서 등의 보정을 할 수 있으며 분할 출원 가능

- UIBM에 최초 특허출원의 경우에 실시
- EPO는 전체 명세서를 자동번역 후 해당 특허출원의 선행기술 조사를 실시, 조사 결과 작성된 선행기술 조사 보고서는 심사관의 의견서와 함께 UIBM에 송부

- 출원인은 출원 공개된 이후 3개월 이내에 즉 출원일로부터 21개월 이내에 의견서 및 보정서를 제출
- 출원인이 제출한 의견서 및 보정서를 바탕으로 심사관은 해당 특허출원을 심사

- 대부분 출원일로부터 보통 3년 정도 소요, 이탈리아는 특허에 대한 이익신청 제도가 없음

요약

Part I 국가 일반 현황

Part II 농식품시장 동향

Part III 수입통관 제도

Part IV 식품 위생 제도

Part V 상표 출원 및 특허 규정

부록

◦ (특허 출원 방법) 유럽특허(EPO) 출원

» 한국 우선권 수반 EPO 출원 절차



출처 : 유럽특허청(European Patent Organization, www.epo.org)

- EPO 출원 시에는 유럽특허출원서, 명세서, 특허 청구 범위, 도면(필요한 경우), 요약서, 우선권주장 출원의 경우에는 우선권 증명서류, 위임장을 EPO 공용어(영어, 불어, 독일어)로 기재
- 특허출원은 전문분야별로 분류된 후, 특허 청구 범위 및 명세서에 기초하여 EPO 조사부에 의해 조사보고서 (EESR) 작성됨 조사보고서는 보통 출원일로부터 1년 6개월 안에 발부되며 출원인에게 송부 후 출원인은 조사보고서를 참조 특허 청구범위를 보정
- 출원은 우선일로부터 18개월 후 유럽특허공보(European Patent Bulletin)에 공고
- 출원 공개 후 6개월 이내 심사료와 지정료를 납부 조사보고서 공개 후 6개월 이내에 답변서(의견서/보정서)를 제출
- 심사기간 출원 및 출원과 관련된 발명이 조약의 요건을 만족하고 있는지 여부 심사
- 심사결과 발명이 조약의 요건을 충족하고 있다고 판단되면 허여 결정을 내리고 유럽특허증이 특허권자에게 교부
- 특허 부여 공고일과 동시에 9개월 간의 이의신청 기간이 부여되며 누구라도 EPO에 대한 특허부여에 관해 이의신청 가능
- 출원시에 모든 지정국이 지정된 것으로 보며 유럽 특허 공보의 첫 페이지를 이탈리아어로 번역하여 상표특허청(UIBM)에 제출하는 유효화(Validation)를 진행

◦ (분쟁사례) Ferrero와 GCAS 분쟁사례

- (분쟁원인) 2015년에 GCAS사는 페레로사 ‘누텔라’의 명칭과 비슷한 이름을 자사의 상호명과 광고에 무단으로 사용하며 인터넷 도메인으로도 사용
- 페레로사는 소비자들의 잘못된 이해 확산 및 브랜드 이미지 손상을 막기 위해 뉴욕 동부 지방법원에 GCAS에 대한 상표권 침해소송을 제기
- (법원 판결) 뉴욕 동부 지방법원은 GCAS사가 페레로와 연관 있는 회사로 페레로의 승인 혹은 라이선스를 통해 누텔라 관련 제품을 유통시키고 있다는 착각을 일으키게 할 수도 있으며 상표권을 침해했다고 판단하여 손해배상 지불 명령과 상표 사용 금지 명령을 내림

Part I

| 국가 일반 현황 |

01. 국가 개황

02. 경제 및 무역

03. 농업

04. 물류



Italy

Part I

국가 일반 현황



01 | 국가 개황

국명	이탈리아(Repubblica Italiana)
수도	로마(Roma)
인구	62,230,571명
면적	30만 1,333km ² (한반도의 약 1.36배)
기후	지중해성 기후
권역 구성	20개의 주(region)
주요 도시	로마(432만 명), 밀라노(317만 명), 나폴리(312만 명), 토리노(229만 명), 팔레르모(127만 명), 제노바(86만 명)
민족 구성	이탈리아인(북부에 프랑스계, 오스트리아계, 슬라브계 / 남부에 알바니아계, 그리스계 소수 거주)
종교	기독교 83.3%, 무교 12.4%, 이슬람교 3.7%, 기타 0.6%
언어	이탈리아어
GDP	1조 8,670억 달러 / 1인당 37,689 달러
화폐 단위	Euro
환율	1EUR=1,258.63KRW(2016)
회계 연도	1월 1일 ~ 12월 31일
정부 형태	내각책임제
국가 원수	Sergio Mattarella 대통령(2015년 2월 3일 취임) Paolo Gentiloni 총리(2016년 12월 취임)

* 주: 2016년 기준

가. 국토

1) 롬바르디아주(Lombardia)

주도	밀라노(Milan)
인구	1001만 600여명
면적	23,844km ²
주요 농산물	곡물, 채소, 과일
주요 산업	공업, 벼농사

2) 라치오주(Lazio)

주도	로마(Rome)
인구	589만 2400여명
면적	17,236km ²
주요 농산물	와인용 포도, 과일, 채소, 올리브
주요 산업	건축과 건축 자재, 종이, 석유화학, 직물, 공학, 자동차, 전기와 전기 공학

3) 캄파니아주(Campania)

주도	나폴리(Naples)
인구	586만 1500여명
면적	13,590km ²
주요 농산물	토마토, 견과류, 올리브, 포도, 올리브
주요 산업	서비스업

4) 시칠리아주(Sicity)

주도	팔레르모(Palermo)
인구	509만 2100여명
면적	25,711km ²
주요 농산물	시트론, 오렌지, 레몬, 올리브, 아몬드, 포도주, 옥수수
주요 산업	자동차공업, 관광업, 광업

5) 베네토주(Veneto)

주도	베니스(Venice)
인구	492만 7600여명
면적	18,399km ²
주요 농산물	곡물, 감자, 대마, 포도
주요 산업	정유, 아연정련, 기계공업(항구도시), 제분, 자동차, 철강, 섬유, 양모(내륙)

* 주 : 2017년 기준

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 인구

1) 총인구 동향

- 이탈리아의 총인구는 2016년 7월 기준으로 약 6,200여만 명이며, 전체적으로 남성보다 여성이 많고, 25~54세의 경제활동인구가 차지하는 비중이 높으므로(약 42%) 식품 소비가 활발할 것으로 보인다.
- 중위 연령은 전체 45.1세이며, 남성은 44세 여성은 46.2세이다. (2016, CIA)

» 인구분포 및 현황

단위: 명, %

구분	남성	여성	비중
0~14	4,337,792	4,151,901	13.69
15~24	3,026,359	3,012,882	9.74
25~54	13,003,171	13,326,901	42.46
55~64	3,826,630	4,069,855	12.73
65세 이상	5,696,612	7,555,437	21.37

출처: 미국중앙정보부(CIA, www.cia.gov)

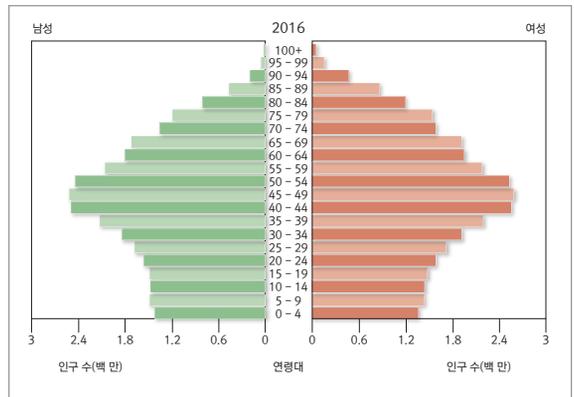
» 지역별 이민자 수(2016)

단위: 명

지역	해외 이민자 수
북부	66,100
북서부	39,300
북동부	26,800
중부	38,100
남부	25,800
섬	5,400
합계	135,400

출처: 이탈리아 통계청(ISTAT, www.istat.it)

» 연령대 인구 분포



출처: 미국중앙정보부(CIA, www.cia.gov)

2) 재외동포 현황

- 이탈리아에 거주하는 한국 교민수는 2016년 기준 약 4,200여명으로 추정된다.
- 20개의 주 중에서 롬바르디아 주에 가장 많은 1,643명의 한국 교민이 거주하며 이어서 로마가 주도인 라지오주에 1,400명이 거주한다.
- 특히 롬바르디아주 한국 교민의 약 65%인 247명은 밀라노에 거주한다(2014년 12월 기준).

02 | 경제 및 무역

가. 경제 전반

이탈리아는 GDP 세계 8위의 국가이다. 국가 경제는 중소기업이 중심이며, EU 권역의 통합 및 확대 추진에 적극적으로 참여하며 EU 차원의 경제정책에 보조를 맞추면서 경제 성장을 추구해왔다. 이탈리아는 유럽 경제 강국 중의 하나이나, 산업이 발달된 북부지역(주로 민간 기업들 소재)과 그렇지 못한 남부 농업지역(주로 국영기업들 소재)간의 심한 소득 격차 등이 경제발전의 장애요인으로 작용하고 있다.

□ 선진국 형 산업구조로 산업이 고르게 발달

- 산업구조는 3차·2차·1차산업 순으로 비중이 높은 피라미드형이다.
 - 중화학, 경공업, 농업분야가 균형적으로 발달되어 있다.
 - 산업별 비중은 일정하게 유지되지만 제조업 비중은 조금씩 감소하고 있으며, 서비스업과 농업의 비중은 미미하게 증가하는 추세이다.
- 인구가 도시에 밀집되어 있기보다는 지방에 분산되어 있고, 교통망이 잘 갖춰져 있으며, 지방자치제가 확립되어 있어서 대도시이외의 중간지역과 농촌지역에서도 경제활동이 활발하다.

» GDP 산업별 비중

구분	2012	2013	2014	2015
농림수산업	2.0	2.1	2.2	2.3
제조업	24.2	23.9	23.5	23.4
서비스업	73.8	74.0	74.3	74.3

단위: %

출처: 이탈리아 통계청(ISTAT, www.istat.it)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

□ 중소기업 중심의 산업구조

- 종업원수가 250명 이하인 중소기업이 전체 기업의 99% 이상을 차지하며, 특히 10인 이하의 초소형 기업이 전체의 94.5%를 점유하고 있다.
 - 전통 제조업 부문에서 중소기업의 고용은 영국, 독일, 프랑스 등의 유럽 경쟁국보다 2배 이상 높은 수준이다.
 - 부가가치생산이 전체 산업의 71.3%를 차지할 정도로 중소기업은 이탈리아 산업의 핵심이라 할 수 있다.

» 이탈리아 및 EU기업 규모별 비중 비교

단위: %

구분		기업수		고용규모		부가가치	
		이탈리아	EU평균	이탈리아	EU평균	이탈리아	EU평균
중소기업	초소형 (~10)	94.5	92.1	47.3	29.8	32.6	21.6
	소기업 (10~50)	4.9	6.6	21.7	20.4	23.5	18.9
	중기업 (50~250)	0.5	1.1	12.3	16.8	15.2	17.9
소계		99.9	99.8	81.4	66.9	71.3	58.4
대기업(250~)		0.1	0.2	18.6	33.1	28.7	41.6
합계		100	100	100	100	100	100

출처: EU 집행위원회(European Commission, www.europa.eu)

나. 주요 경제 지표

□ GDP 세계 8위의 경제 대국으로 2016년 0.8%의 경제성장률 기록, 지속적으로 완만한 성장세 유지

- 2015년 실질 GDP 성장률이 0.6%를 기록함으로써 2011년 4/4분기부터 시작된 마이너스 성장에서 탈피하여 회복세로 전환되었다.(2012년 △2.8%, 2013년 △1.7%, 2014년 △0.4%)
 - 2017년에도 그와 비슷하거나 소폭 증가한 0.9%의 경제성장률을 보일 것으로 전망된다.

» 주요 경제 지표

구분	2012	2013	2014	2015	2016*
경제성장률(%)	-	△1.7	△0.4	0.7	0.8
GDP(십억 USD)	2,076	2,137	2,147	1,819	1,867
실질 GDP증가율(%)	△2.8	△1.7	△0.4	0.6	0.9
1인당 GDP(USD)	35,402	35,339	35,676	36,738	37,689
물가상승률(%)	2.5	1.2	0.2	0.1	0.6
경상수지(%)	△0.4	0.9	1.5	1.5	-
실업률(%)	10.6	12.1	12.6	11.8	11.5

* 2016년은 추정치

출처 : EIU, IMF, World Bank, 이탈리아 중앙은행(Banca d'Italia), OECD, EU Commission, 이탈리아 통계청(ISTAT), BANCA D'ITALIA, EIU, European Commission, Directorate General for Economic and Financial Affairs, European Economics Forecast - Spring 2017. Eurostat. Updated: May 2014.

다. 무역

- 2005년부터는 지속적으로 무역수지 적자를 기록하고 있다. 글로벌 경제위기가 한창이던 2009년에는 수출과 수입이 모두 대폭 감소하면서 적자폭도 줄어들었지만 2010년부터 2011년까지 다시 적자폭이 늘어났다. 다만 2012년 재정위기로 인한 불황형 흑자로 124억 유로의 무역흑자를 기록했다.

1) 연도별 수출입액

- 주요 수출국가의 정경불안과 신흥국의 경제 성장 둔화로 신규시장으로의 수출이 감소하고 있다.
 - 이탈리아 통계청(ISTAT) 기준 2016년 상반기 수출실적에 따르면, 대EU 역외국 수출은 3.9%로 감소했다.
 - 특히, 대 중국 수출의존도가 높은 이탈리아는 중국 경제성장 둔화로 인해 수출시장 및 경제 전반에 큰 영향을 받은 것으로 분석된다.

» 무역수지

단위 : 백만 USD

구분	2012	2013	2014	2015	2016
수출	501,528	518,095	529,528	456,988	461,529
수입	489,104	479,336	474,082	410,933	404,577
무역수지	12,424	38,758	55,446	46,055	56,951

출처 : 국제무역센터(ITC : International Trade Centre)(www.intracen.org)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

2) 주요 수출입 대상 국가

- 2016년 1분기 기준 한국은 이탈리아의 대 수출입 국가에서 모두 22위를 차지했다.
 - 수출 대상국은 주로 EU 및 미국 등 선진국 시장에 집중되어 있으며, 중국 시장의 성장 둔화로 대 중국 수출은 점차 감소세를 보인다.
- 최대 수입 대상 국가는 인근 국가인 독일과 프랑스이며, 중국이 그 다음이다.

» 주요 수출입 상위 10개 국가(2016)

단위: 백만USD, %

순위	수출			수입		
	국가	금액	점유율	국가	금액	점유율
1	독일	14,249	13.10	독일	15,877	16.02
2	프랑스	12,177	11.20	프랑스	8,862	8.94
3	미국	9,632	8.86	중국	7,950	8.02
4	영국	5,882	5.41	네덜란드	5,355	5.40
5	스페인	5,521	5.08	스페인	5,213	5.26
6	스위스	4,991	4.59	벨기에	5,091	5.14
7	벨기에	3,918	3.60	미국	3,912	3.95
8	폴란드	2,924	2.69	러시아	3,068	3.10
9	네덜란드	2,716	2.50	스위스	3,034	3.06
10	중국	2,530	2.33	영국	2,963	2.99
22	한국(22위)	1,035	0.95	한국(22위)	859	0.87

출처: 이탈리아 통계청(ISTAT, www.istat.it)

03 | 농업

가. 농업 개요

- 전체 GDP 가운데 농림수산업이 차지하는 비중은 2%로, 지중해성 기후와 충분한 일조량으로 유럽 내에서 프랑스에 이어 제2의 농업생산국이다. EU 역내 국가와의 농업 무역 비중이 높지만 역외 국가인 중국이 주요 신흥 교역국으로 떠오르고 있다.
- 농업 지대는 주로 남부지역이며, 북부는 공업지대이다. 주요 농산물은 쌀, 올리브, 포도, 복숭아 등이고 와인, 치즈 등 특화된 식품은 생산자 협동조합을 통해 주로 생산된다.

나. 농업 현황

1) 농업 구조

- 농업은 다른 유럽연합 국가에 비해 상대적으로 규모 면이나 지형 면에서 불리한 편이지만 지중해성 기후와 충분한 일조량으로 유럽연합 내 제2위 농업 생산국 지위를 유지하고 있다.
 - 특히 포도는 세계 1위의 생산국이며 과일과 채소류 생산량도 세계적 수준이다.
 - 농촌지역의 총면적은 13만 6,132km로 전체 국토의 13%에 이른다. 도심과 농업의 중간지대의 총면적은 12만 6,126km이다.
- 농촌지역의 인구는 1,200만 명으로 전체 인구의 20%이며 중간지역까지 고려하면 농촌지역 인구가 상당한 비중을 차지한다.
 - 지대 성격에 따른 지역별 고용인구는 농촌지역이 약 470만 명으로 가장 적고, 농촌과 도심의 중간지역의 고용인구가 가장 많다.

» 지대 성격구분 및 인구 분포

구분	범위(km ²)	인구(천명)	고용인원(천명)
농촌지역	136,132	12,274	4,698
중간지역	126,126	26,017	10,567
도심지역	39,078	22,050	9,388
전체	301,336	60,341	24,653

출처: “이탈리아 농업 현황”, 한국농촌경제연구원(박영구), 2014

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

2) 농산물 교역

- 농산물 수출액은 약 346억 유로이며 수입액은 약 355억 유로로 농산물은 수입의존도가 높다고 볼 수 있다.
 - EU 역내무역 교역량이 수출입 모두 금액 면에서 역외무역보다 많다.
- 농산물 교역 비중은 EU 역내무역이 더 크지만 EU 역내무역에서 무역수지 적자를 보는 반면, 역외무역에서는 20억 유로의 흑자를 올렸다.
 - 무역 의존도가 높은 유럽의 전체적인 불황으로 EU 역내수출이 감소하는 추세였다가 중국과의 교역이 증가하면서 역외무역에서 흑자를 거둬들여서 전체 교역은 긍정적인 방향으로 나아가는 추세이다.

» 농산물 교역액(2016)

단위: 백만 EUR, %

구분		전체	EU역내무역	EU역외무역
수출	전체	34,692	23,159	11,553
	농산물 수출비중	8.3	9.9	6.3
수입	전체	35,500	25,993	9,506
	농산물 수입비중	9.7	11.7	6.6
무역수지	농산물전체	△808	△2,834	2,047

출처: EUROSTAT(www.ec.europa.eu/eurostat/data/database)

04 | 물류

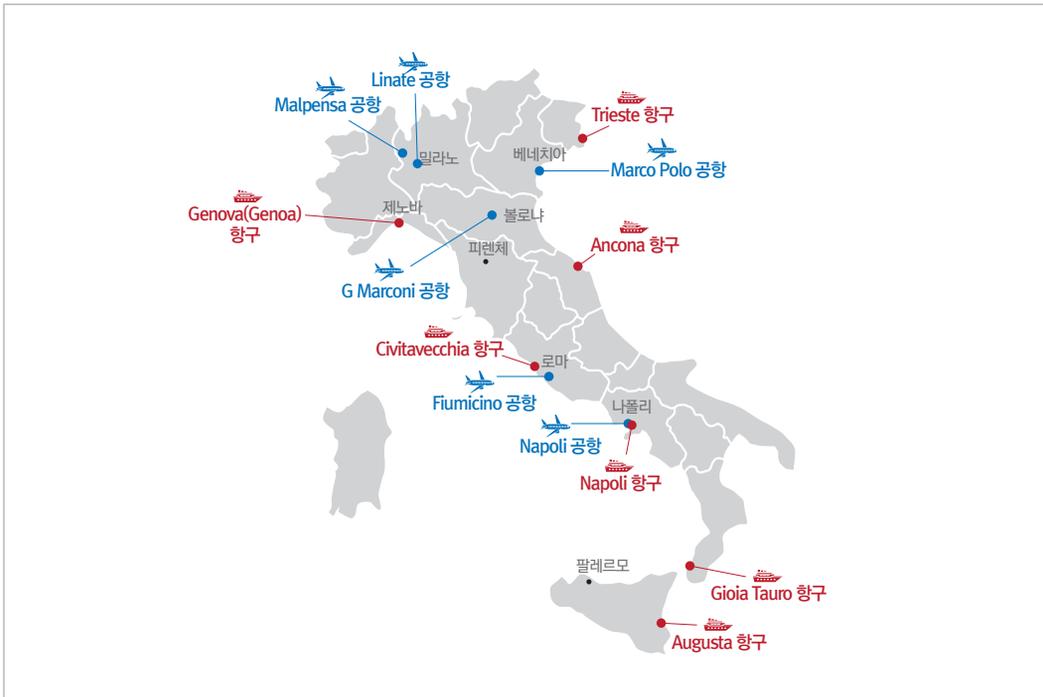
가. 물류 개요

- 국토 3면이 바다인 반도국가로 약 150여 개의 항구가 존재
 - 한국식품의 경우 주로 밀라노 근처의 제노바 항과 로마 근처의 나폴리 항으로 운송된다. 중부지역으로는 치비타베키아 항으로 운송된다.

- 항공운송의 경우 밀라노의 말펜사 공항이 가장 많은 물동량을 처리
 - 항공운송은 해상운송에 비해 물류비가 높기 때문에 주로 신선농산물과 같이 물량이 적고 유통기한이 짧은 신선농산물이 운송된다.

- 광역 물류망의 부족으로 내륙운송비가 비쌌
 - 내륙운송은 7-8개의 물류업체가 안정적으로 운영되고 있으며, 운임의 변동이 거의 없다. 다만, 물류업체는 중소기업이 대부분이고 광역 물류망이 부족하여 운임이 비싸므로 대부분의 수송은 최종 목적지와 가까운 항구 혹은 공항으로 이루어짐으로써 내륙운송비를 최소화하고 있다.

» 주요 공항 및 항구



요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 물류 경로

1) 육상

- 내륙운송은 가격이 비싸기 때문에, 운송시간과 거리를 최대한 줄이기 위하여 목적지와 가까운 항구 및 공항을 통한다.
 - 내륙운송은 7~8개 업체가 안정적으로 운영하여 운임의 변동이 크지 않다.
- 항구 혹은 공항에서 소매점, 수입업체의 창고까지 육로로 운송할 경우 보통 200km 이하 거리의 운임은 1kg 당 약 6~7유로가 책정된다.
 - 200km 이상 거리의 운임은 출발지 및 목적지에 따라 매우 상이하다.

2) 해상

- 7,400km의 해안선을 따라 위치한 약 150개의 항구에서 연간 1,500만 명의 승객과 4억 6,300만 톤의 화물을 수송하고 있다.
- 물동량 기준 국내 5대 항구는 제노바(Genova) 항, 트리에스테(Trieste) 항, 타란토(Taranto) 항, 조이아타우로(Gioia Tauro) 항, 아우구스타(Augusta) 항이다. 특히 Liguria 지역의 제노바 항은 연간 4,245만 3,000톤의 화물을 처리하는데, 이는 이탈리아 전체 항구 물동량의 8.9%에 이르는 비중이다.
 - 북부지역 수송의 경우 제노바 항을, 중부 및 남부지역 수송의 경우 나폴리 항, 치비타베키아 항, 조이아 타우로 항을 거친다.
 - 도착항 선정 시 각 항구의 특성을 고려하기보다는 내륙운송비가 비싸기 때문에 도착지와 가까운 항을 택한다.

» 주요 항구와 물동량(2012)

단위: 천톤, %

항구 이름	지역	물동량	점유율
Genova	Liguria	42,453	8.9
Trieste	Friuli- V. Giulia	42,144	8.8
Taranto	Puglia	35,210	7.4
Gioia Tauro	Calabria	27,399	5.7
Augusta	Sicilia	24,883	5.2

출처: 이탈리아 통계청(ISTAT, www.istat.it) 2015년 공시

□ 전체 운송 소요 시일은 약 23일로 3~4주 소요

- 한국식품의 경우 다수의 물량이 제노바항을 이용한다. 수송에는 약 3주가 소요되는데, 이탈리아의 느린 행정처리 때문에 통관에도 하루 정도 추가로 소요되므로 한 달 정도 여유 시간을 잡고 물품을 운송하는 것이 바람직하다.
 - 운임은 상품의 종류 및 물량에 따라 변동되며, 선사 및 운송사에 따라서도 상이하다.

» 해상 운송 예상 운임

단위: USD

출발항	도착항	20'Feet	40'Feet	선사 및 운송사
부산	제노바	1,300	2,000	APL
부산	나폴리	1,300	2,000	APL

출처: 월드베스트

3) 항공

□ 밀라노와 로마의 공항을 중심으로 전국에 20여개의 국제공항이 유기적으로 연결

- 공항은 밀라노의 말펜사(Malpensa) 공항, 리나테(Linate) 공항, 피렌체의 페레톨라(Peretola) 공항, 베네치아의 마르코폴로(Marco Polo) 공항, 나폴리의 카포디키노(Capodichino) 공항, 팔레르모의 폰타라이시(Punta Raisi) 공항 등이 있다. 대표적인 국제공항은 로마의 피우미치노 공항과 밀라노의 말펜사 공항이다.
 - 항공운송은 연간 9,100만 명의 승객과 75만 톤의 화물을 수송한다.
- 항공운송은 운송비가 비싸기 때문에 주로 가격이 높은 상품, 혹은 유통기한이 짧은 상품(주로 신선농산물) 운송에 이용되고, 가격이 저렴한 품목이나 물량이 많을 경우에는 대부분 해상운송을 이용한다.

» 주요 공항과 물동량(2014)

단위: 천톤

공항	지역	국내 운송	해외 운송	합계
Malpensa	Milano	2,481	427,861	430,342
Fiumicino	Roma	7,835	134,076	141,911
Orio al Serio	Bergamo	8,767	107,182	115,949
Tessera	Venezia	2,442	35,286	37,728
Borgo Panigale	Bologna	3,596	30,091	33,687

출처: 이탈리아 통계청(ISTAT, www.istat.it)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

□ 예상운임

- 한국 출발 - 밀라노 말펜사 공항 도착 시 예상운임은 다음과 같다.
 - 예상운임은 넓이 120cm X 길이 150m X 높이 150cm 팔레트를 기준으로 책정되었다.
 - 항공 운송료는 최소 120kg 기준으로 kg당 12유로가 소요된다.
 - 재포장비는 필요시 화물을 재포장해야 할 경우 발생한다.
 - 산패 가능성이 있는 식품의 경우 창고를 사용하는데, 이때 사용료는 최소 100유로이다.
 - 보험료는 최소 80~100 유로이며 제품 전체 가격의 0.06%까지 책정된다.

» 항공 운송 예상 운임

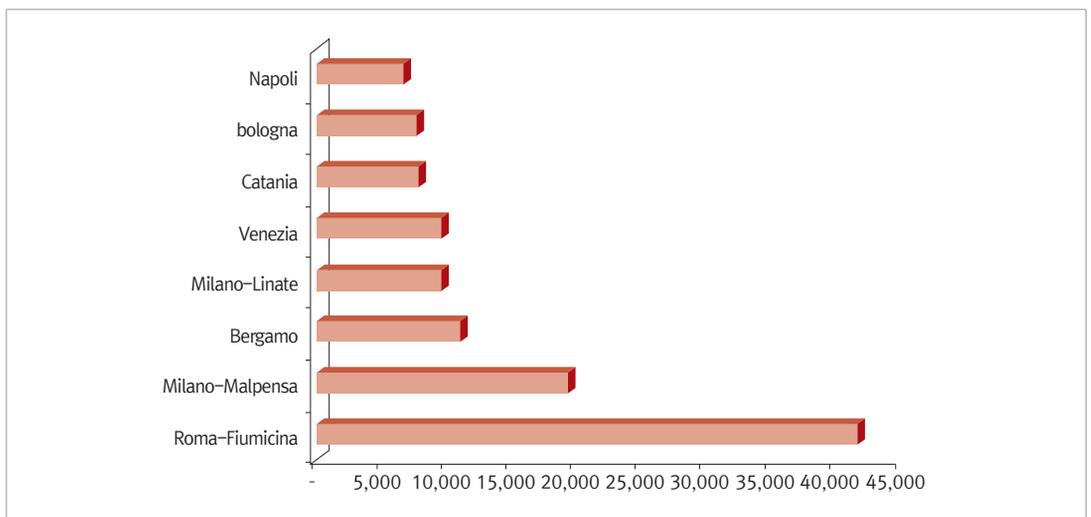
단위: EUR

한국	이탈리아	기준	예상 비용
인천	Malpensa	항공운송료(/kg)	12
		통관료	100~150
		재포장비용	100~150
		한국 내 세관비용	150~200
		통관세	100
		창고료	150
		보험료	80~100

출처: IPF

» 주요 공항 여행자수(2016)

단위: 백만명



출처: Assoaeroporti - The Italian Association of Airport Operators

Part II

| 농식품 시장 동향 |

01. 생산동향
02. 유통동향
03. 소비동향
04. 수출입 동향
05. 식품정책 동향
06. 한국식품 동향



Italy

Part II

농식품 시장 동향

01 | 생산동향

가. 신선농산물

- 이탈리아는 농업이 전체 GDP의 2%를 차지하고, 농산물 수출액 세계 5위의 농업강국으로 잘 알려져 있다.
 - 주요 신선농산물은 계란, 사과, 포도, 오렌지, 복숭아, 소고기, 돼지고기, 닭고기, 아몬드, 콩, 완두콩, 감자, 토마토 등이다.

» 신선농산물 생산량

단위: 톤

구분	2010	2011	2012	2013	2014
곡류	18,502,904	19,521,138	18,594,126	18,214,664	19,368,014
과일류	17,487,626	17,603,446	15,120,423	16,477,625	15,644,509
콩류	176,494	141,996	162,701	143,257	141,922
뿌리작물류	1,566,711	1,557,237	1,491,251	1,278,565	1,372,163
견과류	273,978	306,255	249,835	257,896	219,773
채소류	14,583,995	14,242,316	13,800,700	13,547,700	13,866,474
소고기	1,068,900	1,000,374	957,787	842,122	694,634
돼지고기	1,673,000	1,601,877	1,650,837	1,652,424	1,327,822
닭고기	865,134	889,338	922,352	904,913	919,545

출처: 국제연합식량농업기구(FAO, www.fao.org), 2017년 공시

- 피자, 파스타, 빵 등 밀가루 음식을 주식으로 하며, 밀의 생산은 안정적으로 이루어지고 있다.
 - 그러나 최근에 이탈리아 내에서 건강한 식생활에 대한 관심이 높아지면서 빵, 설탕, 탄산음료 등과 같은 식품군 소비가 줄어들었고 밀 생산량은 2013년을 기점으로 점차 감소하고 있는 추세이다.
- 이탈리아는 유럽 최대의 쌀 생산국으로, 유럽 내 쌀 생산량의 절반 이상의 비중을 차지한다. 2014년에 이어 2015년에도 쌀 생산량은 국내 소비량의 5배 이상을 기록함에 따라 이탈리아산 쌀 수출은 더욱 강세를 보일 것으로 전망된다.

» 밀·쌀 생산량

단위: 톤

구분	2010	2011	2012	2013	2014
밀	6,849,858	6,641,807	7,654,248	7,312,025	7,141,926
쌀	1,516,400	1,490,150	1,601,478	1,433,111	1,386,100

출처: 국제연합식량농업기구(FAO, www.fao.org), 2017년 공시

» 주요 생산물의 생산액

단위: 천 USD

구분		2009	2010	2011	2012	2013
난류	계란	673,879	611,094	626,189	634,483	642,776
	포도	4,711,553	4,451,639	4,255,621	3,326,245	4,578,860
과일류	사과	983,551	932,514	1,019,731	842,154	937,585
	복숭아	921,035	865,979	891,073	724,954	763,158
	오렌지	467,933	462,595	477,335	342,164	330,150
	키위	365,110	339,227	352,018	313,914	365,071
견과류	아몬드	314,750	319,177	309,232	265,189	214,338
콩류	완두콩	629,501	638,354	618,464	530,378	428,675
	콩	314,750	319,177	309,232	265,189	214,338
뿌리작물	감자	295,910	262,966	261,112	269,678	225,741
채소류	토마토	2,541,921	2,226,549	2,198,985	1,896,594	1,822,861

출처: 국제연합식량농업기구(FAO, www.fao.org), 2015년 공시

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 가공식품

- 프랑스에 이어 세계에서 두 번째로 와인을 많이 생산하며, 와인 소비량과 수출량도 세계 2위이다. 포도 생산 면적은 스페인과 프랑스에 이어 3위이다.
 - 이탈리아 사람들에게 와인은 가장 친숙한 술이며 식사 외에도 취미처럼 즐긴다.
 - 북쪽의 피에몬테 지역에서는 강한 맛과 풍부한 탄닌이 특징인 레드와인(Rosso)이 주로 생산되며, 반대로 북동쪽의 롬바르디아 지역에서는 가벼운 맛의 화이트와인(Bianco)이 많이 생산된다. 남부지역에서는 향이 강한 레드와인과 디저트 와인들이 생산된다.

» 와인 · 올리브유 생산량

단위: 톤

구분	2010	2011	2012	2013	2014
올리브유(버진)	526,778	541,760	505,915	463,700	294,914
와인	4,469,318	4,063,165	3,826,531	4,504,412	4,796,600

출처: 국제연합식량농업기구(FAO, www.fao.org), 2017년 공시

» 와인 생산지



출처: Wine Folly: The Essential Guide to Wine

- 협동조합 형태로 이루어진 생산 업체가 많고, 와인 같은 특화된 생산물은 지역 단위의 생산이 많다.

» 주요 식품 생산 업체

단위 : %

순위	생산업체		시장 점유율	업체 정보
1	Barilla Holding SpA		3.7	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 1877년에 설립된 세계 최대의 파스타 생산 기업 · 취급 품목 : 파스타, 소스, 베이커리류 · 특징 : 국내 14개 공장을 포함하여 전 세계 29개의 공장을 보유, 전 세계 파스타 생산량의 10% 이상 생산, 연매출 약 4조원
2	Lactalis, Groupe		2.6	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : Besnier가 소유하고 프랑스 라발에 본사를 둔 다국적 낙농 제품 회사 · 취급 품목 : 낙농 유제품 · 특징 : 세계에서 가장 큰 낙농 제품 그룹, 전 세계 43 개 국가에 229개 생산지를 소유
3	Ferrero Group		2.4	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 1946년에 설립된 가족 기업으로 고급 초콜릿과 각종 제과류를 제조·판매하는 세계적인 제과업체 · 취급 품목 : 초콜릿, 음료 및 제과류 · 특징 : 이탈리아에 본사, 전 세계에 78개의 자회사와 22개의 공장을 운영, 19,600명의 노동자를 고용, 매출액 9,542 백 만 유로
4	Granlatte Società Cooperativa Agricola art		1.6	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 그라나 그룹의 아래에서 조직된 낙농 협동 조합 · 취급 품목 : 우유, 요구르트, 치즈 · 특징 : 이탈리아 내 1,000개 이상의 우유 생산자를 연결하여 신선한 우유를 공급, 낙농 협동조합 공동 브랜드인 'GRANLATTE'를 창립, 621개소의 개별 생산자와 지역 협동조합으로 구성
5	Perfetti Van Melle		1.4	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 2001년에 네덜란드의 반 멜레사와 이탈리아의 퍼페티 그룹의 합병으로 설립 · 취급 품목 : 껌, 사탕 등 스낵류 · 특징 : 세계 3위의 제과회사, 30개의 자회사, 17,000 명 이상을 고용, 세계 159개국에 제품 판매
6	Unilever Group		1.3	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 이탈리아에 본사를 두고 있으며 Lipton, Knorr, Calvé, Algida, Magnum, Carte d' Or 등의 브랜드를 소유 · 취급 품목 : 우유, 디저트, 향신료, 양념, 소스, 옥수수 전분 · 특징 : 2015년 매출액 12억 9천만 유로, 영업 이익률 18.2%, 3,500여 명 고용

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

순위	생산업체		시장 점유율	업체 정보
7	Nestlé SA	 Nestlé Good Food, Good Life	1.2	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 네슬레 이탈리아는 1913년에 설립 · 취급 품목 : 초콜릿 가공식품, 음료, 사료 · 특징 : 밀라노 본사, 이탈리아 전 지역 13개의 공장, 약 3,281여 명 고용
8	Bauli SpA		1.2	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 1992년에 설립된 제과기업 · 취급 품목 : 베이커리류 · 특징 : 이탈리아 내에서 크리스마스와 부활절에 판매되는 축하용 제품의 1/3 이상을 판매, 매출 4억 유로, 1,500여 명 고용
9	Bolton Alimentari S.p.A	 BOLTON GROUP	1.1	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 1951년에 설립된 다국적기업으로 이탈리아에서는 주로 참치 가공품생산 · 취급 품목 : 참치 통조림, 소스 · 특징 : Bolton 그룹의 자회사로 유럽 참치생산 1위기업
10	Mondelez International Inc		1.1	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 유럽 각지에 생산 시설 및 지사를 가진 다국적기업 · 취급 품목 : 비스킷, 초콜릿, 껌, 사탕 · 특징 : 이탈리아가 속한 남유럽에서 3,000여 명 고용

* 2016년도 기준

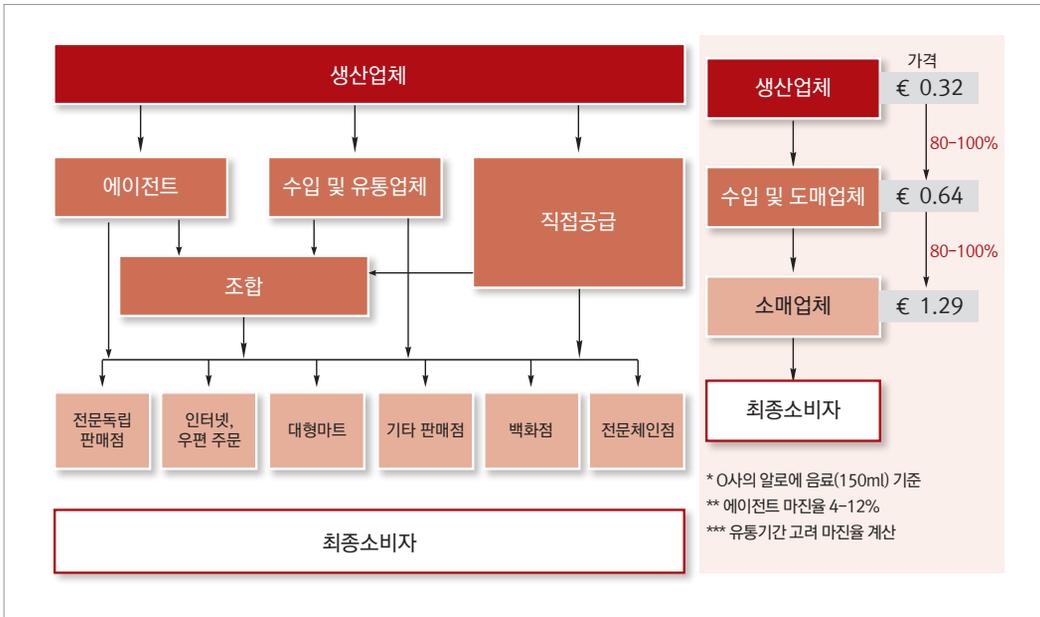
출처 : Euromonitor International(www.euromonitor.com), 각 기업체 홈페이지

02 | 유통동향

가. 유통시장개요

- 전국이 주로 중소도시로 나뉘어 있으므로 시장 구조가 다원화되어 있다. 따라서 소매점포가 도시 중심과 교외 지역에 위치한다. 중부 지역은 편의점과 소형 슈퍼마켓이 결합된 형태의 독립적 할인 판매점이 위치한다.
- 산업구조상 대부분 중소기업으로 이루어져 있어 상품을 대량으로 수입할 수 있는 수입상이 많지 않다.
 - 주로 전문 소매상을 통한 판매 형태를 띠고 각 지역별로 상권이 분화돼 있다. 그러나 최근에는 국제적인 유통구조 변화 추세에 부응해 대형 유통점이 확산되고 있다.
- 보통 도·소매의 경우 각각 80~100%, 에이전트는 4~12%의 마진율을 설정하며, 식품의 경우 유통기한까지 고려하기 때문에 마진율 계산이 매우 복잡하다.

» 유통 구조 및 유통마진율



출처: Federdistribuzione, IPF 인터뷰 재구성

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

나. 주요 유통채널

1) 오프라인 시장

□ 현대적 식품 소매업체와 전통적 식품 소매업체

- 전통적인 소매업체들은 지속적으로 높은 점유율을 유지하고 있다.
 - 현대적 식품업체는 2016 년에 약 3만 개의 매장을 운영하지만, 전통적 식품업체는 22만 개 이상인 것으로 집계된다.
- 소비자들은 전통적 식품업체의 가격이 현대적 식품업체보다 높음에도 불구하고 전통적 식품업체가 개인화된 서비스(단골)를 제공하고, 품질도 더 좋다는 인식을 가지고 있기 때문에 기존의 구매 행태를 유지한다.
 - 전통적 식품 소매업체는 Negozio alimentare(식료품점), Bottega(가게), Tabacchi(담배가게) 등으로 불린다.

» 유통채널별 점포 수

단위: 개소

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016
현대적 식품 소매업체	32,667	31,634	29,993	29,938	30,193	30,286
편의점	16,017	15,123	14,768	14,496	14,435	14,387
할인점	4,626	4,730	4,637	4,830	5,036	5,089
하이퍼마켓	831	820	840	801	843	863
슈퍼마켓	10,231	9,913	8,628	8,659	8,698	8,742
기타	962	1,048	1,120	1,152	1,181	1,205
전통적인 식품 소매업체	243,117	237,875	235,467	230,326	226,858	224,002
식료품 / 주류/ 담배 전문점	122,502	119,525	118,844	116,576	115,860	115,594
독립적인 소형 식료품점	78,343	76,619	75,309	72,779	70,232	67,703
기타 식료품 소매점	42,272	41,731	41,314	40,971	40,766	40,705
총계	275,784	269,509	265,460	260,264	257,051	254,288

출처: "Grocery Retailers in Italy", Euromonitor International, 2016

□ 주요 유통업체 현황

- 2016년 식품 소매업체의 성장률은 1%로서 완만한 성장세를 보였으며, 매출액은 1,288억 달러를 기록했다.
- 주요 식품 유통업체인 Coop Italia는 이탈리아 전체 식품 유통시장에서 10%의 매출을 점유하여 시장을 주도하고, Iper는 최근 밀라노에 유럽 내 최대 규모의 매장을 설립했다. Auchan 및 E.leclerc와 제휴하여 운영하는 Conad와 Selex Gruppo를 제외하면 모두 이탈리아 본토 기업이다.

» 주요 유통업체 현황

구분	업체명	업체정보
대형유통업체		<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 이탈리아 북부 지역을 중심으로 형성된 최초 슈퍼마켓 체인으로 미국식 마트시스템을 최초로 현지에 도입 · 설립 연도 : 1957년 · 매장 수 : 150개소 · 특징 : 연간 매출액 33억 유로의 규모로 이탈리아 16위 기업 <ul style="list-style-type: none"> - Esselunga의 성공요인으로는 2001년부터 온라인 소매사이트를 함께 운영한 점과, 오프라인 지점의 입지가 일반적으로 접근하기 좋은 입지에 위치했다는 점임 - 또한 라이벌인 Coop Italia와 비교했을 때 비교적 높은 가격임에도 불구하고 고객의 충성도를 높이기 위해 회원제를 도입하여 회원을 위한 맞춤형 할인 프로그램을 운영한 전략이 주효
		<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : Finiper 그룹의 슈퍼체인 · 설립 연도 : 1974년 · 매장 수 : 27개소 · 특징 : 연간 매출액 약 20억 유로 규모이며 유럽에서 가장 큰 지점이 이탈리아 밀라노에 위치함 <ul style="list-style-type: none"> - Viaggiator Goloso라는 자국산 프리미엄 PL을 도입함 - 드라이버 서비스¹⁾, 무인 계산기, 온라인 매장 운영 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
		<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 협동조합 형태로 생긴 대형 유통체인 · 설립 연도 : 1962년 · 매장 수 : 2,703개소 · 특징 : 3단계의 독립적인 기업의 협동으로 구성 <ul style="list-style-type: none"> - 연간 매출액 12,236백만 유로의 규모이며, 대리점을 소유한 회원사, 구매 및 유통을 담당하는 협동 조합, 커뮤니케이션 및 마케팅을 담당하는 National Consortium 등이 혼합된 형태

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

1) Drive 서비스 : 온라인으로 물품을 선택·구매 후 픽업할 매장을 지정하여 주문한 물건을 원하는 시간에 찾아갈 수 있도록 한 서비스

구분	업체명	업체정보
대형유통업체	<p>Coop</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개: 이탈리아 최대 대형유통업체로 소비자 협동조합으로 탄생 · 설립 연도: 1974년 · 매장 수: 1,201개소 · 특징: 연간매출액 131억 유로 규모의 현지 대형유통 선두주자로 지난해 밀라노에 미래형 슈퍼마켓을 선보임 <ul style="list-style-type: none"> - Coop Italia는 2007년부터 2016년까지 약 10년 동안 이탈리아 식료품 유통업체 중 매출액 연속 1위를 차지한 이탈리아 최대 유통업체 - Coop Italia는 이탈리아 북동부 및 중부 지역을 중심으로 여러 지역 협동조합으로 구성 됨
	<p>Eurospin</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개: 이탈리아와 슬로베니아에 위치한 현대적 유통업체 · 설립 연도: 1993년 · 매장 수: 1,011개소 · 특징: 연간 4,432 백만 유로의 매출을 올리며 1년 365일 다양한 품질, 저렴한 가격으로 안전하고 신선한 식료품 제공을 목적으로 함
	<p>Auchan Group</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개: Auchan Italia는 프랑스에 본사를 두고 있는 Auchan Group SA의 지사 중 하나, 이탈리아 토리노에 최초의 매장을 개설 하면서 이탈리아에 진출 · 설립 연도: 1989년 · 매장 수: 1,983개소 · 특징: 연간 9,298 백만 유로의 매출을 올리며, 판매 전략은 주로 대형마트와 하이퍼마켓의 확장에 맞춰져 있음
	<p>Selex Gruppo</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개: 1964년에 A&O 매장의 자발적인 협회로 만들어져서 1979년에 Selex Gruppo Commerciale으로 성장 · 설립 연도: 1964년 · 매장 수: 2,658개소 · 특징: 연간 7,314 백만 유로의 매출을 올림 소매업계에만 진출해 있으며, 이탈리아 전역에 걸쳐 할인점, 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓을 운영
고급식품점	<p>Eataly</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개: 고급 국산 식품 유통매장 · 설립 연도: 2004년 · 매장 수: 13개소 · 특징: 이탈리아산 고급 식품만을 전문으로 유통하는 목적으로 설립. 신토불이, 웰빙 트렌드와 맞물리면서 인기몰이, 현재 10여 개국에 성공적으로 진출한 유통업체
	<p>Peck</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개: 고급 식품 전문점 · 설립 연도: 1883년 · 매장 수: 1개소 · 특징: 130년 이상 자국상품의 프리미엄 식품만을 취급, 2014년 한국 롯데백화점에도 입점
	<p>Rinascente</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개: 고급 백화점의 식품관 · 설립 연도: 1865년 · 매장 수: 12개소 · 특징: 밀라노 중심에 위치한 백화점 꼭대기 층에 푸드코트 및 이탈리아산 고급 식품 매장 운영
	<p>Excelsior</p> 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개: Coin 그룹이 운영하는 고급 컨셉 백화점 · 설립 연도: - · 매장 수: 1개소 · 특징: 백화점 지하의 고급 식품 유통매장 운영

구분	업체명	업체정보
한국 식품점	상록수 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : Il Sempreverde에서 운영하는 한인식품점 · 설립 연도 : 2011년 · 특징 : 14~15평, 1,000가지 아이템
	대원식품점 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 이탈리아 밀라노에서 가장 오래된 한국식품점 · 특징 : 2007년부터 약 10년간 운영
중국인 마켓	Aumai 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 이탈리아의 대표적인 Chinese 백화점 · 설립 연도 : 2004년 · 매장 수 : 36개소 · 특징 : 이탈리아 브레시아(Brescia)에 HAO MAI라는 메가스토어 형태로 처음 개점
	Hu Foods 	<ul style="list-style-type: none"> · 업체 소개 : 아시아식품 전문 마트 · 설립 연도 : - · 매장 수 : 1개소 · 특징 : 중국계 식품마트로 한중일 식품을 주로 취급하며 밀라노 차이나타운 내에서 최대 규모 자랑

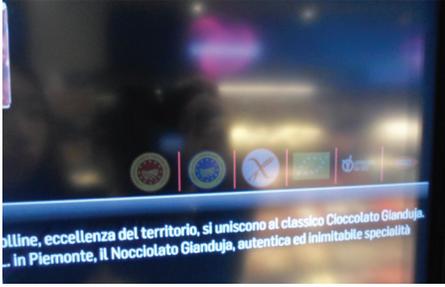
출처 : Euromonitor International (www.euromonitor.com), 각 기업체 홈페이지

□ 대형유통업체의 경우 선진화된 시스템을 도입하여 미래형 유통업체의 모습을 구조화



- 특히, Coop은 몇 개의 지점에서 시험적으로 '미래형 슈퍼 마켓' 컨셉 하에 해당성분에 대한 용량 당 칼로리, 인증, 식품첨가물, 영양성분, 알러지 정보를 제공하고 있다.
- 제공하는 주요 정보는 채소, 육류 등 신선 농산물의 경우 생산자 정보를, 가공 식품의 경우 인증 및 알러지 정보를 제공한다. (좌측 : 신선, 하단 : 가공)





요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

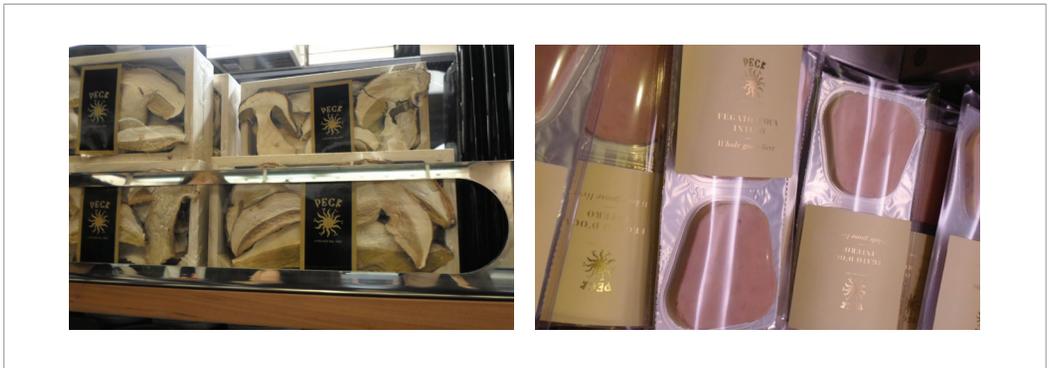
Part V
산표 출원 및 특허 규정

부록

□ Eataly, PECK과 같은 고급식품점은 ‘프리미엄 자국산 식품’ 컨셉

- 고품질·고가격의 고급식품점에는 PDO, PGI, 유기농, Vegan 등 각종 식품 인증을 취득한 프리미엄 자국산 식품을 판매하며, 수입식품은 취급하지 않는다.
 - 다만, 공정무역과 같은 사회적 이슈를 수반하는 일부 수입식품은 판매 중이다.
 - 또한 해당 매장 명을 기재한 포장을 사용하여 ‘매장명=브랜드’화 하였다.

» 고급마켓 PECK에 판매하는 제품



2) 온라인 시장

□ 다른 유럽 국가에 비교하면 상대적으로 온라인 시장의 규모가 작은 편

- 이탈리아는 다른 유럽 국가에 비해 상대적으로 인터넷 브로드밴드의 보급률이 낮다.
 - 전국적 유통망을 갖춘 물류 회사가 부족하기 때문에 현지의 물류비용이 높고, 이는 온라인 시장 성장의 저해요인으로 작용한다.
 - 그러나 이탈리아와 스페인이 유럽 인터넷 인구의 20% 이상을 보유하고 있는 만큼 이탈리아 온라인 시장이 점차 성장할 것으로 예측된다.

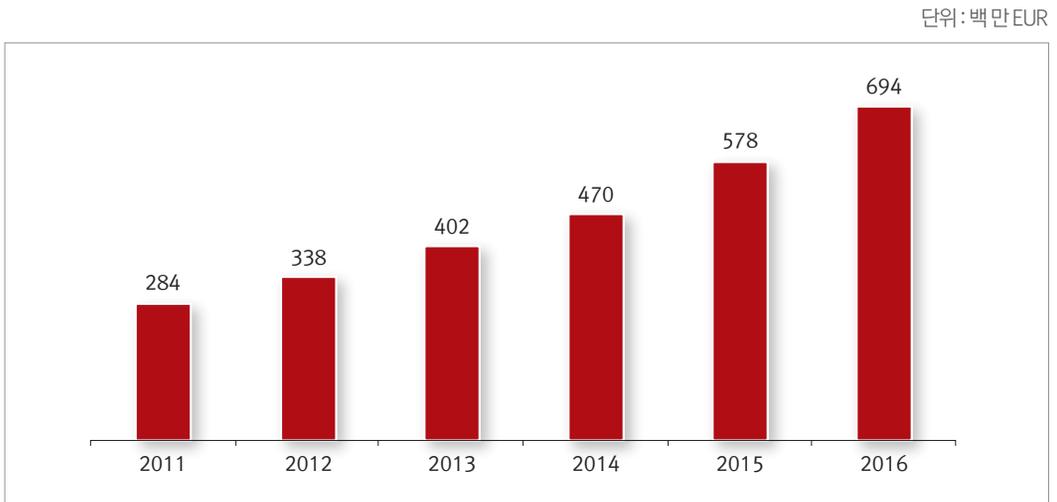
□ 유럽의 경제 위기가 오히려 온라인 시장 성장의 호재로 작용

- 상품 구매 전에 가격을 포함한 다양한 정보를 충분히 탐색하고 신중히 구매하는 소비패턴으로 변하면서 정보의 탐색과 상품 간 비교가 오프라인보다 용이한 온라인 시장이 성장했다.
- 소비자들의 온라인 식품 업체에 대한 신뢰가 높아지고, 리더 기업들의 구조적 투자 증대를 통한 업체 간 협력사업으로 취급제품이 다양해지면서 온라인 시장 중 특히 식품 분야는 2015년 대비 27% 성장함과

동시에 전체 온라인 시장 매출의 3%의 비중을 차지하는 등 매년 성장세를 유지하고 있다.

- 대표적인 온라인 식품 판매 플랫폼은 다국적 기업인 아마존의 이탈리아 식품관과 Coop, Iper 등 각종 대형 유통업체에서 운영하고 있는 온라인 식품점이 있다.

» 온라인 식품 시장 성장 규모



*주: 소수점 이하는 절사

출처: Euromonitor International (www.euromonitor.com)

다. 농식품 판매 현황

1) 신선농산물

- 버섯의 경우 이탈리아인들이 많이 섭취하며, 중국산 버섯이 한국산 버섯의 3분의 1 가격으로 수입되고 있다.
- 사과에 일본의 후지사과 종자(부사)가 인기가 있다. 유럽은 과일 크기가 한손에 들어오는 것을 선호하는 문화가 있는데, 후지사과의 크기가 그에 맞고, 또한 이탈리아의 기후환경이 생육에 적합하여 맛이 좋기 때문이다.
- 배는 중국산 나시배가 인기가 있으며, 현지산의 비수확기인 4~5월경에는 남미 배가 수입되어 틈새시장을 확보하고 있다.
- 밤은 스페인산 밤을 선호하며 길거리에서 흔하게 ‘구운 밤’을 판매한다.
- 쌀은 자국산 보호 정책으로 높은 세금을 부과하며, 찰진 쌀의 수요가 적다. 또한 한국산 쌀은 수분 유지 문제로 수입이 어렵다.

- 요약
- Part I 국가 일반 현황
- Part II 농식품시장 동향
- Part III 수입통관 제도
- Part IV 식품 위생 제도
- Part V 상표 출원 및 특허 규정
- 부록

» 현지·수입 신선농산물

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처: lper 제품명: 배(아바테) 가격: 2.68 EUR/kg		판매처: lper 제품명: 파프리카 가격: 2.95 EUR/kg
	판매처: lper 제품명: 버섯(피오피니) 가격: 3.58 EUR/kg		판매처: Esselunga 제품명: 무(Dayton) 가격: 1.58 EUR/kg
	판매처: lper 제품명: 포도 가격: 5.00 EUR/kg		판매처: lper 제품명: 사과(부사) 가격: 1.98 EUR/kg
	판매처: Pam 제품명: 배(윌리엄스) 원산지: Argentina 가격: 2.99 EUR/kg		판매처: lper 제품명: 복숭아 원산지: Spain 가격: 4.29 EUR/kg
	판매처: Esselunga 제품명: 파프리카 원산지: Spain 가격: 2.45 EUR/kg		판매처: Carrefour 제품명: 마른 버섯 원산지: China 가격: 45.00 EUR/kg
	판매처: lper 제품명: 딸기 원산지: Morocco 가격: 3.45 EUR/kg		판매처: 노점상 제품명: 밤 원산지: Portugal 가격: 12.00 EUR/kg

* 현지 신선농산물(6): 배, 파프리카, 버섯, 무, 포도, 사과

** 수입 신선농산물(6): 배, 복숭아, 파프리카, 마른 버섯, 딸기, 밤

*** 환율 정보(2016) 1 유로(EUR): 1,258.63원

2) 가공식품

- 가공식품의 경우, 원산지 보호 · 유기농 · 글루텐 프리 인증 등 소비자가 선호하는 인증이 부착된 식품과 PL 상품, 통곡물, 저당식품, 생과일 주스 등 건강에 이로운 식품이 인기 상품이다.

» 가공식품

구분	판매 정보	구분	판매 정보
파스타			
	판매처 : Eataly 제품명 : Pennone Grano Saraceno 원산지 : Italy 가격 : 2.98 EUR		판매처 : Eataly 제품명 : Farfalle Novo Paglia Fien 원산지 : Italy 가격 : 2.98 EUR
쌀 · 쌀 가공품			
	판매처 : Eataly 제품명 : 카르나롤리 쌀 원산지 : Italy, 카르나롤리 가격 : 4.30 EUR		판매처 : Iper 제품명 : Risette 원산지 : Italy 가격 : 1.80 EUR
잼(Jam)			
	판매처 : Exelsior 제품명 : Ananas 잼 원산지 : Italy 가격 : 11.50 EUR		판매처 : Exelsior 제품명 : Ananas 잼 원산지 : Italy 가격 : 16.50 EUR
통곡물 바(Bar) · 빵류			
	판매처 : Eataly 제품명 : Nature 통곡물 바 원산지 : Italy 가격 : 1.98 EUR		판매처 : Exelsior 제품명 : Toast for Cheese 원산지 : England 가격 : 6.50 EUR
생과일 주스 · 음료			
	판매처 : Exelsior 제품명 : Succo di Arancia 원산지 : France 가격 : 3.70 EUR		판매처 : Esselunga 제품명 : Equilibrio Bevanda vegetale 원산지 : Austria 가격 : 1.99 EUR

* 환율 정보(2016) 1 유로(EUR) : 1,258.63원

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

가. 소비시장 개요

1) 신선농산물 시장

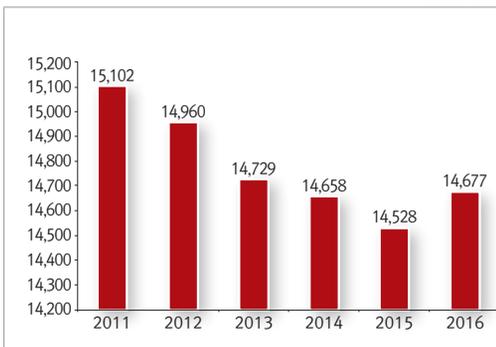
- 2011년부터 시작된 마이너스 성장에서 탈피하여 경제가 안정을 찾으면서 신선농산물의 판매도 증가했다.
 - 이탈리아 요리에서 과일과 채소 등 신선농산물은 핵심적인 역할을 하며, 또한 소비자들은 가공식품보다 신선농산물을 상당히 선호한다.

2) 가공식품 시장

- 현자산 식품에 대한 관심이 증가하면서 가공식품 판매량이 줄어들고 있다.
 - 소비자들은 이탈리아에서 수확한 재료로 만들어진 현지 식품을 선호한다.
 - 올리브 오일, 토마토, 파스타, 생선 등 지중해식 식품 생산에 사용되는 대부분의 원재료가 이탈리아 내에서 생산되고, 소비자들은 PDO마크²⁾가 부착된 식품을 선호한다.
- 건강에 대한 관심이 가공식품 소비 감소로 이어지고 있다. 소비자의 건강에 관한 인식은 단순히 건강한 식품을 추구하는 수준에서 벗어나 몸에 해를 끼칠 수 있는 모든 제품과 성분을 피하는 것으로 바뀌고 있다.
 - 일부 소비자는 셀리악 병과 관련이 없더라도 글루텐을 피하기 시작했으며 다른 소비자는 비만으로 이어질 것이라 생각하여 케이크 소비를 줄이고 있다.

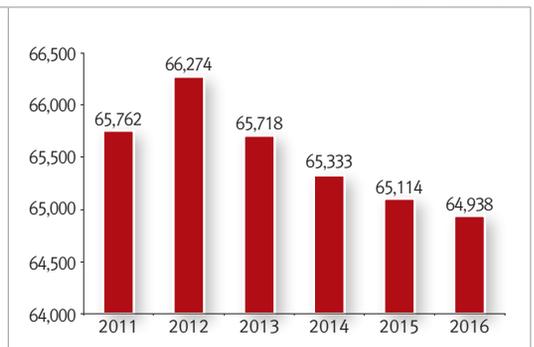
» 신선농산물 시장 규모

단위: 천톤



» 가공식품 시장 규모

단위: 백만 EUR



* 주: 소수점 이하는 절사

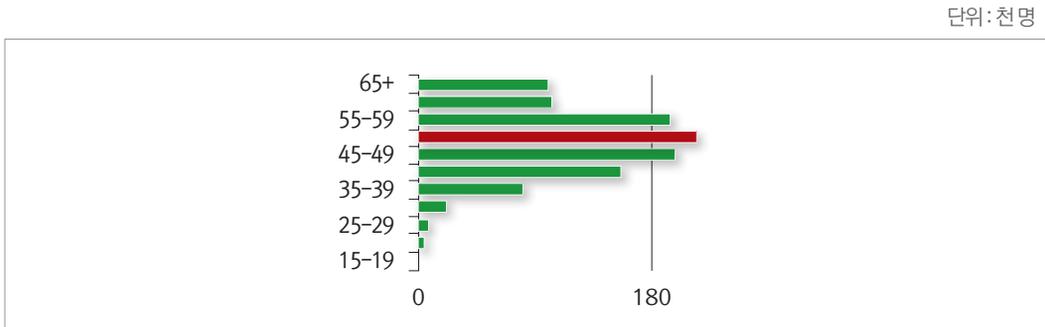
출처: Euromonitor International (www.euromonitor.com)

2) PDO(Protected Designation of Origin, 원산지 명칭 보호제)는 결과물(상품)이 나올 때까지 농산물의 생산부터 가공까지의 모든 과정이 그 지역 내에서 일어난다는 것을 보증하는 것이다.

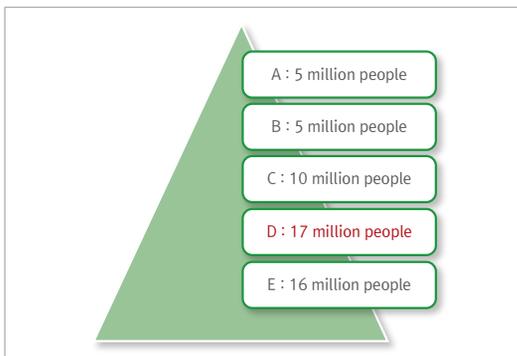
3) 소득 구조

- 2015년 기준 50~54세 연령층의 평균 소득이 가장 높았다. 또한 연소득이 15만 달러 이상인 인구도 50~54세 연령층이 제일 많았다.
- 소득수준이 높은 순으로 A-E그룹을 분류하면, 소득수준이 두 번째로 낮은 D그룹이 1,700만 명으로 가장 많고, 이 가운데 밀레니얼 세대의 비중이 가장 높다.

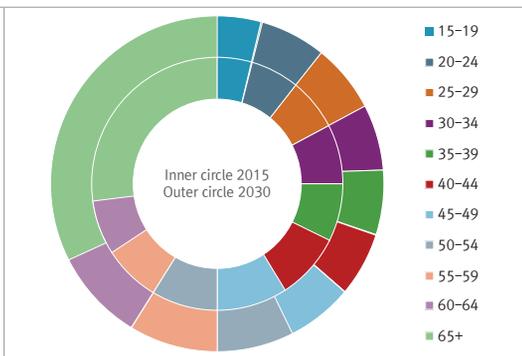
» 연 총소득이 15만 달러 이상인 인구



» 소득별 사회계급 구성



» D그룹의 연령별 구성



출처: "Income and Expenditure: Italy", Euromonitor International, 2016

- 밀레니얼(Millennials) 세대란 1982~2000년 사이에 출생한 신세대로 전 세대에 비해 개인적인 성향을 보이고 소셜 네트워킹 서비스(SNS)에 익숙하다.
 - 밀레니얼 세대는 이전 세대보다 소비성향이 강하고, 가격과 품질 사이의 합리성을 중시하는 소비성향을 가진다.
 - 밀레니얼 세대가 주 소비층으로 대두되면서 밀레니얼 세대를 분석하여 대상화하는 업체가 증가하고 있다.
- 밀레니얼 세대는 이전 세대에 비해 외국 문화에 개방적이고 호기심이 많아 에스닉 푸드를 소비하는 주 소비층이다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 소비 트렌드

‘건강한’ 음식, ‘건강에 좋은’ 음식 등 건강과 관련된 식품 선호도가 높다. 소비자들은 Prodotto in Italia의 아이덴티티가 강하고 자국산 식품을 건강하고 고품질인 식품으로써 인식하는 경향이 있으며 보수적인 식품 소비 성향을 보인다.

할인유통 채널을 통한 PL(PB, 자사 브랜드) 제품 등 저가형 소비 행태가 지속적으로 확산되고 있으며 유기농 제품, 프리미엄 제품의 소비시장 또한 확대되며 양극화된 소비 양상을 보인다.

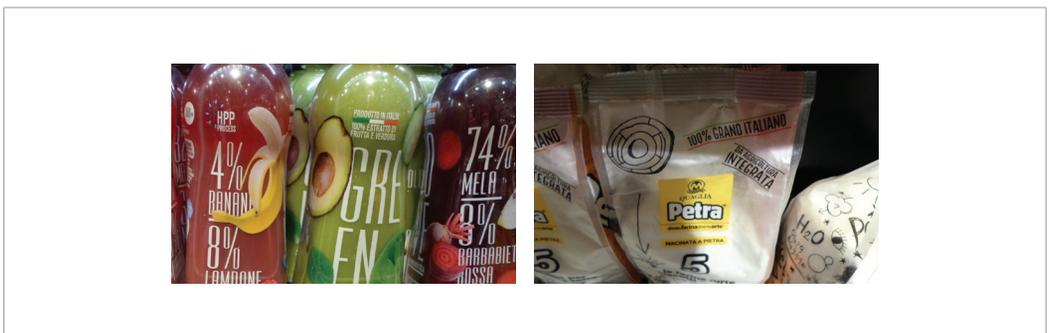
1) ‘PRODOTTO IN ITALIA’ 선호

- 소비자는 ‘자국산’ 생산, 가공, 판매에 대한 자긍심이 매우 높으므로 이것이 구매동기로 작용한다. 이는 소비자들의 보수적인 성향을 나타낸다.
 - ‘자국산’이라는 의미의 ‘PRODOTTO IN ITALIA’라는 문구와 이탈리아 국기를 뜻하는 도안을 내세운 상품의 소비자 선호도가 높다.
- 이탈리아농민 협의회인 Coldiretti에 따르면 이탈리아인 3명 중 2명(68%)은 유기농 식품에 ‘PRODOTTO IN ITALIA’ 라벨이 붙으면 더 적극적으로 구매할 것이라고 응답했다고 한다.

» 고급마켓 Eataly에서 자국산임을 강조하는 안내판



» 고급마켓 Eataly에서 자국산임을 강조하는 국기마크



2) '건강·웰빙' 선호

- 이탈리아인들의 식사는 웰빙·건강식으로 이루어진다.
 - 피자과 파스타, 달콤한 디저트 위주의 식단에서, 지방과 오일은 줄이고 설탕 대신 감미료를 사용하는 통곡물, 콩류, 쌀 위주의 식단으로, 건강한 식생활을 추구한다.
 - 소화가 잘되는 우유, 비타민과 미네랄이 풍부한 제품, 글루텐프리 제품 등 건강에 이로운 식품을 선호한다.
- 2015년 2월부터 1년간 웰빙·건강식품은 판매량 기준으로 9.8%, 매출액 기준으로 11%로 대폭 성장하여 총 매출액 17억 유로를 기록했다.
 - 반면, 식품시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 파스타, 우유, 오일, 커피 등의 기본식품류와 밀가루, 계란 등의 기본 식재료는 판매량과 매출액에서 모두 하락세를 보인다.³⁾

» 통곡물, 유기농·비건 인증 제품



3) PL(Private Label) 제품 등 저가형 소비의 증가

- Private Label(PL)이란 유통업체가 제조업체에 주문하여 생산한 상품에 자사의 상표를 붙여 판매하는 자체개발상품으로, PB(Private Brand)상품이라고도 한다.
 - 이탈리아 PL 제품의 비중은 타 유럽 국가에 비해 작지만, 경기침체에 소비자들 사이에서 경쟁력 있는 가격에 양질의 상품을 찾으면서 판매량이 급증하는 등 소비자의 PL 제품 수용도는 높다.
- 식품 소매 부문에서 자사 브랜드(PL)가 차지하는 매출액 비중은 2014년 기준 17.6%로 전년 대비 약 0.2% 근소하게 증가했다.
 - 이탈리아 내에서 PL의 비중이 점점 증가하고 있으나 타 유럽 국가에 비하면 차이가 난다. 스위스에서는 식품 소매업 중 PL의 매출액 비중이 44.5%인 데 비해 이탈리아는 17.6%에 불과하다.⁴⁾
- Coop 및 Iper와 같은 소매 업체는 프리미엄 전용 PL 라인인 Fior Fiore 및 Viaggiator Goloso 같은 새로운 프리미엄 매장 개념을 도입하고 있다.

3) 출처 : 이탈리아 일간지 il sole 24 ore

4) 출처 : METRO RETAIL COMPENDIUM 2015/2016

» 대형유통업체 내 PL 제품



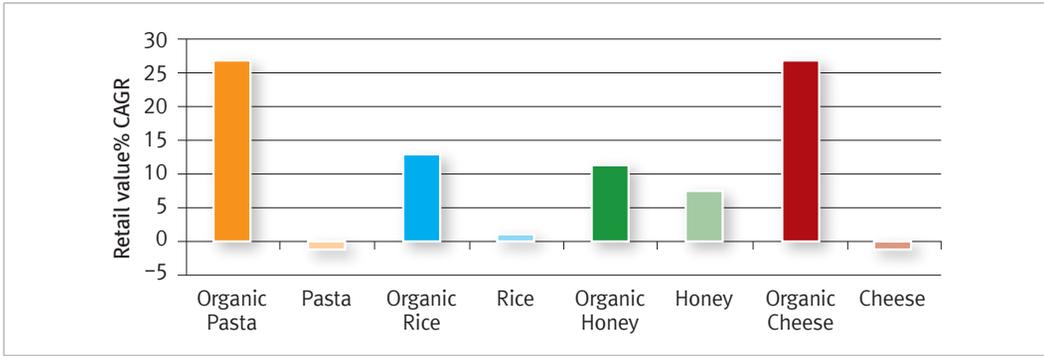
» 대형유통업체의 PL라인

Coop Italia	CONAD	Esselunga SpA	Carrefour Italia	Gruppo Végé
				

4) 유기농 식품과 프리미엄 제품 등 고가형 소비의 증가

- 유기농 식품과 프리미엄 제품 시장은 역동적으로 성장하고 있다.
 - 장기적인 경제 불황 이후 이탈리아 소비 패턴은 소비 빈도를 줄이는 대신 질을 높이는 식으로 변화했다.
 - 또한 많은 소비자들이 건강의 가치를 높이 평가하면서 고기 소비를 줄이고 채식 위주 소비로 전환하고 있다.
- 이탈리아 농민 협회인 Anabio에 따르면 소비자들은 동일한 식품군이라도 유기농 식품군이 더 건강하고 환경 친화적이라고 인식하기 때문에 유기농 제품에 평균 15% 더 높은 가격을 지불할 의사가 있다고 응답했다.
- 이탈리아의 유기농 식품 시장은 2010년에서 2015년 사이에 유럽에서 터키 다음으로 높은 12.3%의 연평균 성장률을 기록했다.
 - 특히 가장 성장률이 가장 높은 품목은 유기농 파스타와 쌀, 꿀, 치즈였다.
 - 일반 파스타는 지난 6년 동안 매출액의 연평균 성장률이 1% 감소했지만 유기농 파스타는 동기간에 연평균 성장률이 27% 증가했다.

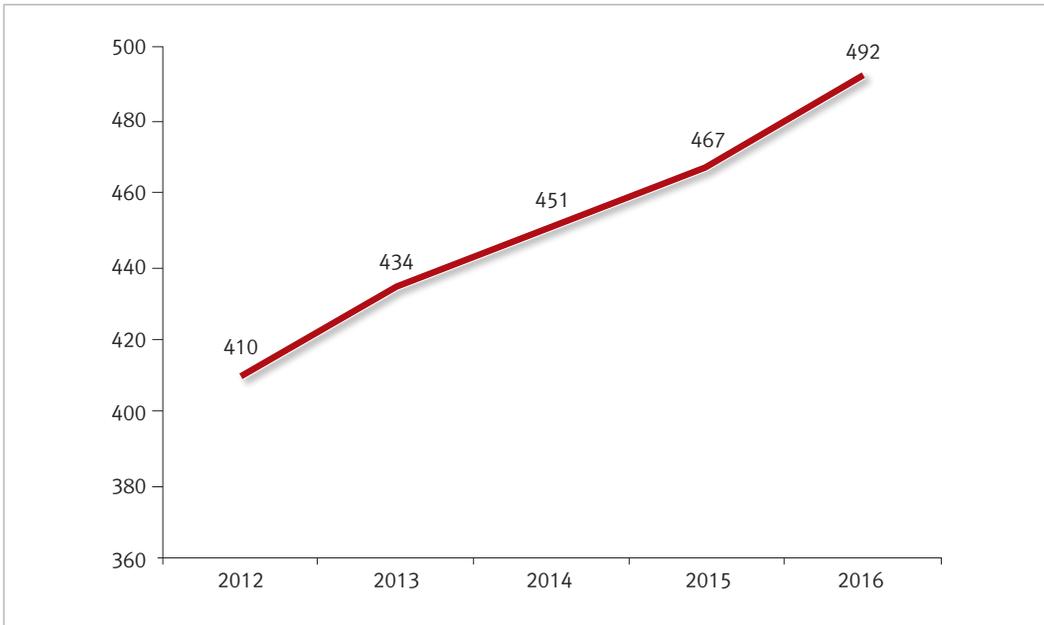
» 유기농 식품군과 일반 식품군의 연평균 성장률 비교



출처: "Organic Food Sales on the Rise in Italy", Euromonitor International, 2015

» 유기농 신선농산물 시장 성장 규모

단위: 천톤



* 주: 소수점 이하는 절사

출처: Euromonitor International(www.euromonitor.com)

» 유기농 인증 부착 식품

구분	판매 정보	구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처: Iper 제품명: Biscotti(빵) 원산지: Italy		판매처: Eataly 제품명: Riso thay rosso(쌀) 원산지: Thailand		판매처: Eataly 제품명: Bio Break (통곡물바) 원산지: Italy

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

04 | 수출입 동향

가. 농식품 수출입 현황

1) 수출입 개요

- 2016년 농식품 교역 규모는 약 830억 달러로 전년 819억 달러보다 약 11억 달러 증가하였다. 이는 대 신흥경제국 수출 증대에 힘입은 바가 크다.
- 수출입 대상국은 주로 EU국가에 집중돼 있으며 그 가운데 독일·프랑스의 비중이 각각 13.1%, 11.2%로 높은 편이다.⁵⁾
 - EU역외국으로는 미국이 전통적으로 이탈리아 제품의 수요가 높은 시장이며, 최근 중국이 EU국가와의 교역에서 많은 부분을 차지하고 있어서 신흥시장으로 떠오르고 있다.

» 농식품 수출입 현황

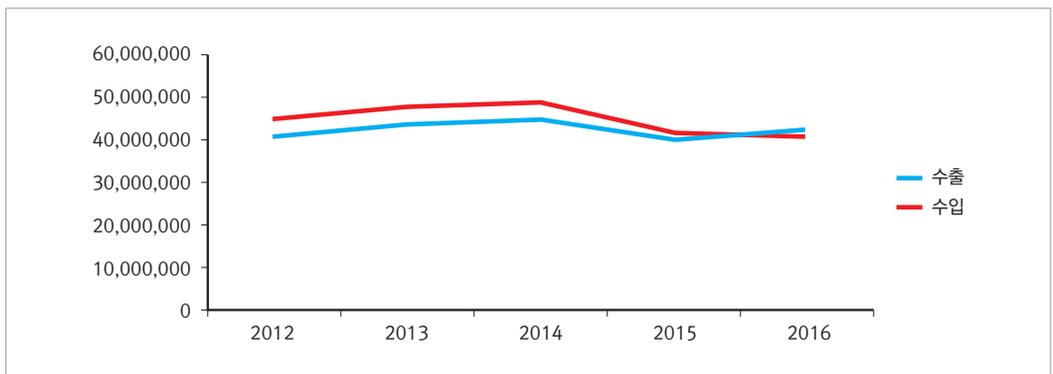
단위: 천 USD

구분	2012	2013	2014	2015	2016
수출	40,421,492	43,778,887	44,909,298	40,357,050	42,003,606
수입	44,842,238	47,602,670	48,762,895	41,634,182	41,093,091
무역수지	△4,420,746	△3,823,783	△3,853,597	△1,277,132	910,515

출처: 세계무역센터(ITC, www.intracen.org)

» 농식품 수출입 현황

단위: 천 USD



출처: 세계무역센터(ITC, www.intracen.org)

5) 7 page 주요 수출입 상위 10개 국가 참조

2) 농식품 수출입 동향

가) 농식품 수출 동향

- 세계무역센터(ITC)의 통계에 의하면, 음료·주류·식초, 곡물·곡분의 주제품과 빵류, 과실과 견과류를 가장 많이 수출하는 것으로 나타났다.
 - 세계 2위의 와인 수출국이며 HS 코드에 와인이 포함되는 음료·주류·식초는 이탈리아 1위 수출 품목이다.
 - 또한 세계 최대 파스타 수출국으로 2015년에 약 26억 달러를 수출했다. 이는 2위 중국(약 8억 2천만 달러)의 약 3배 규모이다. 파스타를 포함하는 곡물, 곡분의 주 제품과 빵류는 수출품목 2위 품목이다.

» 연도별 농식품 수출액 순위(HS Code 2단위)

단위: 천 USD

순위	HS Code	품목명	2012	2013	2014	2015	2016
		합계	40,421,492	43,778,887	44,909,298	40,357,050	42,003,606
1	22	음료, 주류, 식초	8,408,002	9,385,505	9,525,351	8,496,086	8,796,854
2	19	곡물, 곡분의 주 제품과 빵류	4,807,306	5,148,750	5,357,470	4,839,087	4,917,293
3	08	과실과 견과류	3,841,174	4,069,340	4,107,799	3,790,989	3,924,167
4	20	채소, 과실의 조제품	3,661,203	3,892,082	3,981,449	3,485,460	3,524,474
5	04	기타 식물성 생산품	2,958,632	3,246,745	3,405,346	2,952,740	3,101,416
6	15	동식물성 유지	2,267,003	2,531,660	2,467,281	2,224,955	2,375,523
7	02	육과 식용 설육	2,403,031	2,446,754	2,527,071	2,251,476	2,345,437
8	21	기타의 조제 식료품	1,880,422	2,055,907	2,283,560	2,031,975	2,198,425
9	18	코코아, 초콜릿 및 그 가공품	1,672,138	1,674,297	1,791,561	1,640,932	1,698,841
10	07	채소	1,582,605	1,792,894	1,718,943	1,557,990	1,679,814

출처: 국제무역센터(ITC: International Trade Centre)(www.intracen.org)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

◦ 신선농산물 주요 수출 대상국가(2016)

» 육과 식용 설육

단위: 천USD

순위	수출국	수출액
1	독일	490,457
2	프랑스	316,795
3	영국	177,200
4	오스트리아	107,598
5	네덜란드	105,111

» 채소

단위: 천USD

순위	수출국	수출액
1	독일	532,336
2	프랑스	169,201
3	오스트리아	157,009
4	영국	116,927
5	스위스	95,857

» 과실과 견과류

단위: 천USD

순위	수출국	수출액
1	독일	1,162,402
2	프랑스	388,251
3	스페인	209,519
4	영국	200,036
5	오스트리아	192,082

» 낙농품, 조란, 천연꿀

단위: 천USD

순위	수출국	수출액
1	프랑스	567,796
2	독일	521,456
3	미국	325,442
4	영국	261,938
5	네덜란드	154,772

출처: 국제무역센터(ITC: International Trade Centre)(www.intracen.org)

◦ 가공식품 주요 수출 대상국가(2016)

» 음료, 주류, 식초

단위: 천USD

순위	수출국	수출액
1	미국	1,996,433
2	독일	1,457,196
3	영국	1,080,766
4	스위스	520,482
5	프랑스	454,824

» 곡물, 곡분의 주 제품과 빵류

단위: 천USD

순위	수출국	수출액
1	독일	744,422
2	프랑스	699,316
3	영국	543,627
4	미국	475,004
5	스페인	214,551

» 코코아, 초콜릿 및 그 가공품

단위: 천USD

순위	수출국	수출액
1	프랑스	293,768
2	독일	139,238
3	영국	109,998
4	네덜란드	76,611
5	벨기에	76,513

» 채소, 과실의 조제품

단위: 천USD

순위	수출국	수출액
1	독일	705,780
2	영국	466,821
3	프랑스	415,716
4	미국	217,098
5	네덜란드	165,318

출처: 국제무역센터(ITC: International Trade Centre)(www.intracen.org)

나) 농식품 수입 동향

- HS 코드 2단위로는 육과 식용 설육, 기타 식물성 생산품, 낙농품·조란·천연꿀, 과실과 견과류가 이탈리아로 가장 많이 수입된다.

» 연도별 농식품 수입액 순위(HS Code 2단위)

단위: 천 USD

순위	HS Code	품목명	2012	2013	2014	2015	2016
		합계	44,842,238	47,602,670	48,762,895	41,634,182	41,093,091
1	02	육과 식용 설육	5,882,110	6,111,564	6,094,263	4,928,711	4,719,128
2	15	기타 식물성 생산품	3,815,082	4,121,189	4,797,070	4,329,223	4,177,744
3	04	낙농품·조란·천연꿀	4,624,260	5,380,862	5,309,654	3,932,605	3,663,073
4	08	과실과 견과류	2,822,354	3,279,466	3,545,445	3,487,482	3,400,766
5	10	곡물	3,205,838	3,648,386	3,996,181	3,172,493	3,055,044
6	24	담배	2,817,044	2,724,376	2,466,618	2,099,850	2,328,116
7	23	조제 사료	2,381,880	2,591,860	2,803,903	2,349,466	2,095,105
8	09	커피, 차, 향신료	2,069,037	1,828,112	1,903,703	1,971,820	1,885,170
9	22	음료, 주류, 식초	2,005,744	2,008,222	1,916,828	1,760,072	1,775,275
10	07	채소	1,695,894	1,905,198	1,841,026	1,682,099	1,673,524
11	01	산동물	1,993,322	1,904,077	1,904,875	1,529,195	1,578,000
12	16	육·어류 조제품	1,667,379	1,791,739	1,831,756	1,551,717	1,567,863
13	19	곡물·곡분의 주제품과 빵류	1,547,032	1,657,958	1,712,453	1,489,232	1,538,302
14	12	채유용 종자, 인삼	1,418,047	1,629,953	1,568,910	1,156,234	1,369,401
15	20	채소·과실의 조제품	1,312,416	1,383,849	1,487,130	1,317,432	1,311,220
16	18	코코아, 초콜릿 및 그 가공품	1,141,762	1,144,622	1,288,752	1,228,402	1,269,315
17	21	기타 조제식료품	1,122,289	1,220,655	1,300,152	1,150,542	1,228,139
18	17	당류 설탕과자	1,755,911	1,695,042	1,410,909	979,483	1,149,926
19	06	산수목·꽃	682,766	655,861	662,922	576,768	580,014
20	11	곡물의 분과 조분말가루 전분	311,878	322,604	312,807	276,849	291,521
21	05	기타 동물성 생산품	292,776	301,047	316,330	241,494	220,443
22	13	식물성 엑스	238,595	234,658	229,003	196,618	191,440
23	14	동식물성 유지	38,822	61,370	62,205	31,327	24,562

출처: 국제무역센터(ITC: International Trade Centre)(www.intracen.org)

요약
Part I 국가 일반 현황
Part II 농식품시장 동향
Part III 수입통관 제도
Part IV 식품 위생 제도
Part V 상표 출원 및 특허 규정
부록

» 연도별 농식품 수입액 순위(HS Code 6단위)

단위: 천 USD

순위	HS Code	품목명	2012	2013	2014	2015	2016
		합계	44,842,238	47,602,670	48,762,895	41,634,182	41,093,091
1	240220	담배를 포함한 시가렛	2,624,273	2,490,362	2,257,237	1,921,197	2,063,085
2	150910	버진 엑스트라 올리브오일	1,331,267	1,475,200	1,792,785	1,869,156	1,779,863
3	090111	커피(카페인 포함)	1,666,905	1,413,123	1,447,211	1,546,255	1,421,692
4	020312	돼지고기 (신선냉장)	1,328,603	1,459,932	1,456,910	1,080,227	1,045,858
5	010229	기타 소	1,287,056	1,267,900	1,227,158	978,651	1,002,023
6	100199	기타 밀과 메슬린	1,236,399	1,154,041	1,177,835	995,986	975,638
7	040690	그 밖의 치즈	1,191,035	1,348,667	1,303,913	963,002	941,452
8	020120	소고기 (신선냉장, 뼈있는 것)	1,227,884	1,221,898	1,207,936	1,000,908	940,974
9	100590	기타 옥수수	745,031	1,136,672	1,041,858	683,241	811,554
10	230400	오일케이크와 고체 형태의 유박	925,135	962,999	1,104,003	938,797	765,485
11	100119	기타 밀	540,648	632,541	1,053,232	925,442	695,949
12	170199	기타 당류(고체)	1,228,850	1,115,324	885,287	515,158	691,824
13	210690	기타 조제 식료품	533,356	602,160	664,025	611,829	656,170
14	160414	다랑어, 가다랑어 및 버나토우	748,878	815,371	805,728	621,198	639,192
15	040610	치즈와 커드(신선)	705,121	868,006	902,187	650,625	635,758
16	151190	기타 팜유와 분획물	378,276	537,454	837,664	622,127	605,815
17	220300	맥주	629,186	645,634	652,087	599,582	594,421
18	020130	소고기 (신선냉장, 뼈없는 것)	597,986	594,869	652,804	597,542	572,324
19	120190	기타 대두 (파쇄여부불문)	650,941	801,353	760,482	428,194	571,978
20	230910	개나 고양이용 사료	587,586	623,794	675,802	585,090	561,072

출처: 국제무역센터(ITC : International Trade Centre)(www.intracen.org)

- 버진 엑스트라 올리브 오일의 최대 수입국이다.
- 또한 커피, 신선 냉장 돼지고기, 신선 냉장 뼈 있는 소고기 등을 많이 수입한다.

○ 신선 농산물 주요 수입 대상국가(2016)

» 육과 식용 설육

단위: 천USD

순위	수입국	수입액
1	독일	1,002,722
2	네덜란드	681,726
3	프랑스	626,474
4	스페인	500,994
5	폴란드	466,535

» 곡물

단위: 천USD

순위	수입국	수입액
1	프랑스	413,501
2	캐나다	371,774
3	헝가리	361,448
4	우크라이나	314,072
5	오스트리아	231,284

» 과실과 견과류

단위: 천USD

순위	수입국	수입액
1	스페인	616,301
2	터키	411,033
3	미국	311,664
4	코스타리카	260,626
5	프랑스	191,831

» 낙농품, 조란, 천연꿀

단위: 천USD

순위	수입국	수입액
1	독일	1,327,197
2	프랑스	629,274
3	벨기에	260,050
4	오스트리아	240,797
5	네덜란드	213,216

출처: 국제무역센터(ITC: International Trade Centre)(www.intracen.org)

○ 가공식품 주요 수입 대상국가(2016)

» 음료, 주류, 식초

단위: 천USD

순위	수입국	수입액
1	독일	353,722
2	프랑스	330,576
3	영국	156,408
4	네덜란드	140,522
5	벨기에	111,312

» 곡물, 곡분의 주 제품과 빵류

단위: 천USD

순위	수입국	수입액
1	독일	388,091
2	프랑스	337,046
3	오스트리아	157,580
4	스페인	132,237
5	폴란드	129,737

» 커피, 차, 향신료

단위: 천USD

순위	수입국	수입액
1	브라질	512,589
2	베트남	252,369
3	프랑스	178,397
4	인도	173,245
5	우간다	83,624

» 채소, 과실의 조제품

단위: 천USD

순위	수입국	수입액
1	프랑스	186,339
2	스페인	185,385
3	네덜란드	176,275
4	독일	173,379
5	벨기에	85,931

출처: 국제무역센터(ITC: International Trade Centre)(www.intracen.org)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

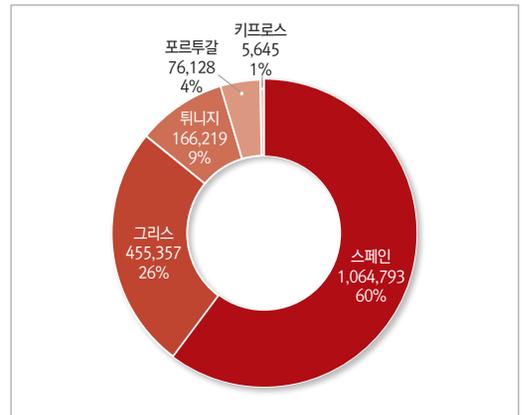
부록

- HS Code 2단위 분류에서 주요 수입 가공식품은 맥주를 포함한 음료·주류·식초, 곡물·곡분의 주 제품과 빵류, 커피·차·향신료, 육·어류 조제품, 채소·과실의 조제품이다.

- 버진 엑스트라 올리브 오일 세계 최대 수입국이다.
 - 주요 수입 대상국은 스페인, 그리스, 튀니지, 포르투갈, 키프로스이다.
 - 2016년에는 총 약 17억 달러를 수입했고, 이는 전년 대비 약 0.9% 감소한 것이다.

» 버진 올리브 오일 수입국(2016)

단위: 천 USD



출처 : 세계무역센터(ITC, www.intracen.org)

나. 한국의 對이탈리아 농식품 수출입 현황

- 한국의 對 이탈리아 수입은 유럽재정위기로 인한 유로화 대비 원화 강세, 한-EU FTA로 인한 유럽산 제품의 관세 인하 효과로 지난 10년간 꾸준히 증가하고 있는 추세이다.
- 반면 對이탈리아 수출은 유럽중앙은행의 양적완화 정책으로 원화 가치가 상승하고 이탈리아 내의 소비가 감소하면서 감소하고 있는 추세이다.
 - 한-EU FTA로 인한 이익을 실질적으로 얻지 못하고 있다.
- 2014년 들어서 유로존의 경기 회복세에 대한 기대가 높아지면서 對 이탈리아 수출도 증가하고 있다, 對 이탈리아 수출액은 전년 동기 대비 11.1% 증가했다.

□ 음료, 인스턴트 면류, 쌀 곡류 조제품, 라면이 주요 수출 품목

- 신선 농산물의 수출은 거의 이루어지지 않으며, 주로 가공식품, 종자류가 수출된다.
 - 고추장, 김치도 비중이 높진 않지만 수출되고 있다.

» 한국 대이탈리아 농식품 수출 상위 30개 품목(2016)

단위: USD, kg

NO	HS Code(한국)	품목명	수출액	수출량
농식품 합계 *			15,527,270	6,454,840
1	2202.90.9000	기타 음료수	770,863	744,975
2	1902.30.1090	기타 인스턴트 면류	744,460	470,599
3	1901.90.9091	쌀 곡류 조제품	444,639	282,834
4	1902.30.1010	라면	439,632	99,940
5	2009.31.9000	기타 감귤류 주스	409,490	98,375
6	1209.91.9000	기타 채소 종자	388,855	2,728
7	1302.19.1110	인삼 엑기스	385,054	1,839
8	1901.90.9099	기타 곡물 조제품	383,625	272,297
9	1102.90.9000	기타 곡분	339,598	143,156
10	1509.10.0000	버진 올리브 오일	221,924	26,793
11	1515.90.9090	기타 비휘발성 식물성 유지	193,357	59,356
12	2106.90.9099	기타 조제 식료품	150,172	4,771
13	2204.10.0000	발포성 포도주	115,109	26,043
14	1901.20.9000	베이커리 제품 제조용 반죽	111,273	33,749
15	1905.90.1090	기타 베이커리 제품	92,952	34,876
16	2103.90.9090	기타 소스류	86,052	18,759
17	2008.99.9000	기타 조제 저장 처리한 과일견과류	80,987	2,548
18	1702.90.9000	기타 당류	68,258	22,400
19	2201.10.0000	광수와 탄산수	57,315	77,788
20	1209.91.2000	무 종자	51,427	9,701
21	1901.90.2020	기타 곡류 조제품 (지방분이 총 중량의 30% 초과)	50,090	19,860
22	2103.90.1030	고추장	46,805	10,360
23	1902.20.0000	만두류	33,160	12,943
24	2005.99.1000	김치	32,840	6,888
25	1512.19.1010	해바라기씨유	30,829	17,807
26	2203.00.0000	맥주	26,771	23,893
27	1209.91.5000	토마토 종자	25,650	5
28	1302.19.9099	기타 식물성 엑기스	23,627	507
29	1006.40.0000	쇄미(broken rice)	22,200	6,349
30	1211.20.2110	인삼분(백삼)	20,773	80

출처: aT한국농수산물유통공사, KATI(www.kati.net)

* 농산물, 축산물, 임산물만 해당

요약
Part I 국가 일반 현황
Part II 농식품시장 동향
Part III 수입통관 제도
Part IV 식품 위생 제도
Part V 상표 출원 및 특허 규정
부록

가. 농식품정책 일반사항

- 이탈리아의 농식품정책은 EU 공동농업정책(CAP)의 국내 단계 정책 위주
 - 공동농업정책(Common Agricultural Policy, CAP)이란 유럽연합의 농업보조를 위한 시스템으로 공동농업정책 실현을 목표로 하며 공동의 농업예산을 국가별로 사용하는 제도이다.
 - 공동농업정책의 예산은 유럽연합 예산의 45% 내외로 매우 큰 비중을 차지한다.
 - 주요 품목별 역내 목표 가격을 설정하고 일정한 수준의 가격을 유지함으로써 수입 농산물로부터 역내 농산물 보호를 목적으로 한다.
 - 국내정책인 공공수매와 국경 정책인 수입관세 및 부과금, 무역 정책인 수출보조 등 세 가지 정책으로 체계화되어 있다.
 - 2013년에는 농가 정책 중 몇 가지의 개혁이 있었다.
 - 친환경 농업을 지원하며, 연구와 지식을 농가에 제공하고, 농업인에 대한 공정 지원 시스템의 확립하며, 식품 유통단계에서 생산자의 영향력을 확대한다.
 - EU 품질 인증 라벨링을 통해 소비자가 식품에 대한 정보를 얻을 수 있도록 한다. 대표적으로 지리적 인증(PDO, PGI)과 전통적인 재료 또는 방법(유기농 법 포함, TSG, BIO)의 사용을 나타내는 인증들의 사용을 확대한다.
 - 개발도상국과의 공정 무역 관계를 장려하여 농산물 수출 보조금 지급을 중단하고 개발도상국가가 자국 제품을 EU에 수출하는 것을 용이하게 한다.
 - 향후 과제
 - ① 기후 변화(생물 다양성 감소, 토양 및 수질 악화)의 영향을 대비한다.
 - ② 인구와 동물성 식품의 소비 증가로, 2050년까지 세계 식량 생산량을 두 배로 늘리도록 지원한다.

나. 정책 동향

1) 정크푸드(Junk Food)의 광고 규제 논의

- 이탈리아의 젊은 세대들의 비만과 영양 장애로 인해 질병과 관련된 사회 문제가 증가하면서 ‘정크 푸드’의 광고 규제에 대한 논의가 진행되고 있다.
 - 중앙 정부와 지방 정부는 특히 학생과 어린이, 청소년 등이 청량음료나 과자와 같은 특정 유형의 식품 섭취 규제를 주요 과제로 삼고 있다.
- 지난 2014년 10월에 청소년들에게 보다 건강한 영양 습관을 장려하기 위한 MOU를 체결하며 정크푸드 규제가 시작되었다. MOU는 탄산, 감미료 또는 질산염 첨가제를 함유한 음료를 포함한 자동 판매기와 지방, 설탕이나 소금이 많은 간식을 금지하는 것을 포함한다.
 - 특히, 학교에서 자동판매기는 요구르트, 신선한 과일과 양질의 샌드위치 등 건강에 좋은 음식을 제공해야 함을 규정한다.

2) 우유 및 치즈 등 유제품 원산지 표시제도 의무화

- 2019년 4월부터 유제품 원산지 표시제도 의무화가 시행될 예정이다.
 - 앞으로 이탈리아 국내에서 직접 생산된 우유나 크림을 원료로 가공 또는 포장한 유제품에 한해서 ‘Milk Origin: Italy’ 또는 ‘Cream: origin of milk-Italy’ 라고 표시해야 한다.
 - 규정에 따르면 유제품 원산지 라벨에 착유, 가공, 포장 국가 기재가 의무화되며, 가공 및 포장지 다수의 국가에서 이루어질 경우 “produced in EU countries” 또는 “produced in EU and non-EU countries” 등으로 표시해야 한다.
- 유제품 원산지 표시제도가 정착되면 소비자들이 제품을 선택하는 주요한 기준 중의 하나가 될 것이다.
 - 유제품 원산지 표시제도가 정착되면 낙농분야에 대략 12만개의 일자리와 34조 8천 여만 원의 경제적 기여효과가 있을 것으로 기대하고 있다.
- 적용대상은 양과 염소젖을 포함한 우유와 유제품이며, 피자치즈, 우유를 포함하는 초콜릿 등 부분적으로 유제품이 함유되는 경우는 표시의무에서 제외될 예정이다.
 - 이외 EU 국가 중에 핀란드, 그리스, 포르투갈, 리투아니아등도 이와 유사한 형태의 원산지 표시제도 의무화를 추진하고 있다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

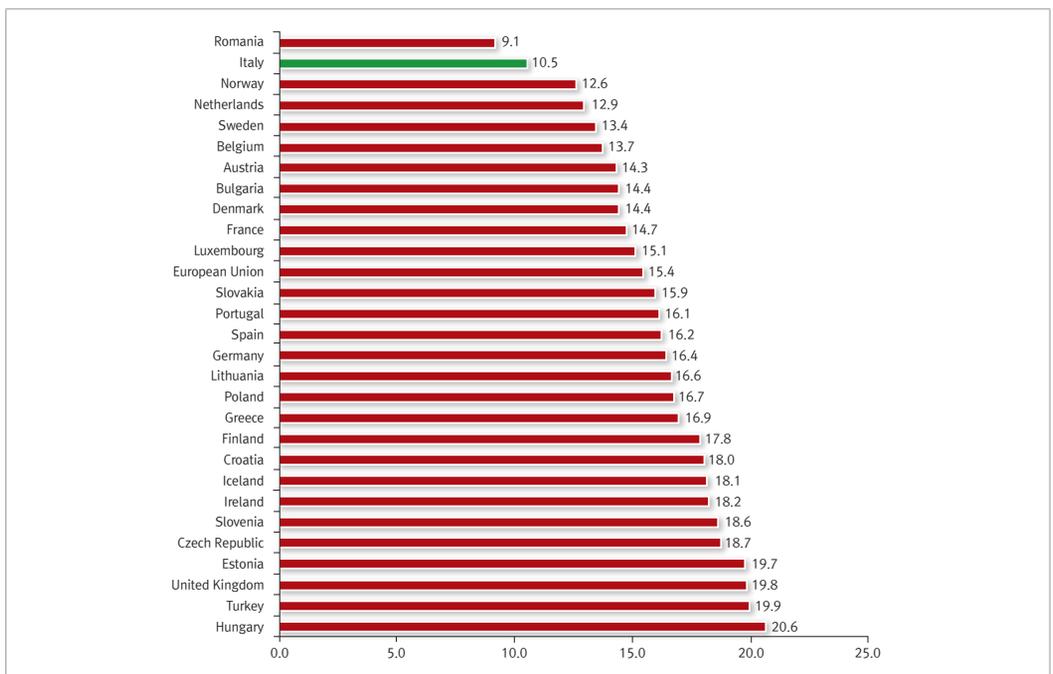
부록

3) EU의 설탕세 도입에 관한 활발한 논의

- 세계 보건 기구 WHO가 설탕 음료 섭취와 비만 사이에 연관성이 있다는 판단 아래 이른바 ‘설탕세’ 도입을 권고하면서 전 세계적으로 이른바 저당열풍이 불고 있다.
 - EU 통계당국인 유로스타트가 최근 내놓은 성인 비만 조사에 따르면 이탈리아는 EU 평균치(15.4%)보다 낮은 10.5%이다.
- EU 내에서도 설탕세 및 소금세 등과 같은 식품세 도입을 촉구하는 목소리가 커지고 있다.
 - 영국은 2018년부터 설탕 음료에 설탕세를 부과할 예정이다.
 - 프랑스는 고정된 가격에 콜라 등의 설탕음료를 무제한 리필 하는 것을 법으로 금지했다.
- 이탈리아 내에서도 설탕세 도입에 대한 논의가 이루어지고 있지만 아직까지는 구체적인 계획은 발표되지 않았다.
 - 그러나 전 세계적인 추세와 이탈리아 내에서 건강한 식생활 문화 확산을 감안하면 저당식품에 대한 대비가 필요하다.
- 이미 설탕세가 도입이 된 영국과 프랑스의 음료 업계는 설탕 대체물질을 넣거나 음료 패키지의 사이즈를 줄이는 방법을 고안하고 있다.

» EU 국가 BMI 순위

단위: %



출처: 유럽연합 통계청(EUROSTAT, www.ec.europa.eu/eurosta)

06 | 한국식품 동향

가. 한국식품 판매 동향

- 자국 식문화에 대한 자부심이 매우 강하여 타 식문화에 대해 보수적
 - 이탈리아 마켓에서 유통되고 있는 한국식품은 인삼 조제품과 김자반, 알로에 음료 등 소수의 상품이다. 이탈리아 소비자는 자국산 식품을 최상품으로 인식하며 고급 마켓은 자국산 식품만 취급하는 마케팅 전략을 활용한다.

» Esselunga에서 판매하는 한국제품과 중국제품

	<p>판매처 : Esselunga 제품명 : Korean Ginseng Extract 원산지 : Korea 가격 : 16.13 EUR</p>		<p>판매처 : Esselunga 제품명 : Quilibra 3 Ginseng 원산지 : China 가격 : 7.99 EUR</p>
---	---	---	--

* 환율 정보(2016) 1 유로(EUR) : 1,258.63원

- 일식의 경우 ‘스시’가 유행하고 있어서 대형유통업체에 따로 스시 코너를 마련하여 일본의 대표적 제품 (기꼬만 간장, 샷쵸로 맥주)을 같이 판매한다. 이에 비해 한국식품에 대한 이탈리아인들의 인식 수준은 매우 미미하다.
- 2015 밀라노 엑스포⁶⁾ 이후 한식에 대한 관심 제고
 - 엑스포 이후 한식당이 우후죽순으로 생겨났으나 대부분 중국인이 운영하기 때문에 한식의 품질관리를 제대로 못해 현재의 14개소만 남고 전부 폐업했다.
- 다수의 한국식품은 한국식품점과 중국식품점에서만 판매
 - 이탈리아인에 의한 한국식품소비는 거의 이루어지지 않으며, 한국 식당 또한 이탈리아 내 일식당이 약 3,500여 개소인 것에 비해 극히 소수이다.
 - 한국식품 소비량은 한국인이 제일 많고, 이어서 중국인, 필리핀(동남아)인, 남미인, 이탈리아인 순이다.

6) 밀라노엑스포 : 110만 m², 2015.5.01.~10.31, 144개국 국가와 국제기구 등 참여, 총 방문객수 2,150만명

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 밀라노 내 한국식품점(상록수)과 중국 식품점(Hu Foods)



○ 중국마켓에서 한국식품(김)을 구입하는 소비자(이탈리아인)를 인터뷰한 결과, 한국제품은 맛이 있고 가격이 적절하다고 생각하며, 중국마켓에서 한국식품을 주로 구입하여 간식으로 섭취한다는 답변을 들었다.

» 한국식품과 경쟁상품 비교

구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Hu Foods(중국계) 제품명 : ○라면 원산지 : Korea 가격 : 1.20 EUR		판매처 : Iper 제품명 : Nissin Cup Noodle 원산지 : Japan 가격 : 1.99 EUR
	판매처 : 상록수 제품명 : ○○○맛김치 원산지 : Korea 가격 : 5.40 EUR		판매처 : Eataly 제품명 : 피클 원산지 : Italy 가격 : 7.50 EUR
	판매처 : Hu Foods(중국계) 제품명 : ○○참고추장 원산지 : Korea 가격 : 8.50 EUR		판매처 : Amazon Italy 제품명 : Salsa Pronta (토마토소스) 원산지 : Italy 가격 : 1.50 EUR
	판매처 : Esselunga 제품명 : ○김자반 원산지 : Korea 가격 : 4.15 EUR/250gr		판매처 : Hu Foods(중국계) 제품명 : Tao Kae Noi(김자반) 원산지 : Thailand 가격 : 3.20 EUR

* 환율 정보(2016) 1 유로(EUR) : 1,258.63원

» 한국식품 판매 정보

구분	판매 정보	구분	판매 정보
라면			
	판매처: Hu Foods(중국계) 제품명: ○라면 가격: 1.20 EUR		판매처: 상록수 제품명: ○○ 볶음면 가격: 1.60 EUR
김치			
	판매처: 상록수 제품명: ○○○ 맛김치 가격: 5.40 EUR		판매처: 상록수 제품명: ○○○ 묵은지 가격: 6.00 EUR
장류			
	판매처: Hu Foods(중국계) 제품명: ○○ 찰고추장 가격: 8.50 EUR		판매처: Hu Foods(중국계) 제품명: ○○ 재래식 된장 가격: 2.90 EUR
주류			
	판매처: 상록수 제품명: ○○○소주 가격: 5.10 EUR		판매처: 상록수 제품명: ○○○전통주 가격: 6.60 EUR
음료			
	판매처: Hu Foods(중국계) 제품명: ○○○ Aloe King 가격: 1.50 EUR		판매처: 대원식품점 제품명: ○○ 수정과 가격: 1.00 EUR
신선농산물			
	판매처: 상록수 제품명: 배추 가격: 4.20 EUR		판매처: 상록수 제품명: 무 가격: 1.90 EUR
기타			
	판매처: Hu Foods(중국계) 제품명: ○○ 김밥용 김 가격: 2.20 EUR		판매처: 상록수 제품명: ○○○ 군밤 가격: 2.80 EUR

* 환율 정보(2016) 1 유로(EUR): 1,258.63원

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 판매확대 방안⁷⁾

1) SWOT 분석을 통한 최적 전략

□ SWOT

기회(Opportunity)	강점(Strength)
<ul style="list-style-type: none"> · 유럽 내 GDP 4위로 시장 규모가 크고, 이탈리아를 시작으로 유럽 전역으로 확산 가능성이 있음 · 중국인, 일본인 등의 인구 증가로 에스닉푸드 소비 시장이 확대 · 2015 밀라노 엑스포 이후 한식 관심 증대 · 일본 '스시'의 열풍으로 아시아식품에 대한 호기심 형성 · 현지 대형유통업체의 요구사항 파악도가 우수한 아시아 식품 취급 중간 유통업체 명확 	<ul style="list-style-type: none"> · 중국산에 비해 품질 및 안전성 우위 · 자유무역체제로 관세와 비관세 장벽이 낮음 · 이탈리아에 없는 매실, 녹차 등 새로운 맛의 식품 보유 · 한국 고유의 이미지 어필이 가능한 김치, 장류 등 전통적 식품이 많음 · 에스닉 푸드 식문화와 유사한 매운 맛의 식품 보유
위협(Threat)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> · 'Prodotto in Italia' 표시 등 자국산 식품 선호 · 외식문화보다 가정 내 조리 식문화의 확산으로 신선식재료 수요 증가 · 파스타, 와인, 올리브유 등 자국 주력 품목과 경쟁시 수입규제 심함 · 중국인의 한식당 운영으로 저품질 원재료 사용, 고유의 맛 변질 등 한국식품의 고품질 이미지 하락 · Gluten Free와 Non-GMO, 채식(Vegan) 등 한국에서 비활성화 된 인증 선호 	<ul style="list-style-type: none"> · 한류 영향력이 미미, 교민 수 적음 (약 4,200여명) · 한식당, 시식회 부족으로 한국식품에 대한 경험이 적음 · 대형 방송사, 언론사 등을 통한 전략적 마케팅 부족 · 현지인이 선호하는 모던함과 건강을 강조하는 라벨링, 포장 등이 부족 · 한식의 우수성을 알릴 수 있는 전문 인력 부족 · PDO, PGI 등 현지 선호 인증의 취득을 위해 관련 정보 취득에 대한 시간 및 비용 소요

□ 최적 전략

WT전략 (약점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> · 이탈리아 소비자들이 선호하는 라벨링, 포장 등을 연구하여 한국식품에 반영 · 한국식품 품질 유지와 현지 식문화와 접목 가능한 셰프 등 전문 인력 양성 · 이탈리아 소비자들이 선호하는 유기농, 글루텐프리, 비건, PDO, PGI 등 인증 취득
ST전략 (강점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> · 자국 주력 품목(파스타, 와인, 올리브유 등)이 아닌 새로운 식품(매실, 녹차 등)으로 틈새시장 공략 · 대형유통업체 PL로 진출하여 한국식품에 대한 소비자들의 친밀도 증진
SO전략 (강점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> · 매운 맛을 선호하는 에스닉푸드 시장을 타깃으로 하는 식품 판매 · 이탈리아 시장 타깃으로 '건강' 강조하고, 현지에는 없는 '새로운' 맛의 식품 판매
WO전략 (약점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> · 적극적인 시식회 행사 지원 및 이탈리아의 Rai(공영), 카날레5(민영) 등 대형 방송사 혹은 다양한 매체에 한식 홍보 · 한식소개를 위한 이탈리아어의 요리 책자와 동영상 개발·홍보 · 비용대비 소비자에게 가까이 다가갈 수 있는 홍보수단 사용(푸드트럭 등) · 보수적인 이탈리아 시장에 진입 가능한 선두업체를 발굴



7) 상기 제시된 판매확대 방안은 현지 수입업체 인터뷰 등을 통해 도출된 방안으로 국가의 지역적 특성을 모두 대변하는 것은 아님

» 판매확대를 위한 제언

타깃팅	마케팅		
	초기	중기	장기
타깃 이원화 글로벌마켓 (Global Market) : 이탈리아인 · 유럽 내의 GDP 4위의 경제대국 이탈리아 시작으로 유럽 전역으로 확산 가능 · 2015 밀라노 엑스포 이후 한식에 대한 이미지 형성 · 일본 '스시' 열풍으로 아시아 식품에 대한 호기심 형성	· 적극적인 홍보 극대화 · 전통이 있는, 건강한 한국식품 이미지 형성 · 소비자 선호 인증취득 (PDO, PGI, BIO, Vegan 등)	· 한식 품질 유지를 위한 전문 인력 양성 및 시설 지원 · 현지화 성공한 한식당 증가 · 대형유통업체 PL로 시장 진입	· 자체 브랜드로 대형 유통업체 입점 · 지속적인 수요창출
에스닉마켓 (Ethnic Market) : 중국인, 아시아인 포함 이민자 · 한국식품에 대한 수요 多 고품질로 인식 · 특히 이탈리아 내 거주 중국인 증가 추세, 소득수준 高	· 에스닉마켓 소비자들이 선호하는 매운 맛의 식품 판매 · 중국 소매점 Hu Foods 등에서 더 나아가 백화점 Aumai 입점으로 중·고급 이미지 형성		

2) Targeting



1] 글로벌마켓(Global Market) : 이탈리아인

- 이탈리아는 유럽 내 GDP 4위의 경제 대국이며 경제적 파급효과를 통해 이탈리아를 시작으로 유럽 전역에 한국 문화의 확산이 가능하다는 장점이 있다.
- 2015 밀라노 엑스포 이후 한국식품에 대한 관심이 상승하였으며 한국외식기업 '비비고'의 비빔밥 시식행사로 한식의 건강한 이미지가 전파되는 계기가 되었다.
 - 특히 최근 일본의 '스시'가 유행하면서 아시아 식품에 대한 현지인들의 호기심이 높아지고 있으므로 진입하기 적절한 시기이다.
- 다만 현지 시장에서 아직 한국식품에 대한 인식과 이미지가 미미하고 시장 특성이 매우 보수적이기 때문에 소비자 신뢰를 얻을 수 있는 체계적인 전략수립이 필요하다.

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

2) 에스닉 마켓(Ethnic Market) : 중국인, 아시아인 포함 이민자

- 한국식품은 한국인을 제외하면 중국인, 필리핀인(동남아인), 남미인 등 에스닉 푸드(Ethnic Food) 시장에서 대부분이 소비된다.
 - 이탈리아인과 한국인을 제외한 이민자는 약 3,926,900 여 명으로 전체 인구의 약 0.063%이다.(2016)
- 중국인은 한국인 다음으로 한국식품을 많이 소비하고 중국시장이 이탈리아 내에서 급격히 성장하고 있어 중국인이 성장할 경우, 한국시장도 성장 가능성이 있다.
 - 이탈리아 내 중국인은 급속도로 증가하고 있으며, 이들의 구매력은 밀라노 내 AUMAI(중국인 백화점)가 따로 있을 정도로 매우 높다.
- 특히 중국인 거주자가 가장 많으며 2016년 기준 총 333,986명이다. 가장 많이 거주하는 상위 5개의 주는 롬바르디아(62,060명), 토스카나(46,052명), 베네토(32,878명), 라치오(22,006명), 피에몬테(19,028명) 순이다.

3) Marketing 제언



1) 초기 : 적극적인 홍보, 전통적·건강한 이미지 구축, 소비자 선호 인증 취득

□ (홍보) 국가적 차원의 2015 밀라노 엑스포와 같은 홍보 기회 지원

- 공식적인 행사에서 국가적 지원을 통해 이탈리아 소비자들이 선호하는 한국식품의 이미지를 적극적으로 홍보해야 한다.
 - 에스닉 푸드로서 이탈리아인이 신뢰할 만한 이미지를 구축하기 위해서는 엑스포와 같은 공식적인 홍보의 창구를 적극적으로 활용해야 하며, 개인의 노력과 국가적 차원의 지원을 통해 시너지를 창출한다.

□ (홍보) 비용 대비 효과가 좋은 홍보수단 사용

- 특히 푸드트럭은 초기 투자비가 비교적 저렴하며, 지리적 한계가 없다는 장점이 있기 때문에 수요창출이 어려운 초기의 이탈리아 시장에서 홍보수단으로 적합하다.

» 볼로냐 지역의 푸드트럭



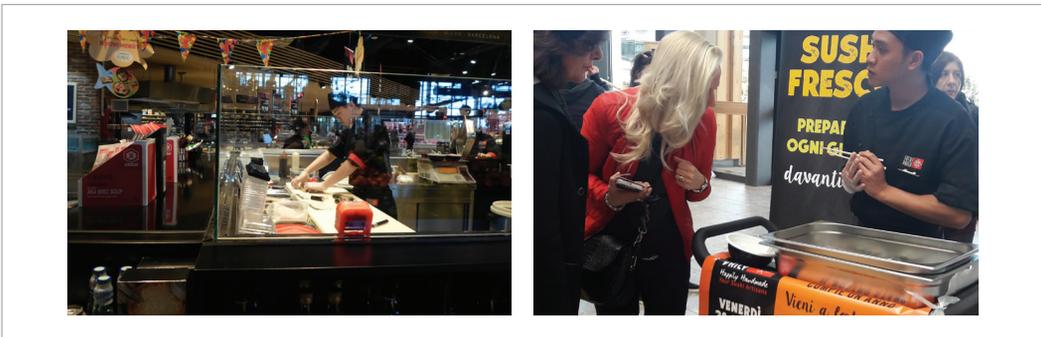
출처 : www.foodtruckitalia.it

□ (홍보) 시식 기회 증대

- 시식제품을 만드는 과정을 소비자에게 보여준 후 시식행사를 개최하여 소비자의 호기심을 자극하고, 한국 음식의 맛을 소개하여 한국식품 판매와 연계되도록 하여 소비자 저변 확대해야 한다.

» 스시 판매 코너

» 스시 시식행사



□ (이미지) 건강한 이미지 구축

- 이탈리아 소비 트렌드인 '건강'의 이미지를 한국식품에 투영해야 한다. 타 식문화에 대해 매우 보수적인 이탈리아 시장에서 건강에 유익한 이미지를 만드는 것이 수요를 가장 신속하게 창출하는 방법이다.
 - 이탈리아인은 건강에 대해 매우 관심이 크기 때문에 건강에 유익한 수입식품은 어필하기에 유리하다.
 - 쌀과자와 같은 쌀 가공품으로 수출하되, 글루텐 프리나 유기농과 같은 인증을 취득하면 건강한 이미지를 줄 수 있고, 아울러 변질 가능성이 높은 쌀의 수출경로를 확보할 수 있다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

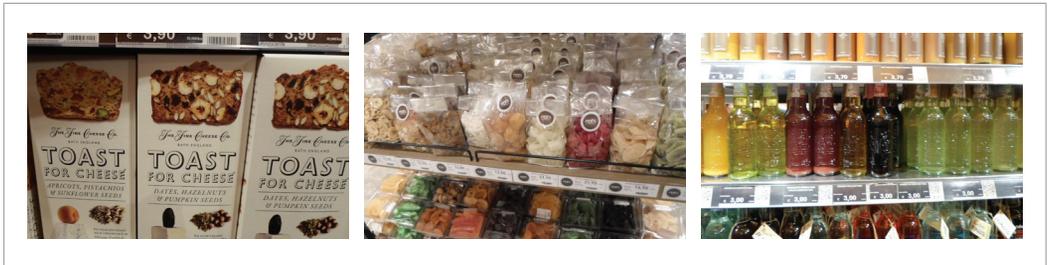
부록

□ (이미지) 한국식품의 전통적 이미지 강조

- 김치, 장류와 같은 전통식품이 가진 전통 이미지를 부각하여 원산지, 자국산 등을 선호하는 보수적인 이탈리아 시장에 국가브랜드를 강조한다.
- 이탈리아에서 와인은 전통 주류로, 식전주, 반주, 식후주로 나눌 만큼 많이 소비되어 하나의 문화를 형성하고 있다. 때문에 한국 전통주를 도수와 맛에 따라 식전주, 반주, 식후주로 나누어 'Prodotto in Korea'라는 전통을 강조하고 현지 와인과 유사한 패키징 디자인으로 진출한다면 소비자들의 긍정적인 반응을 얻을 것으로 예상된다.

□ (이미지) 구매욕을 상승시킬 수 있는 패키징 및 제품 개발이 필요

- 이탈리아 식품포장은 제품의 특성을 나타내는 상징적인 색과 디자인이 가장 큰 특징이며, 음료나 주류의 경우 플라스틱 병보다는 유리병을 선호한다.



□ (인증) 소비자 선호 인증(PDO, PGI, 유기농, Gluten-free 인증 등) 취득

- 이탈리아는 유럽 내 명칭 보호 인증(PDO, PGI, TSG) 취득 1위 국가로 그만큼 인증이 갖는 구매유도 효과가 크다. 명칭 보호 인증뿐만 아니라 유기농, 글루텐프리, 채식(Vegan), Non-GMO 등의 인증 모두 비 EU 국가도 취득 가능하다.
 - 다만 한국시장에서 생소한 인증들이기 때문에 초기에 관련 정보 취득을 위한 비용과 시간이 다소 소요될 수 있지만 일단 인증을 취득하면 시장진출 시 강점이 될 수 있다.

□ 2) 중기: 전문인력 양성, 한식당 점진적 증가, 대형 유통업체 PL로 시장 진입

□ 한식 품질 유지와 현지 식문화와 접목 가능한 전문 인력 양성

- 한식 전문 셰프 등 전문 인력을 양성하여 한식의 맛과 질을 유지할 수 있도록 한다.
 - 2015 밀라노 엑스포 이후 한식당이 우후죽순 생겨났지만, 중국인이 한식당을 운영하면서 저품질 원재료를 사용하고 한식 고유의 맛이 변질되어 한국식품의 이미지가 하락했다.
 - 한식 전문 셰프 등 전문인력을 양성하여 한식의 현지화를 전문적으로 진행하되 본래의 맛과 질을 유지되도록 한다.

□ 현지화 된 한식을 판매할 수 있는 한식당 확대

- 한국식품에 대한 인식이 장기적인 구매로 이어질 수 있도록 양이 적고, 고급지고 담백한 특성을 가진 이탈리아식의 특성을 한식에도 반영해야 한다.
 - 일반적으로 취식 경험이 있어야 식품점에서 한국제품을 발견했을 경우 구매로 이어지므로 한식당의 수가 증가하는 것이 중요하다.

□ 대형유통업체 PL을 통한 진입으로 소비자 친밀도 증진

- 현지시장에 상표권을 등록하지 않고도 기존의 대형유통업체 PL을 통해 시장에 진입할 수 있다.
 - 초기의 상표권 등록에 소요되는 비용 절감이 가능하고 기존의 브랜드를 사용하기 때문에 수입식품에 대한 거부감이 강한 소비자들에게 비교적 쉽게 다가가 자연스럽게 흡수될 수 있다.

③ 장기 : 자체 브랜드로 현지 대형 유통업체 진입, 지속적인 수요 창출

□ 자체 브랜드를 통해 현지 대형유통업체 입점

- 기존의 PL로 진입하면서 소비자들의 거부감을 감소시킨 뒤 자체 브랜드를 통해 대형 유통업체에 진출한다.
 - 대형유통업체에 기존 브랜드로 입점하기 위해서는 아시아식품 취급 중간유통채널을 파악하고 접촉하여 대형유통업체의 입점조건 및 유의사항 등을 파악하는 것이 중요하다.

이탈리아 중간 유통채널
 유럽푸드, 플라자라티나, 그란데마르케, 유니온트레이드

- 한국식품이 대형유통업체에 입점이 된다면, 기 진출 한국계 업체들의 네트워크를 활용하여 국내 영세한 농식품 수출업체의 시장 진출 초기단계비용(정보탐색, 현지 관행)을 줄일 수 있으므로 대형유통업체에 입점하는 선두적인 업체 발굴 필요하다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

Ethnic Market Marketing

- 에스닉 마켓 소비자가 선호하는 매운 맛 식품을 판매
- 중국 소매점에서 백화점 Aumai로 진출

□ 에스닉 마켓 소비자가 선호하는 매운 맛 식품을 중점적으로 판매

- 에스닉 마켓 소비자들은 매운 맛과 같은 자극적인 맛을 선호하는 경향이 있는데, 이는 한국식품의 특징과 유사하므로 이 시장에 진출할 수 있는 식품군이 다양하다.
- 김치는 에스닉 마켓 소비자 사이에 김치 매니아층이 형성되어있을 정도로 반응이 긍정적이며 나아가 글로벌 마켓에서 포크로 먹기 용이한 깍두기나 시원하고 자극적이지 않은 백김치가 피클 대용품으로 긍정적 반응을 얻을 것으로 예측된다.
- 떡볶이는 반조리식품(즉석식품) 형태로 판매한다면 유통기한을 연장할 수 있으며 한국식 떡볶이를 수출할 수 있다는 장점이 있다.

□ AUMAI라는 중국인 백화점을 통해 한국식품을 현대적 유통채널로 유통

- 중국인 백화점 AUMAI
 - 이탈리아에 36개의 지점을 가지고 있는 대표적인 Chinese 백화점 Aumai는 2004년 이탈리아 브레시아(Brescia)에 HAO MAI라는 메가스토어 형태로 처음 개점했다.
- 소규모의 한국식품점이 아닌 대규모의 현대적 유통채널에 입점함으로써 중·고급 이미지를 구축하고 에스닉 마켓 소비자의 판매를 확대한다.

» 브레시아·밀라노 지점



출처: AUMAI 홈페이지(www.aumai.it)

Part III

| 수입통관 제도 |

01. 수입통관

02. 동식물 검역

03. 라벨링

04. 진입장벽 및 통관 거부사례





Italy

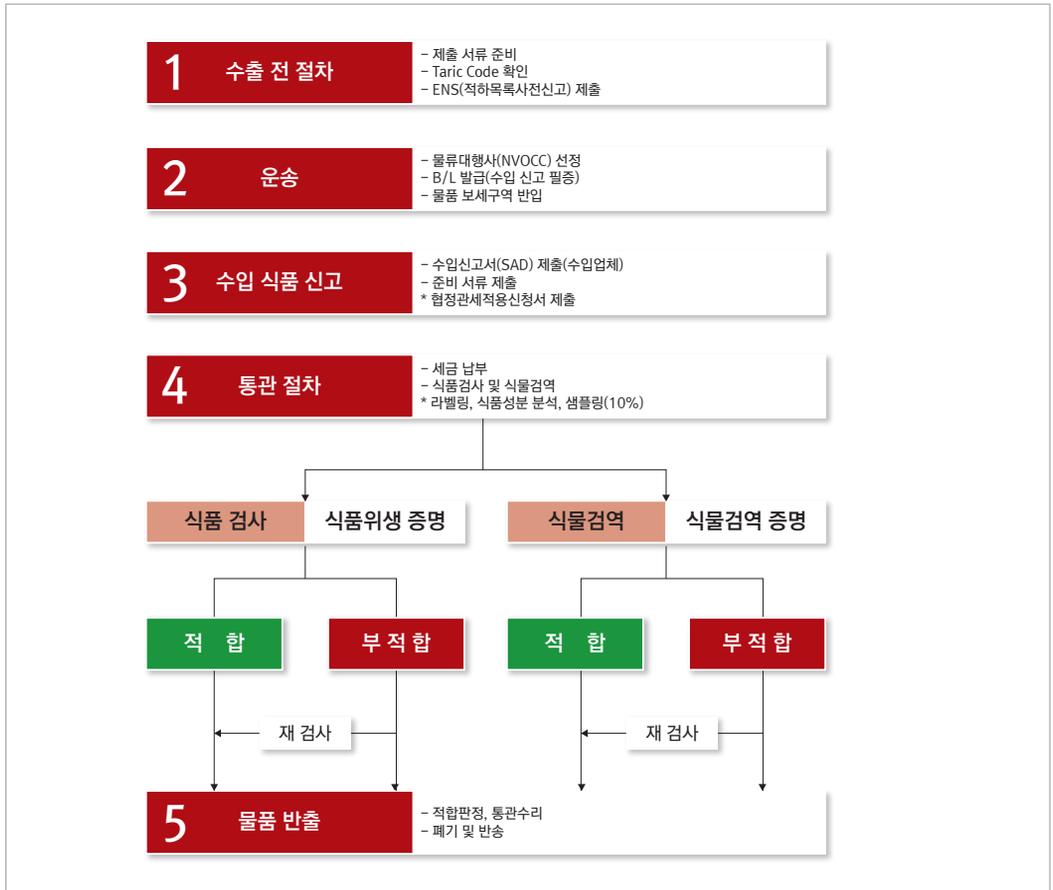
Part III

수입통관 제도

01 | 수입통관

가. 수입통관 개요

» 수입통관 절차



□ EU 집행위 관세총국과 이탈리아 세관당국의 2중 구조

- EU 집행위(Commission) 관세총국(Taxation and Customs Union)에서 EU 회원국의 수출입 통관행정을 총괄한다.
 - 통관 관련 규정 등의 제·개정, 통관 절차상 세관당국 간 이견 조정, 통관행정 발전 방향 수립 등 중앙정부 역할을 수행한다.
- 그러나, 개별 회원국의 세관당국에 따라 원산지, 품목분류 등의 판단이나 통관의 신속성, 정확성 등에 차이가 발생할 수 있다.
 - EU 전체의 관세법령 뿐만 아니라 이탈리아 관세당국의 세부적 업무처리 절차 및 관행 등에 대해 숙지가 필요하다.
- 통관 행정은 타 EU 국가보다 속도가 느려서 통관에 대체로 하루 정도 소요된다.

나. 수입통관 절차

EU는 2000년대 후반부터 본격적으로 수입물품 통합 관리·제도를 시행하여 과도한 거래비용 절감 및 역내 경제통합을 증진하고자 한다. EU로 수입되는 화물들은 EU 내에서 1회의 통관만 거치면 된다. 이탈리아는 기본적으로 EU의 적하목록사전전자신고제도(ENS), 종합인증 우수업체(AEO), 공동세관등록번호(EORI) 등의 공동통관정책을 따르고 있다.

1) 수입신고 전

□ 이용하게 될 통관 종류를 결정한 다음 통관 절차에 따른 필요서류를 준비

- 사전 전자 신고제도(ENS)로 제출하는 서류 외에 수입통관의 종류에 따라 준비해야하는 세관신고서가 다르기 때문에 유의해야한다.
- EU 통관 규정을 따르기 때문에 절차상 특이사항은 없지만, ‘서류 미비’의 경우는 절대 인정해주지 않기 때문에 세심한 주의를 요한다.

	약식통관	정식통관		일괄통관
		직배송	경유	
특징	샘플품목 등을 수입할 때 이용, 정식통관에 비해 필요서류가 비교적 간단	일반적인 통관절차 수입업자가 EORI소지 한 EU 소재 회사일 경우, 해당 번호를 통해 통관 관세·VAT 통관 시 즉시 납부	수입업자가 이탈리아에 소재하지만, 타 EU 국가를 경유하는 방법 VAT 납부유예 가능	화물이 판매 완료 전, 이탈리아 항구에 도착할 경우에 사용
필요 서류	선하증권(BL) 항공·화물운송장 인보이스	이탈리아 VAT번호 제품 HS Code 인보이스 패킹리스트 선하증권 협정관세적용신청서	이탈리아 VAT 번호 제품 HS Code 인보이스 패킹리스트 협정관세적용신청서 수화인이 서명한 진술서 ⁸⁾	이탈리아 VAT번호 제품 HS Code 인보이스 패킹리스트 협정관세적용신청서

8) 진술서(Statement)는 해당 수화인이 벨기에 VAT 번호를 소지한 지사나 계열사가 없고, 도착국인 이탈리아에서 이탈리아의 규율에 따른 VAT 신고 의무를 인지하고, CMR Note(도로화물 탁송장)를 물류 회사 혹은 통관 대행사에 전달할 것이라는 내용이 담긴 서류이다.

요약
Part I 국가일반 현황
Part II 농식품시장 동향
Part III 수입통관 제도
Part IV 식품 위생 제도
Part V 상품출원 및 특허 규정
부록

□ 적하목록 사전신고제도에 따른 사전심사 실시

가) EU의 전자신고 관리 시스템(Import Control System, ICS)

- ICS는 역내 수입 및 EU를 경유하는 모든 물품에 대한 전자신고 관리 시스템을 의미하며 2011년 1월 1일 이후로 EU 역내 국가는 전면적으로 ICS 절차를 따르고 있다.
- EU 집행위원회 규정 CE 1875/2006에 따른 수입물품 사전전자신고제도(Entry Summary Declaration, ENS)의 도입이 핵심이다.
 - EU로 수입되는 물품의 위험도 사전 평가를 통해 고위험 물품에 대한 관리 및 저위험 물품의 신속한 통관에 기여한다.

나) 적하목록사전신고제도(Entry Summary Declaration, ENS)

- 해운사 및 항공사는 수출입업자 혹은 대리인(포워딩 업체)에게 전송 받은 물품 정보를 도착 세관당국에 ENS로 전송한다.
 - 세관 당국은 ENS 접수 후 즉시 ENS를 제출한 당사자에게 수입 물품의 통관 진행 상황을 주시할 수 있는 물품 고유 번호인 MRN(Movement Reference Number)을 전달한다.

» ENS 필수 기재 사항

① 수출입 업체정보	⑤ 수량 및 중량(GW)
② EU 수입업체의 EORI ⁹⁾ 번호	⑥ HS Code
③ 비상 연락처	⑦ 위험품목일 경우 위험 품목 코드 등
④ 물품 명세서(Description of Goods)	

» 운송수단에 따른 ENS 제출 시기

구분	세관 통보시한
컨테이너 해상화물(단거리 제외)	출발지에서 선적 전 24시간 전
벌크화물(단거리 제외)	EU영역 최초 항구 도착 4시간 전
단거리 해상화물	EU영역 최초 항구 도착 2시간 전
단거리 비행(4시간 이내)	비행기 실제 이륙시간까지
장거리 비행(4시간 초과)	비행기가 EU영역 최초 공항 도착 4시간 전
철도/운하	EU 영역 내의 세관 도착 2시간 전
육로	EU 영역 내의 세관 도착 1시간 전

출처 : 통합무역정보서비스(Trade Navi, www.tradenavi.or.kr)

9) EU 공동 세관등록번호(Economic Operator's Registration and Identification) : 2009년 7월 1일부터 EU 내 회원국별 세관 등록번호를 통일하여 운영하는 제도이다.

- 물품명세 기재시 모호한 명칭의 사용은 금지되며 용도에 맞는 정확한 의미 전달이 가능한 품명으로 기재해야 한다.
 - 농산품(잘못된 예) → 오렌지, 생선, 쌀, 곡물(올바른 예)
- 제출된 ENS를 바탕으로 EU의 수입물품 위험도 분류 체계(Risk Type)에 따라 선적 물품의 위험도를 분류한 다음, 하역 승인의 여부를 결정한다.
 - Type A로 분류되는 경우는 역내 시장에 심각한 위험성을 끼칠 여지가 있다고 간주되는 경우로 DNL(Do Not Load) 메시지를 항공사 혹은 해운사로 통지하여 선적을 금지한다. 단, DNL 통지가 물품 출항 이후 전송된 경우에는 EU 내 첫 번째 도착 항구 및 공항에서 검사를 실시한다.
 - Type B로 분류되는 경우는 즉각적인 단속이 필요하다고 판단되는 경우로 EU 내 첫 번째 도착 항구 및 공항에서 하역 후에 검사를 실시한다.
 - Type C는 물품의 심각성이 낮다고 간주되는 경우로, 원래 예정된 EU 도착 항구 및 공항에서 검사가 실시된다.
- 세관 당국으로 전달된 ENS를 바탕으로 세관은 해운사 혹은 항공사를 통해 수입 업자 혹은 대리인(포워딩 업체)에게 물품의 사전 심사 여부와 물품도착 허가 통지(Arrival Notice)를 전달한다.
 - 고위험 물품으로 판단 될 경우 선적 금지 조치도 가능하다.

2) 수입신고

- 세관에 수입신고 시에는 EU의 단일 행정 문서인 SAD (Single Administrative Document)를 사용한다. ¹⁰⁾
 - 일반적으로 EU 내 사업이 등록되어 있는 화주나 대리인이 신고해야 한다.
- 수입업체는 물건이 도착했다는 통보를 받고 상업용 송장, B/L, 패키징 리스트 및 기타 수입허가서(검역증명서 등)를 운송회사 또는 통관을 전담하는 회사에 통관을 의뢰한다.
- 세관 당국이 제공하는 양식에 필요 정보를 기입해야 하며, 물품을 식별하는데 필요한 특정 정보가 포함된 상업용 또는 공식 문서의 내용과 물품의 수입업자 또는 운송 책임자의 이름이 포함된다.
 - SAD와 함께 수입자의 수입 면허, 검사인증서, 운송 서류, 상업 송장 등을 제출해야 한다.

¹⁰⁾ ec.europa.eu/taxation_customs/customs/procedural_aspects/general/sad/index_en.htm 참고

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 수입신고서 SAD와 함께 제출해야 하는 서류 목록(전자신고 및 서면신고)

- 관세특혜에 일반적으로 적용하는 원산지 증명서류
- 제품의 특별한 성질을 확인하는 인증서
- 운송서류
- 상업송장
- 세관신고서
- 검사증명서(보건, 수의학, 식물 보건 증명)
- 수입허가서
- EU 공동체 감시 문서
- 관세 쿼터 요구를 뒷받침하는 문서
- 국내 소비세 목적에 필요한 서류
- 부가가치세 면제 청구를 뒷받침하는 증거

3) 통관절차(물품 선별 검사 및 관세납부)

가) 물품 선별 검사

- 세부 검사가 필요하다고 판단 할 경우 검사관이 직접 육안으로 검사하며, ENS로 제출된 정보와 물품을 육안으로 대조하고 검사하는 물품 선별 검사를 실시한다.
 - 제출된 ENS를 바탕으로 세관당국에서 직접 검사가 필요하다고 판단하는 모든 물품에 대해 선별 검사가 실시된다.
- 검사 여부 및 현장 출석에 대해서는 이메일로 통지하며, 통지를 받은 수출입 업자 혹은 대리인은 세관에서 요청하거나 소명에 필요한 모든 서류를 구비하여 최대한 빠른 시간 내에 세관의 검사 현장에 출석해야 한다.
- 별도의 검사가 불필요하다고 판단되는 물품은 역내 운송 허가 조치를 내린다.(Release for free circulation)

» 물품 선별 검사 실시 기준

- ENS 제출 시한을 위반하였거나 불분명한 자료를 제출했을 경우에는 최종 도착지가 아닌 첫 번째 EU 도착항 세관에서 압류하여 선별 검사를 실시할 수 있다.
- ENS 제출 정보와 실제 수입된 물품의 일치 여부를 확인하기 위해 선별 검사를 실시 할 수 있다.
- 폭발물, 마약류 등 위험물로 간주되는 물품 또는 고급 브랜드 제품의 경우 위조품으로 의심되는 경우가 많아 자주 선별 검사의 대상이 된다.

- 이탈리아를 비롯한 모든 EU 국가의 수입통관은 기본적으로 제출된 ENS 정보를 바탕으로 진행되기 때문에 ENS 제출 시 필수조건을 숙지 후 다음 과정을 진행해야 한다.

나) 관세 및 VAT 납부

- 유럽연합 관세 코드인 TARIC Code를 사용하여 관세를 부과한다.
 - Taric code는 역내 수입되는 물건에 대한 분류 코드로 10자리로 구성된다.
 - 부가가치세 및 특별세를 제외, FTA 협정관세 등을 통합한 관세를 부과하며 Taric code가 잘못 기재되었을 경우에는 비용 낭비가 초래될 수 있으니, 주의해야 한다.
 - 동 코드는 EU 관세총국 홈페이지에서 조회가능하다.
(www.ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp)
- 한-EU FTA에 따라 관세는 FTA 협정에 규정된 협정 관세를 우선적으로 따른다.
 - FTA 협정 관세 혜택을 받기 위해서는 원산지 증명이 필수이기 때문에 원산지 증명서를 사전에 준비한 후 이탈리아 세관당국의 요구 시 제출해야 FTA 협정관세를 적용 받을 수 있다.
 - 원산지 증명서를 발급받기 위해서는 국내에서 원산지 인증수출자 인증을 받아야 하므로 원산지 인증수출자 신청을 먼저 해야 한다.
- 관세는 EU 공통 관세를 적용하지만 부가가치세(VAT)는 국가별로 다르게 적용한다.
 - 일반 공산품의 경우에는 22%, 일반식품 10%, 주류 및 음료 22%, 생필품·쌀·파스타 4%의 부가가치세를 납부해야 한다.
 - 일부 특정제품(담배, 주류 등)에 대해서 특별세(excise)가 부과되면 주류는 과세비율이 30%가 넘게 된다. 특별세의 세율은 EU 회원국 마다 차이가 있다.

» 한-EU FTA 협정 관세 신청 절차



요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표출원
및 특허
규정

부록

① 원산지 인증수출자 지정

- 6000 유로를 초과하는 물품을 EU로 수출하고자 하는 업체는 반드시 국내 세관당국으로부터 인증 수출자의 지정을 받아야만 원산지 신고서를 발급받을 수 있다.
- 우리나라의 경우 수출업체의 편의를 위해 인증수출자를 업체별 인증수출자와 품목별 인증수출자 2가지로 분류해서 운영하고 있다.
 - 업체별 인증 수출자로 지정되면 해당 업체가 수출 또는 생산하는 모든 물품에 대해 3년간 인증수출자로 지정 받아 인증 받은 해당 품목(HS 단위 6단위)에 대해 원산지 신고가 가능하다.
 - 품목별 인증수출자로 지정되면 해당 업체는 인증을 신청한 품목에 한해서 2년간 원산지 신고가 가능하다.

② 원산지 증명서 작성

- 원산지 인증 수출업자로 지정 받은 후에 원산지 증명서를 작성할 수 있다.
- 원산지 증명서는 정형화된 서식이 있는 것이 아니라, 원산지 신고내용을 상업 송장, 인도증서 또는 그 밖의 상업서류에 기재하고, 장소 및 날짜와 수출자의 이름을 정확하게 적고, 서명하는 것이다.
 - 유효기간은 발급일로부터 12개월이다.

한국어본	이 서류(세관인증번호 기재)의 적용대상이 되는 제품의 수출자는, 달리 명확하게 표시되는 경우를 제외하고, 이 제품은 (원산지 기재)의 특혜원산지 제품임을 신고한다.
영어본	The exporter of the products covered by this document(customs authorisation No) declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of (origin of products) preferential origin.

출처: FTA특례법 시행규칙 별표 2

» 원산지 인증수출자 종류 및 인증 기준

구분	업체별 인증수출자	품목별 인증수출자
인증 기관	본부 세관(서울·부산·인천공항·인천·대구·광주) 및 평택 직할 세관	
인증 기간	3년	2년
적용 범위	해당업체가 수출 또는 생산한 모든 품목	해당업체의 인증품목
인증 기준	<ul style="list-style-type: none"> - 원산지관리시스템 보유 또는 증명능력 보유 - 원산지 증명서 작성대장을 비치·관리하고 원산지 관리전담자(외부전문가 포함) 지정·운영 - 최근 2년간 원산지 조사 거부사실이 없는 자 - 최근 5년간 서류 보관의무(보관요구를 받고 시정하는 경우는 제외)를 위반한 사실이 없는 자 - 최근 2년간 속임수 또는 부정한 방법으로 원산지 증명서를 발급 신청한 사실이 없는 자 	<ul style="list-style-type: none"> - 원산지 결정기준을 충족하는 물품(HS 6단위 기준)을 수출하는 자 - 원산지 증명서 작성대장을 비치·관리하고 원산지 관리전담자(외부전문가 포함) 지정·운영
제출 서류	<ol style="list-style-type: none"> ① 신청서 (FTA특례법시행규칙 별지 제 3호 서식) ② 수출자가 수출 또는 생산하는 주요 품목의 원산지 소명서(원산지 관리시스템으로 보유하고 있는 경우, 동 시스템의 현황자료 제출 가능) ③ 원산지 확인서(수출자와 생산자가 다른 경우) ④ 원산지 소명서에 기재된 내용을 입증할 수 있는 원산지 확인서류(관세청장 또는 세관장이 요구하는 경우로 한정) 	<ol style="list-style-type: none"> ① 신청서 (FTA특례법시행규칙 별지 제 4호의 2 서식) ② HS 6단위 기준 원산지 인증 신청품목별 원산지 소명서 ③ 원산지 확인서 (수출자와 생산자가 다른 경우) ④ 원산지 소명서에 기재된 내용을 입증할 수 있는 원산지 확인서류(관세청장 또는 세관장이 요구하는 경우로 한정)
인증기간 연장	인증기간 만료 30일 전 까지 연장 신청(업체별은 3년, 품목별은 2년 연장)	

출처: “한-EU FTA 수입통관 매뉴얼”, 주벨기에·유럽연합대사관 한국관세사회

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
산표 출원
및 특허
규정

부록

③ 협정관세 적용 신청

- 한-EU FTA의 협정관세를 적용받기 위해서 사전에 이탈리아 세관당국으로 원산지 증명서를 제출할 필요는 없다.
- 일반 통관절차에 '협정관세적용신청서'를 추가하여 제출하면 FTA 협정관세를 받을 수 있다.
 - 세관이 원산지 증명서를 요구할 경우에만 제출하면 된다. 다만, 수입자는 협정관세를 신청할 때 원산지 증명서를 갖추고 있어야 한다.

» 협정관세 적용 신청 절차



출처: “한-EU FTA 수입통관 매뉴얼”, 주벨기에·유럽연합대사관 한국관세사회

- FTA특례법령에 따라 수입자, 수출자 및 생산자는 원산지의 확인, 협정 관세의 적용 등에 필요한 아래의 서류를 5년간 보관해야 한다.

수입자	수출자	생산자
<ul style="list-style-type: none"> - 원산지증명서 사본 - 수입신고필증 - 수입거래 관련 계약서 - 지적재산권거래 관련 계약서 - 수입물품의 과세가격결정에 필요한 자료 - 수입물품의 국제운송 관련 서류 - 사전심사서 사본 및 사전심사에 필요한 증빙서류(사전심사서를 교부받은 경우에 한함) 	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자에게 제공한 원산지 증명서 사본 - 수출신고필증 - 원재료의 수입신고필증(수출자 명의로 수입신고한 경우에 한함) - 수출거래 관련 계약서 - 당해 물품 및 원재료의 생산 또는 구입 관련 증빙서류 - 원가계산서, 원재료내역서 및 공정명세서 - 당해 물품 및 원재료의 출납, 재고관리대장 - 재료를 공급하거나 생산한 자가 해당 물품의 원산지 증명을 위하여 작성한 후 수출자에게 제공한 서류 	<ul style="list-style-type: none"> - 수출자 또는 협약상대국의 수입자에게 당해 물품의 원산지의 증명을 위하여 작성, 제공한 서류 - 수출자와의 물품공급 계약서 - 원재료의 수입신고필증 - 당해 물품 및 원재료의 생산 또는 구입 관련 증빙서류 - 원가계산서, 원재료내역서 및 공정명세서 - 당해물품 및 원재료의 출납, 재고관리대장 - 재료 생산자가 해당 재료의 원산지 증명을 위하여 작성한 후 생산자에게 제공한 서류

출처: “한-EU FTA 수입통관 매뉴얼”, 주벨기에·유럽연합대사관 한국관세사회

④ 한-EU FTA 협정세율에 따른 주요 품목 관세

품 목		EU HS Code	EU FTA 협정관세율(%)
라면		1902.30.90	0.0
기타 감귤 주스	브릭스 값이 100kg 당 € 30 초과	2009.31.1999	0.0
	브릭스 값이 100kg 당 € 30 이하	2009.31.9990	0.0
기타 소스류		2103.90.9080	0.0
버진 엑스트라 올리브유		1509.10.90	0.0
커피를 함유한 커피대용품		0910.90.90	0.0
쌀 곡류 조제품		1910.90.19	0.0

출처: 통합무역정보서비스(Trade Navi, www.tradenavi.or.kr)

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

02 | 동식물 검역

» 식물 수입 절차



가. 식물 검역¹¹⁾

1) 식물검역 개요

- 이탈리아의 식품안전관리 수준은 EU 회원국 중에 높은 편이다.
 - 통관 시 관할 검역소 확인은 필수이며 수출품이 도착하는 공항이나 항구의 관할 검역소에서 검역을 실시하므로 관할 검역소에 사전 문의하여 검역 신청을 해야 한다.
- 유럽 연합의 보건소비자보호총국(Directorate-General for Health and Consumer)이 제정한 EU 식물검역지침을 준수하며 실제 검역은 이탈리아 검역 당국에서 실시하고 있다.
- EU내 한 수입항에서 식물검역을 받으면 다른 회원국으로 반입될 때 검역을 받지 않고 EU내 모든 국가로 이동할 수 있다.
 - 단, 보호지역으로 반입될 때에는 보호지역의 반입요건에 따라서 검역을 받는다. 이 경우 수출업자가 수입회사 관할 지역의 보건소에 검역 결과를 따로 통보해야 한다.

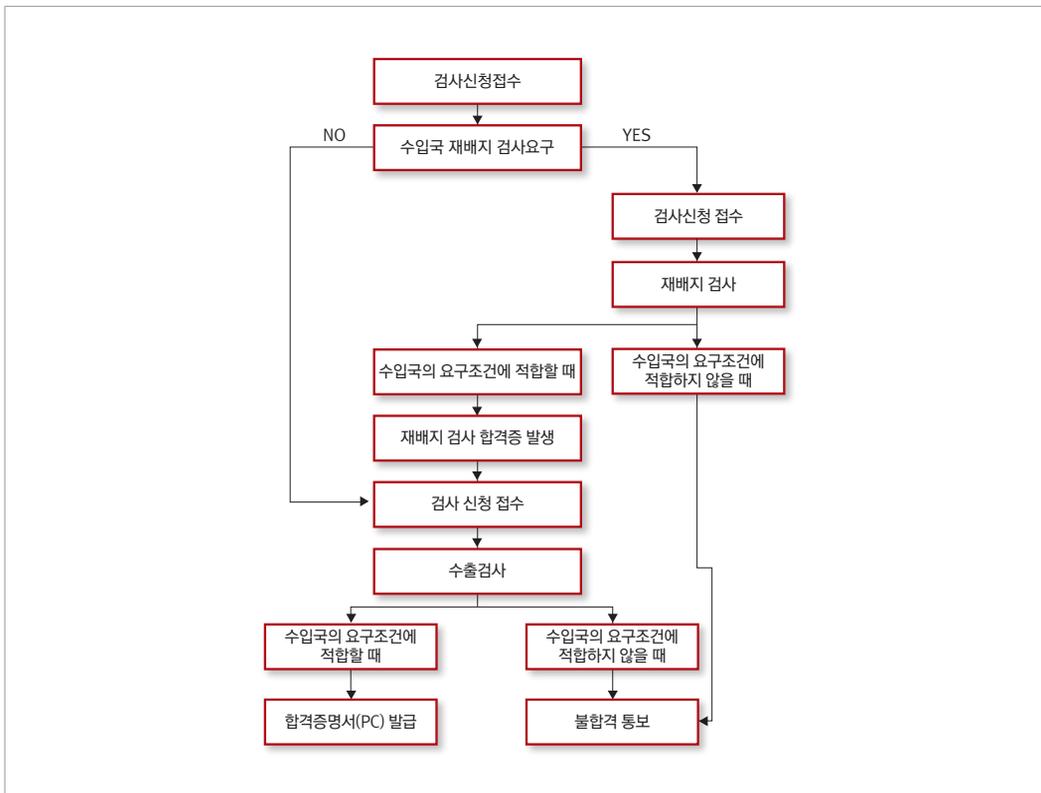
11) 필요서류 : 1. 식물 위생증명서 2. 식물위생세납부 증명서 원본 3. 운송장 4. 인보이스 5. 생산자정식등록(RUP) 증명서(첫수입일 경우) 6. 기타 서류

2) 식물 검역 절차

가) 국내 검역 신청

- 이탈리아로 수출하기 위해서는 농림축산검역본부에서 식물 검역 후 검역확인서 및 위생증명서를 발급받아 이탈리아 세관 당국에 사전 제출
 - 수출식품 등의 검사(식물방역법 제 28조)
 - 식물을 수출하려는 자는 수입국의 요구사항을 충족하는지에 관하여 식물 검역관에게 검사를 받아야 하며, 검사에서 합격하지 못하면 수출하지 못한다.
 - 검사신청은 인터넷, 우편, FAX, 방문접수, 전화로 가능하다.(수출검사합격증명서 작성에 지장이 없을 경우)
 - 검사인력 가동이 가능하고 검사장소로 적합하다고 인정되면 수출자가 원하는 일시, 장소에서 검사를 실시한다.
 - 검사결과 수입국의 요구조건에 부합할 경우 검사합격증(식물위생증명서, Phytosanitary Certificate)을 발급한다.

» 국내식물검역 절차



출처: 농림축산검역본부(www.qia.go.kr)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

수출식물 검역신청서

※ 아래의 작성방법을 읽고 작성하시기 바랍니다.

(앞쪽)

접수번호	접수일	신고기관	처리기간	5일
수출자 (보내는자)	성명	생년월일		
	상호	사업자등록번호		
	주소	전화번호		
수입자 (받는자)	성명	상호		
	주소			
운송수단		선적항		
출항일		도착항		
품목수	품목명	단위	수량	학명
원산지	포장의 수와 종류	수입국(수출상대국)		
검역 희망일시	검역장소	식별표시(Distinguishing Marks)		
신청인 요구사항				

「식물방역법」 제28조와 같은 법 시행규칙 제35조제1항에 따라 검역을 받기 위하여 신청합니다.

년 월 일

신청인

(서명 또는 인)

농림축산검역본부 ○○지역본부장 · 사무소장
지방자치단체의 장

귀하

첨부서류	1. 수입허가서(수입국이 수입허가서를 발행하는 경우만 첨부합니다) 2. 수출국이 발행하는 식물검역증명서(재수출하는 경우만 첨부하며, 신청인이 되돌려 주기를 희망하는 경우에는 확인 후 되돌려 줄 수 있습니다) 3. 별지 제5호서식의 수출(입) 검역 대상 식물 명세서(품목이 2개 이상인 경우만 첨부합니다) 4. 수입국의 요구사항(수입국이 식물검역증명서에 추가 기재사항을 요구하는 경우만 첨부합니다)	수수료 없음
------	--	-----------

작성방법

기재사항은 영문으로 적어야 합니다.

210mm×297mm(백상지 80g/㎡)

* 위 서식은 농림축산검역본부(www.qia.go.kr)에서 다운로드 가능하다.

나) 수출 가능 품목 확인

- 기본적으로 이탈리아와 검역 협정이 체결되어 있어야만 수출이 가능하기 때문에 사전에 수출하려는 품목의 검역협정 여부와 수출 가능 요건을 확인해야 한다.
 - 검역 타결 품목의 변경사항은 농림축산검역본부에 주기적으로 공시된다.
(www.qia.go.kr/listWebQia3WGYYYQ.do?clear=1)
- 감자는 이탈리아와의 검역 협정에 따라 수출 불가 품목으로 지정돼 있다.

» 검역타결 품목 현황(일부)

곡류	쌀(백미, 현미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수
과실류	사과, 배, 감, 단감, 포도, 참다래, 밤, 감귤, 복숭아, 자두, 살구
채소류	무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마
종자류	무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 가지, 파, 양파, 상추, 토마토
버섯류	송이, 표고, 느타리, 팽이, 영지, 새송이, 양송이, 만가닥
수출 불가 품목	감자

출처: “신선 농산물 수출검역 요건”, 농림축산검역본부, 2016

다) 품목별 수출 요건

- 식물의 생명력유지를 위해 식물에 부착된 재배매체는 다음사항을 공식 증명하는 조건으로 허용된다.
 - ① 재식시점 : 흙 또는 유기물이 없거나, 적절한 시험 또는 열처리, 훈증 등을 통해 유해해충 및 선충에 감염되지 않았으며, 유해병해충에 감염되지 않았음을 보증하기 위해 적절한 열처리나 훈증을 하였음.
 - ② 재식이후 : 재배매체는 유해병해충에 감염되지 않도록 적절한 조치를 했음을 보증하거나, 출발에 앞서 2주일 내에 수송 중 생명을 유지하는데 필요한 최소량을 제외한 나머지 매체를 제거하였으며, 사용된 재배매체는 ①의 요건에 부합되게 사용하였다는 것을 증명해야 한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
산표출원
및 특허
규정

부록

» 품목별 검역 요건(일부)

곡류	콩	위생증(PC) 또는 재수출위생증(RC)
	팥	
과실류	사과	- 위생증(PC)(재수출증명서도가능) 첨부 - <i>Anthonomus quadrigibbus</i> , <i>Botryosphaeria berengeriana</i> f. sp. <i>piricola</i> , <i>Carposina niponensis</i> , <i>Cydia inopinata</i> , <i>C. packardi</i> , <i>C. prunivora</i> 미부착
	배	
	포도	위생증(PC)(재수출증명서도 가능) 첨부
	밤	수출식물검역증명서(별도 부기사항 요구조건은 없음)
	감귤	- <i>Deuterophoma tracheiphila</i> , <i>Guignardia citricapa</i> , <i>Phaeoramularia angolensis</i> , <i>Scirtothrips aurantii</i> , <i>S. citri</i> 미부착, - 위생증(PC)(재수출증명서도 가능) - 감귤류에 병원성이 있는 감귤궤양병 무발생지역산 또는 감귤류에 병원성이 있는 감귤 궤양병 미부착 및 소독처리(예 : 염소 또는 나트륨 처리) - <i>Phaeoramularia angolensis</i> 무발생 지역산 또는 무발생장소산
채소류	당근	위생증(PC) 또는 재수출위생증(RC)
	배추	<i>Amauromyza maculosa</i> , <i>Liriomyza bryoniae</i> , <i>L. huidobrensis</i> , <i>L. sativae</i> 및 <i>L. trifolii</i> 의 무발생 지역(3개월동안) 또는 해당 식물은 <i>Amauromyza maculosa</i> , <i>Liriomyza bryoniae</i> , <i>L. huidobrensis</i> , <i>L. sativae</i> 및 <i>L. trifolii</i> 에 대한 수출검사를 받아야 함
	토마토	- 식물검역증명서에 다음 사항을 부기해야 함 (Council Directive 2000/29/EC 부록 4, part A, section 1 제48호 Official statement that the seeds have been obtained by means of an appropriate acid extraction method or an equivalent method approved in accordance with the procedure referred to in Article 18(2), (a) either the seeds originate in areas where <i>Clavibacter michiganensis</i> ssp. <i>michiganensis</i> (Smith) Davis et al., <i>Xanthomonas campestris</i> pv. <i>vesicatoria</i> (Doidge) Dye and Potato spindle tuber viroid are not known to occur; or (b) no symptoms of diseases caused by those harmful organisms have been observed on the plants at the place of production during their complete cycle of vegetation; or (c) the seeds have been subjected to official testing for at least those harmful organisms, on a representative sample and using appropriate methods, and have been found, in these tests, free from those harmful organisms.
	고구마	식물검역증명서(PC) 또는 재수출증명서(RC)

출처: “신선 농산물 수출검역 요건”, 농림축산검역본부, 2016

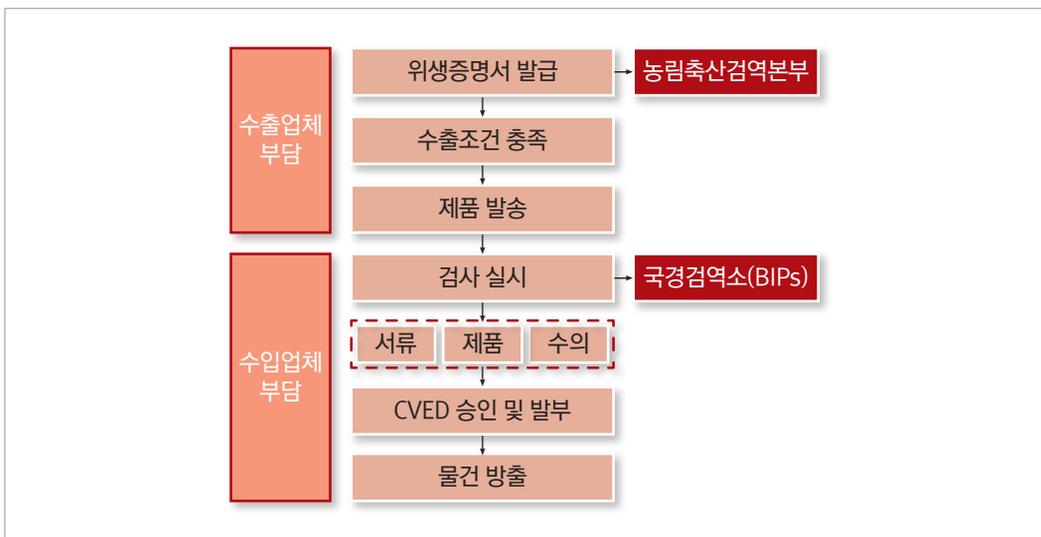
라) 검역 실시

- 이탈리아의 식물성 식품 검역은 이탈리아 항구·공항 국경 보건소(USMAF)의 관리 하에, 이탈리아 세관(Customs)을 통해 실시된다.
- 수입신고서와 함께 제출한 식물위생증명서를 바탕으로 서류검사(Document Check)를 실시하며, 이탈리아 검역당국이 샘플검사(Sample Identity Check) 또는 전수검사(Physical Check)가 필요하다고 판단할 때 물리적 검사가 실시된다.
 - 서류검사는 100% 모든 화물에 실시하며, 샘플 검사는 서류검사 상 문제가 발견되지 않을 경우 원칙상 무작위로 위탁화물 중 10%만 수행된다.

- 샘플검사는 주로 정식통관보다는 보세 통관의 경우 실시된다.
 - 위탁화물이 T1(보세운송통관서류)을 통해 정식통관을 거치지 않고 이탈리아 내의 최종 목적지의 타 보세지역으로 운송되는 경우에 샘플검사가 실시된다.
 - 이 경우, 지역보건소가 샘플검사를 실시하며 USMAF는 지역보건소로부터 전달된 검사 결과를 바탕으로 건강증명서(Health Certificate)를 발부한다.
- 검사 결과 문제가 발견되지 않으면 USMAF는 건강증명서(Health Certificate)를 발부한다.
 - 샘플검사 또는 전수검사의 실시 여부 및 현장 출석에 대한 사항은 수출입업자 혹은 대리인에게 이메일로 통지되며, 세관에서 요청하거나 소명에 필요한 모든 서류를 구비해 최대한 빨리 검사 현장에 출석해야 한다.

나. 동물 검역

- 수출 전 위생증명서를 발급받고 구비서류를 준비한 후 발송한다.
 - 이탈리아 국경검역소에 사전에 도착예정일을 알리는 것이 좋다.
- 이탈리아 내 24개, EU 전체에 276개의 국경검역소(BIPs)에서 서류, 제품, 수의 검역을 실시하며 수의 검역은 무작위로 추출하여 실시한다.
- 검역 후 수의검사 증명서(Common Veterinary Entry Document, CVED)가 TRACES(Trade Control And Expert System) 라는 전산 시스템을 통해 발행된다.



출처 : 농림축산검역본부(www.qia.go.kr)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

가. 라벨링 개요

- 모든 식품에 적용되는 표시에 관한 규정은 유럽연합 지침 2000/13/EC에 명시되어 있다. 식품 라벨링 규정은 EU의 “소비자에 대한 식품 정보 (Food Information to Consumers (FIC))” 규정 No. 1169/2011을 따르며 이탈리아에 수출하는 상품은 이탈리아어로 기재해야 한다.

□ 식품 라벨링 표기 사항

- 식품에는 다음과 같은 사항이 이탈리아어로 표기되어야 한다.
 - 이외에도 글루텐을 기피하는 소비자들의 증가로 글루텐 프리(Gluten-free)를 표기하는 제조업체가 증가하고 있다.

- ① 영양 성분표
- ② 원재료 함량 또는 유형
- ③ Quantitative ingredients declaration (QUID)
- ④ 제품명
- ⑤ 제품 내용물 순 무게
- ⑥ 유통기한
- ⑦ 보관상 주의사항 및 제품 사용법
- ⑧ 제조사 정보 (회사명, 주소)
- ⑨ 제품 원산지
- ⑩ 알코올 함유량
- ⑪ GM(유전자변형) 식품 표시
- ⑫ 알레르기 유발 성분
- ⑬ 생산로트번호(Lot Number)
- ⑭ 추가 정보(카페인 함유 등)

출처 : EU 집행위원회(ec.europa.eu/food.safety/labelling_nutrition)

- 라벨링 표기 시에는 규정된 표기관련 글자 크기와 색을 정확히 준수해야 한다.
 - 최소글자크기 : 1.2mm(단, 포장면적이 80cm² 이하일 경우 0.9mm)
 - 의무 표기 대상은 포장의 내용과 다른 이미지 또는 광고문 금지

¹²⁾ Directive 2000/13/EC of the EUROPEAN PARLIAMENT and of the COUNCIL를 참조

나. 라벨링 규정

□ 소매 판매용으로 수입되는 모든 식품은 다음의 정보를 이탈리아어로 기재

① Nutrition Information Panel(영양성분표)

- 2016년 12월 17일부터 영양성분 표시 의무제도가 실시되었다.
 - 영양성분표에 포함되어야 하는 정보는 아래와 같다.
 - 단, 표기된 영양성분량은 분석의 정확성, 원재료의 변화, 가공에 따른 영양변화, 영양소의 안정성, 저장조건 및 보관시간에 따라 오차가 발생할 수 있다.
- 식물성 지방에 대하여 정확히 표기해야 한다.
 - 광범위한 의미의 식물성 지방 혹은 오일 함유라는 표기는 금지된다. 팜유 등 인체에 해로운 저품질 식물성 기름의 무분별한 사용을 막기 위한 의도이다.
 - 영양소(단백질, 탄수화물, 지방산, 섬유, 나트륨, 비타민, 미네랄) 및 각 영양소의 일일 권장량
 - 열량표기
 - 알레르기 유발 항원 표기
 - 카페인 및 퀴닌(quinine)성분 유무 필수 표기
 - 콜레스테롤 함량 표기
 - 2% 미만의 영양소는 기본 영양소 뒤에 표기
 - 2가지 이상의 재료(첨가물)가 들어간 음식, 음료의 경우 주요 성분 뒤에 무게에 따라 구성성분 표기

Valori nutrizionali / Nutritional value / Valeurs Nutritionnelles / Nährwerten	pro 100 g
Energia / Energy / Energie / Energie	1980 kJ 473 kcal
Grassi / Fat / Lipides / Fett di cui Saturi / Of which Saturated / Dont Saturés / Davon Gesättigt	32,5 g 21,8 g
Carboidrati / Carbohydrate / Glucides / Kohlenhydrate di cui Zuccheri / Of which Sugar / Dont Sucres / Davon Zucker	44,3 g 39,1 g
Fibre / Dietary fiber / Fibre / Faser	17,9 g
Proteine / Protein / Protéine / Eiweiß	3,9 g
Sale / Salt / Sel / Salz	0,05 g

② 원재료 함량 또는 유형

- 특정 성분 및 식품첨가물을 중량의 내림차순으로 정렬한다.
 - GMO, 포장용 가스, 감미료, 아스파탐, 폴리올, 키니네 및 카페인 성분에 대해서는 라벨에 성분 함유 표시를 해야 한다.
- 또한, 식품첨가물 규정 no. 1333/2008의 부속서 V에 의해 식용 색소인 sunset yellow (E110), quinoline yellow (E104), carmoisine (E122), allura red (E129), tartrazine (E102) 와 ponceau 4R (E124)이 포함된 식품에는 “어린이의 활동과 주의에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다.”라는 문구를 기재해야 한다.
- 소비자가 오용할 수 있는 동봉된 비식품에는 “DO NOT EAT” 문구가 표시되어야 하며 가능한 경우 다음과 같은 경고 기호를 표기해야 한다.



GB: INGREDIENTS: WATER, SOYA BEANS, ISOLATED SOYA PROTEIN (12.6%), ACIDITY REGULATOR: E575, FIRMING AGENT: E509. PRODUCT OF U.S.A. / D: ISOLIERTES SOJAPROTEIN (12.6%), SÄUREREGULATOR: E575, FESTIGUNGSMITTEL: E509. HERGESTELLET IN U.S.A. / F: INGREDIENTS: EAU, FEVES DE SOJA, CORRECTEUR D'ACIDITÉ : E575, AFFERMISSANT : E509. PRODUIT DES U.S.A. / NL: INGREDIËNTEN: WATER, SOJABONEN, GEÏSOLEERD SOJA-EIWIT (12,6%)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

③ Quantitative ingredients declaration (QUID)

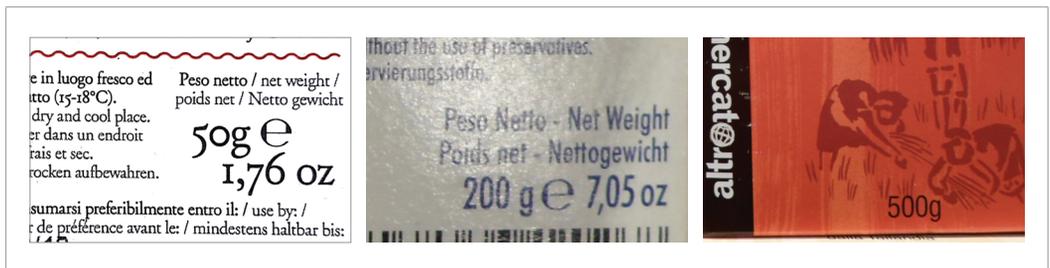
- 판매되는 이름에 식품성분 또는 성분 카테고리가 표시되는 경우에는 식품 성분을 분명하게 표시하기 위한 QUID정보가 포함되어야 한다.
 - 예를 들어, 딸기아이스크림의 경우 “15% 딸기가 함유되어 있다.” 또는 “15% 딸기 함유” 표시하고 과일 파이의 경우 “과일이 35% 함유되어 있다.” 또는 “35% 과일 함유”라고 총 과일 함유량을 표시해야 한다.
- 또는 재료의 성분이나 카테고리가 식품을 특성화하고 유사한 제품과 구별하는 데 필수적인 경우에도 QUID 정보가 포함되어야 한다.
 - “버터로 만든 것”이라는 문구 혹은, 낙농 성분을 강조하는 젓소 그림 또는 크기, 색상이나 스타일이 다른 것과 구분되는 그래픽으로 강조한다.

④ 제품명

- 제품명을 표기할 때는 제품의 상태(예: 동결, 건조, 분말 등)를 알 수 있는 정보를 함께 기입해야 한다.
 - 법의 인가를 받은 이름을 표기하고 없을 경우에는 제품에 관한 간략한 설명을 추가해야 한다.
- 방사선 처리 식품 또는 급속 냉동식품 같이 특이 사항을 표기해야 할 제품에는 표시를 해야 한다.
 - 예를 들어 ionising radiation 처리된 식품에 대해서는 이탈리아어로 ‘irradiato’ 또는 ‘trattato con radiazioni ionizzanti’라고 표시해야 한다.

⑤ 제품 내용물의 순 무게

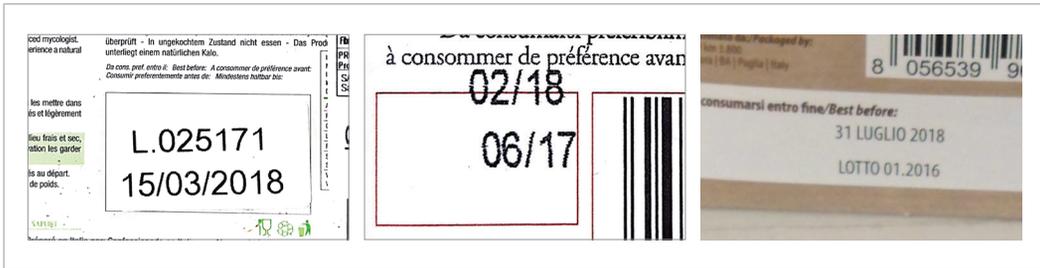
- 일반적으로 제품정보 고시 면의 바코드 위쪽에 표기되며, Net weight, Peseo netto로 표기 되어야 한다.



⑥ 유통기한 및 유효일자

- 모든 포장에는 최소 보관 가능 기간이 나열되어 있어야 한다.
 - 권장되는 형식은 “Best Before end of DD/MM/YY”이며, 식품을 적절히 보관 할 수 있는 소비의 시간제한을 표시하는 것도 가능하다.

- 신선한 과일, 야채, 껍질이 남아있는 제품, 와인류, 탄산음료, 10%이상의 알코올 함유 음료, 5리터 이상 대용량의 음료, 소금 및 고형 설탕, 식초, 견류, 개별 포장된 아이스크림류는 유통기한 표기가 의무가 아니다.



⑦ 보관상 주의사항 및 제품 사용법

- 모든 특수한 보관 조건 또는 사용 조건을 표시해야 하며 필요에 따라 사용 지침을 제공해야 한다.



⑧ 제조사 정보 (회사명, 주소)

- 회사명과, 주소를 기입해야 한다. 단, 제조사가 이탈리아와 EU 내에 소재하지 않을 경우에는 수입업체의 이름과 주소, 수입자의 이름을 명시해야 한다.



요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

⑨ 제품 원산지 표시(Country of Origin Labeling, COOL)

- 원산지에 관한 상세한 설명이 없으면 소비자가 오해할 수 있는 경우, 원산지에 대한 상세한 설명을 표기해야 한다.
- 벌꿀, 과일, 아채, 올리브 오일, 수산물, 육류(냉장, 냉동)는 원산지 표시가 의무이다.¹³⁾
 - 원산지 표시가 의무가 아닌 품목이라도 주성분의 원산지와 식품의 원산지가 상이할 경우 원산지가 상이하다는 것을 표시해야 한다.



⑩ 알코올 함유량

- 볼륨당 1.2%이상의 알코올이 포함된 음료의 경우, 1볼륨당 들어있는 알코올 함유량을 '%vol' 로 표기해야 한다.



⑪ GM(Genetically Modified, 유전자변형) 식품 표시

- GMO 생산 또는 재료가 첨가된 식품일 경우 GMO 참조 정보를 필수적으로 표기해야 한다.
- 가공식품의 경우에는 영양성분표에 GMO 정보를 표기하고, 비포장 식품일 경우에는 GMO 성분 유무에 대한 정보를 식품 옆에 표기해야 한다.
 - GMO 표기사항은 GMO 함유량이 0.9%이상인 식품에만 적용된다.

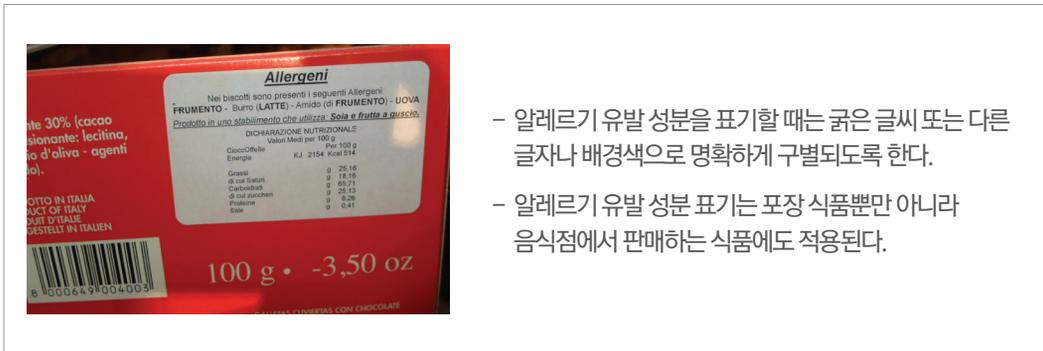
13) 2017년 4월 13일자 이탈리아 농림부의 보도자료에 의하면 자국 농민의 수입을 보호하고 이탈리아와 유럽의 생산을 향상시키기 위해 쌀도 원산지 표시 의무화를 적용할 예정이다.



- 판매처 : Eataly
- 제품명 : TASTE OF NATURE
- 원산지 : Italy

⑫ 알레르기 유발 성분 표기

- 한국식품의 유럽 수출이 증가하면서 한국식품의 알레르기 성분 미 표기로 인한 경고 및 리콜조치가 자주 발생하고 있다.
 - 알레르기 성분의 미 표기는 고의적이기보다는 문화적 차이와 알레르기 성분에 대한 낮은 인지도로 인해 발생한다.
 - 된장의 경우 한국인이나 한국음식에 친숙한 사람은 당연히 콩 성분이 들어가는 것을 알고 있지만 해외에서는 매우 생소한 정보이니 표시해야 한다.



- 알레르기 유발 성분을 표기할 때는 굵은 글씨 또는 다른 글자나 배경색으로 명확하게 구별되도록 한다.
- 알레르기 유발 성분 표기는 포장 식품뿐만 아니라 음식점에서 판매하는 식품에도 적용된다.

- 식품 조제에 사용되었거나 최종 생산물에 여전히 함유되어 있고 알레르기 또는 과민반응을 유발하는 원재료나 가공보조제는 필수로 표기해야 한다.
- 경고 표기가 필수인 알레르기 유발 원인으로는 달걀, 생선, 루핀, 우유, 연체동물 (오징어, 홍합, 새조개, 쇠고둥, 달팽이 포함), 머스타드, 견과류, 깨, 콩, 감각류 (새우, 게, 랍스터 포함), 셀러리, 글루텐 포함 시리얼(밀, 호밀 보리, 귀리 포함), 리터 혹은 1kg 당 10mg 이상의 아황산 및 아황산염이 있다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

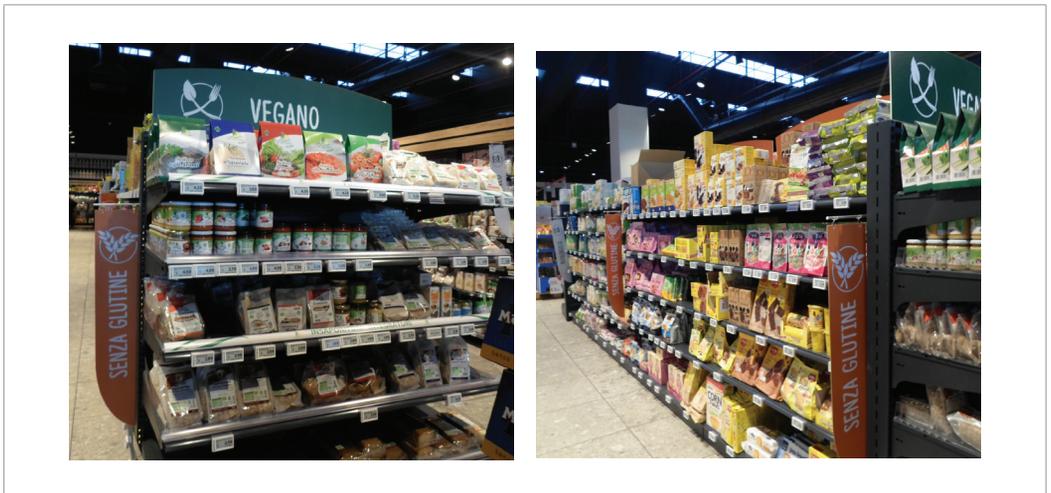
Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

다. 글루텐프리(gluten-free) 식품 표시

- 밀가루를 잘 소화시키지 못하는 일명 ‘글루텐 민감성’을 가진 소비자를 위한 글루텐 프리 식품은 유럽에서 쉽게 구매가 가능하며 현재 다양한 제품이 시판되고 있다.
 - 유럽에서 글루텐은 인체에 알레르기를 유발할 수 있는 물질로 분류되므로 라벨링에 글루텐 정보를 기입하는 제조·판매업체가 증가하고 있다.
 - 이에 따라 ‘글루텐 민감성’이 없더라도 건강을 염려해서 자발적으로 글루텐 함유 식품의 소비를 줄이는 소비자가 늘어남에 따라 글루텐 프리 식품 시장 규모는 더욱 커지고 있다.
- 미국과 마찬가지로 유럽연합에서는 글루텐 함량이 20ppm 이하, 즉 1kg 당 20mg 이하여야 글루텐 프리 식품으로 표기할 수 있다.
- 건강을 중시하는 세계적인 ‘웰빙’ 추세에 따라 글루텐 프리 식품이 주목받고 있으나 글루텐 함량 검사를 통해 폐기 또는 리콜되는 제품이 종종 발생하고 있기 때문에 수출 전에 대비할 수 있도록 주의를 해야 한다.

» 대형 유통업체 내 비건, 글루텐 프리 코너



04 | 진입장벽 및 통관 거부사례

가. 진입장벽

- 법령이나 제도적인 관점에서 EU와 별도로 독자적으로 운영하는 통관절차상의 제한이나 장벽은 없음
 - EU 회원국으로서 통관절차와 관련해서 EU의 관련규정을 동일하게 적용한다.
 - 다만, 이탈리아는 타 EU 국가에 비해 행정속도가 느려 통관에 1일 정도 소요되며, 통관 시 서류 미비는 엄격하게 관리한다.
 - 만약 식품 통관 억류가 발생하면 사유와 함께 이탈리아 보건청 Database에 등재 되며, 빈도가 많아지면 블랙리스트로 관리된다.
 - 블랙리스트로 관리되면 통관 시 물품에 대해 심층 검사가 이루어지고, 검사 빈도도 높아진다.

- ‘Prodotto in Italia’를 매우 선호하며 식품에 관해 매우 보수적인 이탈리아 시장
 - 식품에 관해 매우 보수적이며 타 국가의 식품점이 많지 않다. 특히 한국식품 인지도는 매우 미미하다.

- 첫 수입하는 품목에 대해 경험이 부족하여 수입통관을 반려했던 경우 발생
 - 처음 접하는 식품은 해당 물품 파악에 시간이 다소 소요되며, 수입통관이 반려되기도 하는 어려움이 발생한다.
 - 한국식품 수입업체인 사에 따르면, 한국으로부터의 식용 썬갓 수입이 반려된 사례가 있다. 그 이유는 썬갓 꽃은 관상용인데 썬갓을 식용으로 수입한다는 점에 대해 이탈리아 당국이 거부감을 가졌기 때문이다.

- 자국 보호를 위해 식품첨가물 및 라벨링에 관한 수입식품 규제가 엄격한 편
 - 식품산업은 국가 전략산업 중 하나이기 때문에, 주요 품목(쌀, 파스타, 와인, 신선농산물 등)과 중복되는 수입식품에는 식품첨가물과 라벨링에 관한 규제가 엄격하다.

요약

Part I
국가 일반
현황Part II
농식품시장
동향Part III
수입통관
제도Part IV
식품 위생
제도Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 통관거부 사례

- EU 통관 거부사례는 EU 소비자 정보 공시 홈페이지 RASFF Consumer Portal에서 확인 가능하다.
- 사례 중 번역 과정에서 발생한 제품명 오기는 한국산 식품에 대한 신뢰를 떨어뜨리고, 나아가 한국식품 전반에 대한 이미지를 추락시킬 수 있으므로 주의해야 한다.
 - 또한 글루텐 프리 식품 시장이 성장하면서 글루텐 프리라고 표시했으나 함량 기준 20ppm을 위반하여 적발되는 사례가 종종 발생하고 있으니 주의가 필요하다.

» 2014-2017 한국식품 통관 거부사례

품목	날짜	불합격사유	조치
수산물	2014/05/13	스페인, 포르투갈을 경유한 한국산 냉동 황새치 살코기(Xiphias gladius)에서 수은(2.258 mg/kg-ppm) 검출	소비자 리콜
수산물	2014/09/10	한국산 황새치 살코기(Xiphias gladius)에서 수은(1.93mg/kg-ppm) 검출	관련 기관에 통보
과일 및 채소	2015/01/21	한국산 생버섯(Pleurotus eryngii)에서 미신고 아황산염(112.64mg/kg-ppm) 검출	관련 기관에 통보
수산물	2015/06/18	한국산 원자재로 프랑스에서 가공된 냉장 황새치 살코기(Xiphias gladius)에서 수은(2.086mg/kg-ppm) 검출	파기
코코아 및 코코아 조제품, 커피, 차	2015/07/09	한국산 녹차에서 뷰프로페진(0.60mg/kg-ppm)과 허가되지 않은 엔도솔판(0.14mg/kg-ppm) 농약성분 검출	반송
수산물	2016/06/08	한국산 훈제 가다랑어 참치조각(Katsuwonuspelamis)에서 벤조피렌(14 μg/kg-ppb), 다환방향족 탄화수소(PAH4 sum: 95.2 μg/kg-ppb), 벤조안트라센(41.9 μg/kg-ppb) 등의 발암물질 검출	수입 불허
수산물	2016/06/08	한국산 훈제 가다랑어 참치조각(Katsuwonuspelamis)에서 벤조피렌(37.1 μg/kg-ppb), 다환방향족 탄화수소(sum4: 295.6 μg/kg-ppb), 벤조안트라센(130.9 μg/kg-ppb), 크리센(125.4 μg/kg-ppb) 등의 발암물질 검출	반송
수산물	2016/11/16	한국산 수산물 A의 이름을 이탈리아어 번역 상 B로 오기	전량 폐기
수산물	2017/03/13	한국산 냉동 황새치 슬라이스에서 수은(1.5mg/kg-ppm) 검출	소비자 리콜

출처 : RASFF Consumer Portal(www.webgate.ec.europa.eu/rasff-window/portal),
Siciliafan(www.siciliafan.it) 재구성

Part IV

| 식품 위생 제도 |

01. 식품관련 인증제도

02. 식품첨가물 및 유해물질 규정





Italy

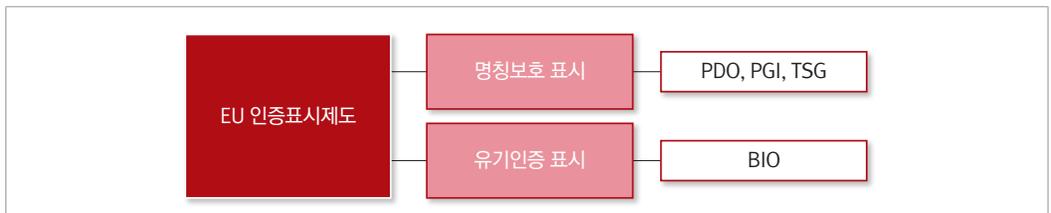
Part IV

식품 위생 제도

01 | 식품관련 인증제도

가. 식품인증 개요

» EU 식품인증체계



- EU의 식품 인증표시제도는 크게 명칭 보호 표시와 유기인증 표시의 두 분야로 나뉜다.
 - 이탈리아는 특히 모조식품으로부터 전통 식자재들을 보호하고자 EU 국가 중 가장 많은 인증을 취득하였다.
- EU의 유기인증표시로는 BIO 인증이 있다. EU 역내에서 유기농 인증을 사용하려면 BIO 인증의 발급이 필수이나, 한국은 2015년 2월 1일부터 발효된 한-EU 동등성 협약에 따라 국내에서 유기인증 받은 식품은 EU에서 별도의 인증 없이 유기인증표시를 사용할 수 있다.
- 이 외에도 글루텐 프리(Gluten-Free), 비건(Vegan) 및 Non-GMO 인증 등이 소비자들의 구매 요인으로 작용한다.

» 인증 종류

PDO	PGO	TSG	Euro-leaf(Bio)	Gluten Free	Vegan	NON-GMO
동등성 인정				개별 취득		

나. 식품인증제도의 종류

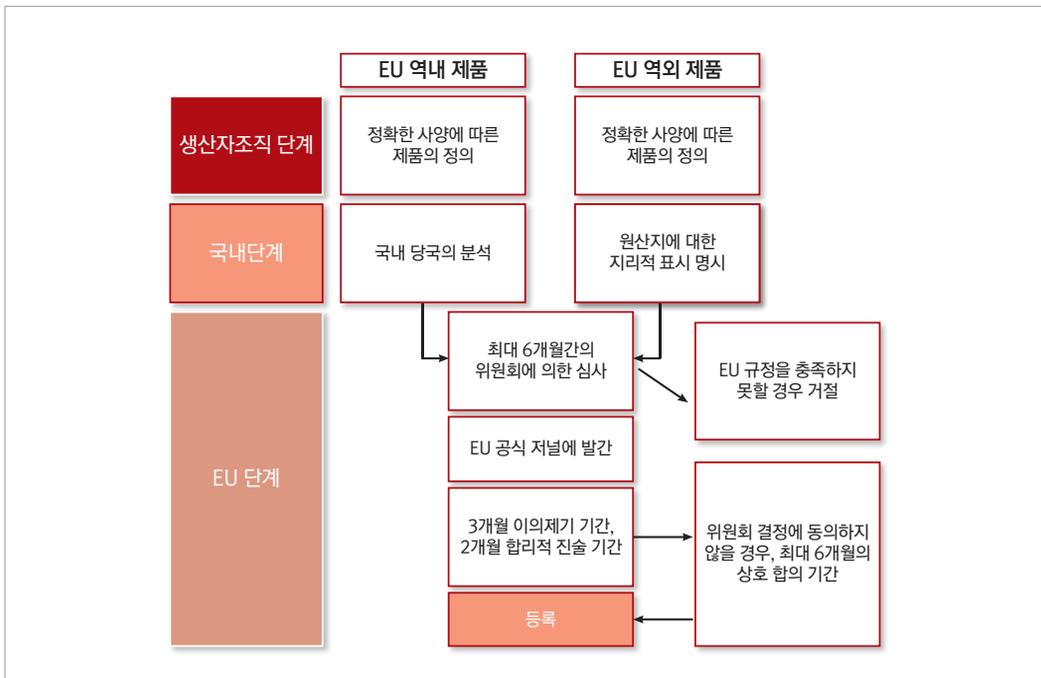
1) 명칭보호 표시 제도

- 고품질의 농산물 및 가공식품의 판매를 촉진하고, 해당 제품의 고유명칭을 모방과 오용으로부터 보호하기 위해 유럽연합은 세 가지 품질 인증 제도를 운영한다.
- 한국에서도 지리적 표시 등록제도(PGI)를 운영하고 있으며, 국내 PGI 등록시에는 한-EU FTA 상표법 개정 한-EU FTA 상표법개정¹⁴⁾에 의하여 EU의 명칭보호표시제도와 동일한 수준의 보호를 받는다.
- 원산지 명칭보호(PDO)와 지리적 표시보호(PGI)의 보호 대상은 위원회 규정 510/2006에 따라 다음과 같은 품목으로 규정한다.

구분	상품명
식품	맥주, 식물추출 음료, 빵류, 천연검·수지, 겨자, 파스타, 소금 등
농산물	신선육, 가공육류, 치즈, 계란, 꿀, 유제품, 버터·마가린·오일, 과일·채소·시리얼, 해산물, 후추, 건초, 식물성 정유, 동물성 천연염료, 화훼류 및 장식용 식물, 모직물, 고리버들 세공품, 아마섬유(scutched flax), 솜 등

출처: 특허청(www.kipo.go.kr)

» 명칭 보호 표시 제도(PDO, PGI, TSG) 등록절차



출처: EU Commission(www.ec.europa.eu/agriculture)

14) 한-EU FTA 상표법개정(2010.10.06) : EU의 GI와 지리적 표시 단체표장과의 형평성을 맞추기 위해 상표법상의 지리적 표시 단체표장의 상품 보호 범위를 EU의 GI와 동일하게 부여함

요약
Part I 국가일반 현황
Part II 농식품시장 동향
Part III 수입통관 제도
Part IV 식품위생 제도
Part V 상표출원 및 특허 규정
부록

가) 원산지 명칭 보호(Protected Designation of Origin, PDO)

- 원산지 명칭 보호(PDO)는 지리적 특성과 연관된 제품의 명칭을 유럽연합 영토 내에서 지적재산권으로 일관되게 보호함으로써 생산자에게 공정한 수익이 돌아가도록 하고, 부가가치를 창출하는 제품 특성 정보를 소비자에게 제공한다.

	인증명	원산지 명칭 보호(PDO)
	동등성 인정 여부	동등성 인정
	관련 규정	Regulation (EU) No1151 / 2012
	대상 품목	특정 지역에서 생산되고 가공된 특정 식품
일반 사항	<ul style="list-style-type: none"> - “원산지 명칭”은 특정한 지역의 기후 및 환경적 특성과 그 지역에서 대대로 내려온 생산기술 및 노하우가 결합하여 그 지역이 아니면 다른 어느 곳에서도 생산할 수 없는 제품에 부여됨 - 제품의 원산지가 특정한 장소, 지역 또는 국가이며 제품의 품질 또는 특성이 특정한 지리적 환경의 고유한 인문, 자연적인 요소에 근본적으로 기인하고 제품의 생산과정 전 단계(생산, 가공, 준비)가 명시된 지리적 지역에서 이루어져야 함 - 이외에도 원재료의 생산 지역을 명시하며 원재료를 생산하기 위한 특별한 조건이 존재하고 조건이 지켜지는지 확인할 수 있는 규제 장치가 마련되어있음 - “원산지 명칭”이 2004년 5월 1일 이전에 등록되었으면 제품의 원산지가 명시된 지리적 지역보다 더 넓거나 다른 지역에서 생산 되어도 “원산지 명칭”을 사용할 수 있음 - 등록된 제품명과 PDO 로고를 함께 표시하고, “원산지명칭보호(Protected Designation of Origin, PDO)” 또는 약어인 “PDO”를 표시할 수 있음 	

출처 : 유럽연합 위원회 (EU Commission, www.europa.eu)

구분	판매 정보	구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Eataly 제품명 : 카르나롤리 쌀 원산지 : Italy, 카르나롤리		판매처 : Eataly 제품명 : 안드레아 쌀 원산지 : Italy, 안드레아		판매처 : Excelsior 제품명 : Petit Pont L'evêque 원산지 : Italy

나) 지리적 표시보호(Protected Geographical Indication, PGI)

- 지리적 표시보호(PGI) 또한 PDO와 같이 지리적 특성을 반영하는 제품의 명칭을 지적 재산권과 같이 보호함으로써 생산자에게 공정한 수익이 돌아가도록 하고, 부가가치를 창출하는 제품 특성에 대한 정보를 소비자에게 제공한다.

	인증명	지리적 표시보호(PGI)
	동등성 인정 여부	동등성 인정
	관련 규정	Regulation (EU) No1151 / 2012
	대상 품목	특정 지역에서 생산, 가공 중 한 단계가 진행되는 특정 식품
일반 사항	<ul style="list-style-type: none"> - “지리적표시”는 제품이 특정한 장소, 지역, 또는 국가에서 유래해야 하며 제품의 품질, 명성, 기타 특성이 본질적으로 지리적 원산지에 기인해야 함 - 제품의 생산 과정 중 적어도 한 단계가 명시된 지역에서 이루어져야 함 - 지리적 표시 보호가 원산지 명칭 보호보다 완화된 형태의 명칭 보호 인증제도 - 지리적 표시보호는 제품의 명성까지 고려하여 해석할 수 있는 여지를 넓혔으며, 제품의 특성이 원산지에 배타적으로 귀속될 필요는 없음 - 생산과정의 전 단계가 명시된 지리적 지역에서 이루어 질 필요가 없으므로 다른 지역에서 생산한 원재료로 만든 제품도 지리적 표시 보호의 대상이 될 수 있음 - 등록된 제품명과 PGI 로고를 함께 표시해야함 - “지리적표시보호(Protected geographical indication)” 또는 약어인(PGI)를 추가로 표시할 수 있음 - 이외에도 원산지에 해당하는 지리적 지역에 대한 묘사, 원산지가 소재하는 회원국 또는 지역을 나타내는 문장, 그래픽, 표지를 사용할 수 있음 	

출처 : 유럽연합 위원회 (EU Commission, www.europa.eu)

구분	판매 정보	구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Eataly 제품명 : Nano Vialone 쌀 원산지 : Italy, Nano Vialone		판매처 : Eataly 제품명 : Rigatoni Bio 원산지 : Italy		판매처 : Eataly 제품명 : Past mista bio 원산지 : Italy

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

다) 전통 특산물 보증(Traditional speciality Guaranteed, TSG)

- 전통 특산물 보증(TSG)은 인증을 통해 전통적인 제품의 마케팅을 지원하고 부가가치를 창출하는 전통적인 제조법 및 제품의 특성을 널리 알려서 전통적인 생산법과 제조법이 사라지지 않도록 보호하는 인증이다.

	인증명	전통 특산물 보증(TSG)
	동등성 인정 여부	동등성 인정
	관련 규정	Regulation (EU) No1151 / 2012
	대상 품목	전통적인 생산 방식으로 생산되는 모든 식품
일반 사항	<ul style="list-style-type: none"> - “전통특산물”으로 등록하기 위해서는 먼저 전통적인 생산, 가공, 구성방식으로 제품을 생산하고, 전통적으로 허용되었던 원재료나 원료로 제품을 만들어야 함 - 제품의 명칭이 특정한 제품을 지칭하기 위해 전통적으로 사용되었거나, 제품의 명칭이 제품의 전통적 속성이나 특정한 속성을 명확히 나타내야 함 - 제품 명칭이 다른 유럽연합 회원국이나 제 3국에서도 사용된다면, 동일하거나 유사한 명칭을 공유하는 비슷한 제품과 구별하기 위해, 전통특산물 보증 제품 명칭에 “(국가명 또는 지역명)의 전통에 따라 제조됨”이란 문구를 병기함 - 제품 명칭이 여러 제품에서 사용된 일반적인 특성만을 언급하거나 유럽연합의 특정 법률에서 제시하는 주장만을 언급한다면 전통특산물 보증 명칭을 사용할 수 없음 - 등록된 제품명과 TSG 로고를 함께 표시해야 함 - “전통특산물보증(Traditional Specialty Guaranteed, TSG)” 또는 약어인 “TSG”를 추가로 표시함 - 유럽 생산제품 및 역외 생산제품 모두 선택사항임 	

출처 : 유럽연합 위원회 (EU Commission, www.europa.eu)

2) 유기인증표시 제도(Euro-leaf)-필수 인증

- 이탈리아는 유기인증표시에 관해 EU의 규정을 따르고 있으며, Euro-leaf라는 인증 마크를 사용한다.
 - 유기농법으로 재배한 농산물, 식품일지라도 유기농 인증을 받지 않으면 유기농 표시를 부착할 수 없으며 유기농 제품으로 홍보, 마케팅 하는 것도 금지돼 있으니 인증을 취득해야 한다.
- 한국 제품의 경우 지난 2015년 체결한 한-EU 동등성 협약에 의거해 따로 유기인증 절차를 받지 않아도 유기농 마크를 사용할 수 있다.

	인증명	Euro-leaf(BIO)
	동등성 인정 여부	동등성 인정
일반 사항	<ul style="list-style-type: none"> - EU 유기농 식품 인증은 유기농 식품으로 표시되는 농작물 및 유기농 식품들의 생산 및 제조과정의 규정을 다루고 있으며, 세계 유기농업 운동연맹(IFOAM)에서 명시하고 있는 가이드라인을 제시함 - 생산자 및 가공업체들에게 생산 과정 및 사용 가능한 첨가물 등을 규정하고 있는 물질목록에 명시되지 않은 첨가물, 식품 등은 유기농 식품/식품 제조과정에서 사용이 금지됨 - 제조자가 유기농 경작이나 유기농 제품 제조를 시작하기 전에 반드시 EU 회원국에 의해 인가받은 유기농 인증 시험기관에 심사를 받아야 함 - 제조자의 농지와 제조 공정은 시험기관에 의해 검사를 받아야 하며, 기존의 농장은 반드시 최소 2년 동안 유기농 농지로의 전환기를 거쳐 경작 후 유기농 제품으로서 판매를 할 수 있음 - 필요한 서류 작성을 포함 농산물 재배지 및 생산과정이 EU 규정 및 국내법이 정하는 유기농 생산 기준에 적합한지에 실사를 받아야 하기에 인증 획득에 소요되는 기간은 보통 2~3개월임 - 인증 비용은 검사항목 및 생산 규모에 따라 상이함 - EU Organic Farming, 이탈리아 농림부에서 공인한 기관이 발급(ICEA, CCPB, CsQA 등) 	
관련 규정	EU ORGANIC-EEC 834/2007, (EC) No 889/2008, (EU) No 271/2010, (EC) 1235/2008	
대상 품목	꿀이나 와인, 수산물, 축산물을 제외한 것으로, 사람이 소비하는 농작물, 동물의 먹이, 유기농산물, 화훼류가 해당됨	

출처: 유럽연합 위원회(EU Commission, www.europa.eu), 해외인증정보시스템(www.certinfo.or.kr)

구분	판매 정보	구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처: Eataly 제품명: Fette Biscottate 원산지: Italy		판매처: Eataly 제품명: Riso thay rosso 원산지: Thailand * 공정무역상품		판매처: Eataly 제품명: Bio Break 원산지: Italy

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

○ 지난 2015년 2월 1일부터 발효된 한-EU 동등성 인정(EC No 1235/2008)에 따라 이탈리아에서 유기농 식품을 판매할 시 별도의 인증을 받을 필요는 없다.

- 한국에서 “유기”로 인증을 받은 가공식품은 아래 사항을 충족할 경우 이탈리아의 규정에 따른 인증을 별도로 획득할 필요 없이 “유기”로 표시하여 수출할 수 있다.

① 인정 범위

- 한국의 규정에 따라 유기인증을 받고, 한국 내에서 최종 가공된 식품
- 가공식품의 범위는 수입국의 분류기준 적용
- 유기원료가 95% 이상 함유된 제품

② 동등성 인정의 유효기간: 2018년 1월 31일 까지

③ 동등성 인정의 조건

- 화학 합성 농약, 유전자 변형 농산물, 방사선 조사 등 금지된 물질(방법)은 사용할 수 없으며, 통관 및 유통과정에서의 금지물질에 대한 검사 및 후속조치는 이탈리아의 규정이 적용된다.
- 라벨 표시사항은 이탈리아의 규정이 적용된다.

3) 글루텐 프리 인증(Gluten-Free)

- 기존의 글루텐 프리(Gluten-Free) 식품은 셀리악(Celiacs) 병 환자가 주로 찾았지만, 글루텐 프리 식품이 건강식품으로 조명되면서 일반 소비자들의 수요가 급증하고 있다.
 - 특히 이탈리아 시장은 건강에 관해 매우 민감하여 글루텐 프리 인증이 부착된 식품의 구매 유도 효과가 크기 때문에 대형 유통업체에는 글루텐 프리 식품만을 위한 매대가 준비되어 있다.

	인증명	Crossed Grain mark(Gluten-Free)
	동등성 인정 여부	미인정(개별 출원)
일반 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 글루텐 프리 식품을 관리·감독하는 국제기구가 존재하지 않아 AOECS(Association of European Coeliac Societies)의 이탈리아 회원단체 Associazione Italiana Celiachia(AIC) 통해 진행하고 있음 - 글루텐 함유량이 20ppm 이하여야 하며, 글루텐 함량을 낮추기 위해 특수 처리된 밀, 호밀, 귀리, 보리 등 곡물로 제조된 식품의 글루텐 함유량이 100ppm 이하일 경우에는 글루텐 극저함유(Very Low Gluten) 인증 취득 - 인증 유효기간은 만 3년이며, 연장 가능 - 인증 신청 시 글루텐검사 결과를 제출하며, 이후 매년 제출해야 함 	
관련 규정	(EU) No 828/2014(식품 및 메뉴), (EC) No 178/2002(제조 및 판매), (EC) No 41/2009(라벨링)	
대상 품목	가공되지 않은 식품(우유, 계란, 과일, 채소, 생고기 등)을 제외한 가공식품	

출처 : Associazione Italiana Celiachia(www.celiachia.it)

구분	판매 정보	구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Iper 제품명 : Biscotti 원산지 : Italy		판매처 : Eataly 제품명 : Rigatoni Bio 원산지 : Italy		판매처 : Iper 제품명 : Riso delizia al mirtillo 원산지 : Italy

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

4) 비건(Vegan) 인증

- 이탈리아 인구 중 12%가량이 채식주의자로 채식 식품 수요가 높다.
- The Vegan Society는 유럽 최대의 비건 식품 인증기관으로 우리나라 농심의 채식라면은 유일하게 The Vegan Society의 인증을 받은 식품이다.
 - 채식주의자는 채식식품 인증 여부를 가장 큰 구매 기준으로 활용하기 때문에 이에 맞는 채식 식품 인증 취득이 필요하다.

	인증명	Vegan
	동등성 인정 여부	미인정(개별 출원)
일반 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 비건 인증(Vegan Certification)을 관리·감독하는 국제 기구는 존재하지 않고 The Vegan Society, ICEA, Bioagricert, CSQA, CCPB 등과 같은 공인인증기관에서 인증발급 - Vegan 인증을 받을 수 있는 구성성분은 동물성 식품이 아니거나 직접 또는 간접적으로 동물의 살생, 착취에 해당되지 않는 식품 - 동식물, 광물, 합성 식품첨가물의 사용을 허가받기 위해서는 비 동물 식품임을 증명하는 문서를 제출하는 것이 필수 - 인증마크는 소비자가 직관적으로 인식할 수 있는 제품 전면에 표시 - 인증은 12개월 혹은 24개월간 유효 	
관련 규정	유럽연합 표준 UNI EN ISO 14021, 이탈리아 채식주의자협회(AVI)에서 인증하는 기준	
대상 품목	동물성 식품이 아니거나 직접 또는 간접적으로 동물의 살생, 착취에 해당되지 않는 식품	

출처 : The Vegan Society(www.vegansociety.com)

구분	판매 정보	구분	판매 정보	구분	판매 정보
	판매처 : Excelsior 제품명 : Te Kukicha 원산지 : Japan		판매처 : Excelsior 제품명 : UP in Box 원산지 : Italy		판매처 : Eataly 제품명 : Pandolietti 원산지 : Italy

5) Non-GMO 인증

- 이탈리아 및 EU는 인간과 동물의 건강과 환경을 높은 수준으로 보호하기 위해 유전자 변형 기술의 적용을 위한 법적 틀을 마련하여 GM 식량 및 사료의 생산, GMO 수입 및 GMO의 환경으로의 방출을 엄격하게 규제한다.
 - 다만, NON-GMO인증에 대해서는 유럽연합 내의 공식적인 인증기관은 없으며 국제적으로 비영리 기구인 NON GMO Project를 통해 인증을 발급받을 수 있다.

	인증명	NON GMO Project
	동등성 인정 여부	미인정(개별 출원)
일반 사항	<ul style="list-style-type: none"> - 유전자를 변형한작물이 아니라 자연 그대로의 종자를 재배해 수확한 작물로 식품을 제조했다는 의미를 담음 - NON-GMO 인증의 목표는 원재료를 조사 및 고위험 성분을 시험하고, 공급망에 정체성 보존 관행을 구축하기 위한 정의와 방법론의 일관성을 제공함으로써 GMO 오염을 피할 수 있도록 생산자, 가공업자 및 제조업자를 지원하는 것 - 종자 및 기타 번식 소재: 0.25%, 피부에 직접 섭취하거나 사용하는 인간 음식 및 제품: 0.9%, 피부에 직접 섭취하거나 사용하지 않는 제품, 섬유 및 제품 세척: 1.5% 사료 및 보조제: 5%가 GMO 오염의 한계점임 - 인증은 매년 갱신해야 함 	
대상 품목	GMO 오염도 기준을 충족하는 모든 식품	

출처 : NON-GMO Project (www.nongmoproject.org)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

02 | 식품첨가물 및 유해물질 규정

가. 식품첨가물 규정

1) 식품첨가물 규정 개요

- 이탈리아 식품첨가물은 유럽 식품 안전청(EFSA)과 이탈리아 보건부(The Italian Ministry of Health, MOH)가 식품첨가물에 관한 유럽 연합 규정(EC) No. 1333/2008를 바탕으로 관리 및 감독한다.
 - 부속서 II 및 III 은 식품의 보존과 착색 및 감미료로서 사용에 허용되는 물질을 규정한다.
 - 규정에 의하면 각 식품첨가물은 고유번호인 E 번호가 있으며 식품 라벨링에 E 번호를 표기한다.
- 이탈리아 및 EU의 식품첨가물 규정은 허용되는 식품첨가물을 규정하고 그 외의 물질의 사용을 금지하는 Positive 방식을 취하고 있다.
 - 약 570여개의 관리물질을 중점적으로 검사하며, 일반적으로 컨설팅회사를 통하여 성분성적서를 발급받은 후 보건청에 제출한다.
- 식품첨가물의 허용 범위는 2012년도 이후로 총 18번의 개정이 이루어졌으며, 식품첨가물의 허용 범위 및 여부는 지속적으로 재평가되기 때문에 유럽공보를 상시 주시해야 한다.

2) 식품첨가물의 사용이 금지된 식품

- EU의 식품첨가물 규정은 매우 제한적이기 때문에 몇 가지의 식품의 경우에는 식품첨가물이 사용될 수 없다.

① 식품첨가물 사용이 금지된 식품(일부)

	식품명		식품명
1	신선한 과일과야채	7	버터우유(buttermilk, 멸균 제외)
2	발효 후 열처리 되지 않은 유제품	8	천연 광천수 및 샘물과 생수
3	동물성 또는 식물성 비유화 지방	9	커피 및 커피 추출물(인스턴트 커피 제외)
4	버터	10	향이 없는 잎차
5	저온 살균 및 멸균유(UHT 포함)와 저온 살균 크림 (저지방 크림 제외)	11	글루텐 프리 파스타 및 건조 파스타 (저단백 목적)

출처 : Regulation (EC) no. 1333/2008 Annex II

② 착색료의 사용이 금지된 식품(일부)

	식품명		식품명
1	가공되지 않은 식품	16	토마토 페이스트 및 통조림 토마토
2	생수	17	토마토 소스
3	탈지유, 저온 살균 및 멸균유(UHT 포함)	18	과일 주스 및 과즙과 야채 주스
4	초콜릿 우유	19	말린 과일, 채소 및 버섯과 통조림
5	발효유	20	잼과 밤 퓨레
6	발효 후 열처리 되지 않은 유제품	21	어류, 연체 동물 및 갑각류, 육류, 기금류 및 조제품(조리식품 제외)
7	버터 우유	22	코코아와 초콜릿 조제품
8	크림 및 크림 파우더	23	로스팅 된 커피, 차, 허브 및 과일을 우린 차
9	동식물성 지방	24	소금, 소금 대용품, 향신료 및 혼합조미료
10	생 치즈 및 숙성 치즈	25	상그리아
11	양과 염소 우유로 만든 버터	26	와인 식초
12	계란 및 계란 조제품	27	유아 및 어린이를 위한 식품과 영유아 의료 목적의 식품
13	밀가루 및 기타 분쇄된 곡류과 전분	28	꿀
14	빵류	29	맥아 및 맥아 조제품
15	파스타와 뇨끼	30	설탕

출처: Regulation (EC) no. 1333/2008 Annex II

3) 허용된 식품첨가물 목록

- 사용이 허가된 식품첨가물 목록은 규정(EC) No. 1333/2008의 부속서 II 에서 확인할 수 있으며, Part B에 명시된 첨가물 이외에는 사용할 수 없다.

» 사용 가능한 식품첨가물(일부)

E Number	품명	E Number	품명
104	Quinoline Yellow	220	Sulphur dioxide
110	Sunset Yellow FCF/ Orange Yellow S	234	Nisin
122	carmoisine	270	Lactic acid
124	ponceau 4R	281	Sodium propionate
129	allura red	322	Lecithins
951	Aspartame	414	Gum arabic (acacia gum)
955	Sucralose	440	Pectins
962	Salt of aspartame-acesulfame	520	Aluminium sulphate
967	Xylitol	1200	Polydextrose

출처: Regulation (EC) no. 1333/2008 Annex II

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

나. 유해물질 규정

1) 유해물질 규정 개요

- EU 및 이탈리아에서는 잔류 농약과 납, 카드뮴을 포함한 중금속 등을 주요 유해물질로 규정하고 있다.
 - 잔류 농약 및 살충제의 잔류 기준은 유럽 연합 규정 No (EC) 396/2005, 중금속 및 각종 오염물질에 관한 기준 유럽 연합 규정 No (EC)1881/2006을 바탕으로 한다.
- 유럽 식품 안전청 (European Food Safety Authority, EFSA)은 살충제의 독성, 식품에 포함될 유해물질의 최대 수준 및 유럽인의 다양한 식습관 분석 등을 기반으로 소비자 안전을 저해하지 않는 수준으로 설정한다.

2) 잔류 농약 최대 허용 기준(MRL)

- 잔류 농약 최대 허용 기준(MRL)은 약 315개의 신선농산물 및 신선농산물의 가공 제품에 적용되며 공정 중 희석 또는 농축되는 것을 고려하여 설정된다.
- EU 내외에서 농업에 사용되는 약 1,100종의 농약을 규정한다.
 - 특별히 규정하지 않은 살충제 및 농약은 0.01mg/kg의 일반적인 기준을 준수해야 한다.
- 품목별 잔류농약 및 살충제 최대 허용 기준은 EU Commission에서 확인 가능하다.

ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database/public/?event=pesticide.residue.selection&language=EN

» 잔류농약 허용 기준 홈페이지 조회 방법

The screenshot displays the EU Pesticides Database search interface. It is organized into three main sections:

- 1. 잔류 농약 성분 선택(최대 5개):** Select pesticide residues (5 max). A search bar is present. Below, a list of pesticide residues is shown with checkboxes. Selected items include Abamectin, Acephate, Acequinocyl, Acetamiprid, Acetic acid, Acetochlor, Acibenzolar, Acionifan, Acrinathrin, Adoxophyes orana, Alachlor, and Aldicarb.
- 2. 해당하는 식품 선택:** Select products. A search bar is present. Below, a list of product groups and examples is shown with checkboxes. Selected items include All, FRUITS, FRESH or FROZEN; TREE NUTS, Citrus fruits, Grapefruits, Oranges, Lemons, Limes, Mandarins, Tree nuts, Almonds, Brazil nuts, Cashew nuts, Chestnuts, Coconuts, Hazelnuts/cobnuts, and Macadamias.
- 3. 조회하기:** Select. A search bar is present. Below, a 'Display' button is shown. A 'Pesticides selected' section shows 'All' selected.

3) 중금속 및 각종 오염물질 규정

- 다음 표는 주요 중금속 및 오염물질이며 식품에 따른 각 물질의 최대 허용 함유량은 위원회 규정 (EC) No 1881/2006에서 확인할 수 있다.
 - 특히, 질산염은 신선농산물의 생육 기간 중 기후에 따라 함유량이 다소 변동되기 때문에 질산염 허용 함유량을 위반하지 않도록 주의가 필요하다.
 - 아플라톡신(aflatoxins)은 주로 곡물의 곰팡이로 인해 발생하며 발암물질을 만들어내는 균이다. 땅콩, 견과류, 옥수수, 쌀, 무화과, 각종 건조식품 및 향신료 등에서 발견되며 현재 위생검역 강화 리스트에 포함되어 있기 때문에 수출 시 곰팡이 오염 및 농약 사용에 주의가 필요하다.
- 아래의 물질 이외의 중금속 및 오염물질의 최대 허용 함유량은 관보에 지속적으로 업데이트되기 때문에 참조해야 한다.
 - 중금속 및 오염물질의 최대 허용 함유량의 변경사항이 관보에 게재되면, 공표된 날부터 20일 후부터 발효된다.

» 중금속 및 오염물질 목록(일부)

성분명	원명칭	성분명	원명칭
마이코톡신 류	mycotoxins	중금속 류	metals
-아플라톡신	- aflatoxins	-납	- lead
-오크라톡신 A	- ochratoxin A	-카드뮴	- cadmium
-푸사 리움	- fusarium toxins	-수은	- mercury
-시트리닌	- citrinin	-무기 주석	- inorganic tin
-파 툴린	- patulin	다이옥신 류	dioxins
멜라민	melamine	- 폴리염화비페닐 (PCBs)	- polychlorinated biphenyls (PCBs)
에루크 산	erucic acid	- 다환 방향족탄화수소	- polycyclic aromatic hydrocarbons (PAHs)
질산염	nitrates	2- 디올 (3-MCPD)	2-diol (3-MCPD)
3- 모노 클로로 프로판 -1	3-monochloro propane-1		

출처 : Regulation (EC) no. 1881/2006

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

Part V

| 상표 출원 및 특허 규정 |

01. 상표권 및 특허권 개요

02. 상표권 및 특허권 출원 절차

03. 분쟁사례





Italy

Part V

상표 출원 및 특허 규정

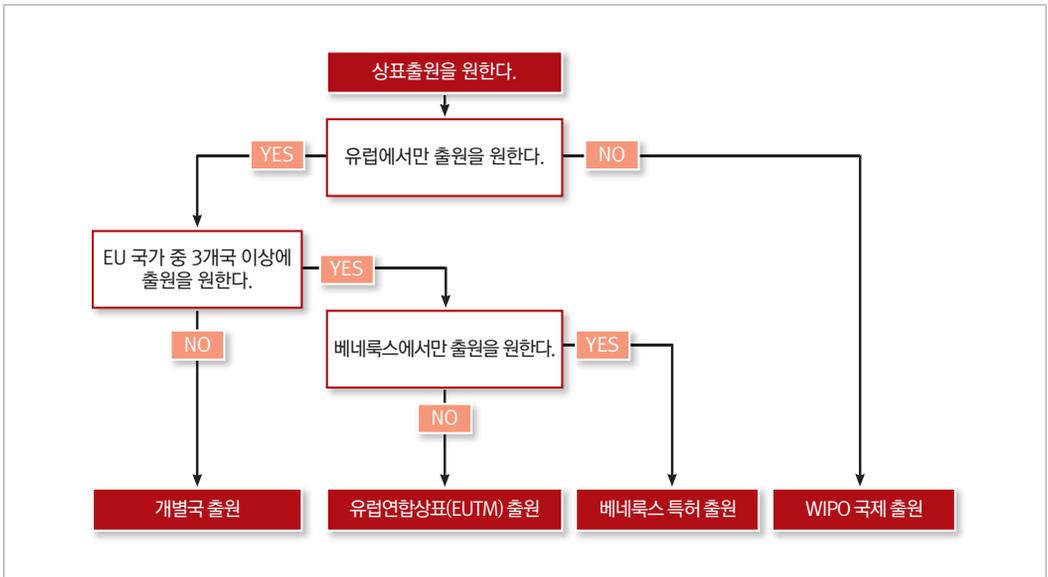
01 | 상표권 및 특허권 개요

가. 상표권

이탈리아에서 상표권 출원 방법은 크게 세 가지가 있다.

- ① 이탈리아 상표특허청(UIBM)을 통한 출원 방법(개별국 출원)
- ② 유럽연합 지식재산청(EUIPO)을 통한 출원 방법
- ③ 마드리드 의정서에 의해 세계지식재산권기구(WIPO)의 국제사무국을 통한 출원

» 상표출원 방법 선정



* 베네룩스 : 벨기에, 네덜란드, 룩셈부르크의 준말

1) 이탈리아 상표특허청(UIBM)을 통한 상표출원(정규 출원)

- 이탈리아 상표출원은 이탈리아 산업재산권법에 명시되어 있다.
 - 절차 언어는 이탈리아어로 규정하고 있다.
 - 이탈리아 상표특허청(UIBM)이 지정하는 기간 내에 이탈리아어 번역문을 제출하면 외국어 출원도 가능하다.
- 상표의 특징적 성질을 변형하지 않는 한 변형사용을 인정하며, 선출원/선등록에 대한 유사여부를 심사하지 않고(이의제기 기간 존재), 성질 표시, 공익 위배 표시 등을 심사하여 등록여부를 결정한다.
- 상표 정규 출원은 상표출원일로부터 10년간 존속되며, 만료 6개월 이내에 10년간 연장을 신청할 수 있다.
- 국내 상표로 인정받을 수 있는 상표의 조건에 대해서는 이탈리아 산업재산권법 제 2조 16, 17, 18항에 명시되어 있다.

» 정규 상표출원 시 구비서류

- ① 출원인 인적 정보: 성명, 주소, 대표자
- ② 위임장, 선언서(공증)
- ③ 상표 견본
- ④ 상품류 및 지정 상품
- ⑤ 우선권을 주장하는 경우 우선권증명서

- 국내 상표출원 시 다음과 같은 항목의 비용이 발생하며, 비용은 신청서 제출과 함께 지불해야 한다.
 - 이탈리아 상표 등록비: 약 200유로 수준
 - 다만, 출원이 승인되기 전에 신청이 거부 또는 철회 된 경우, 신청비를 제외하고 지불한 수수료는 환불된다.

- ① 최초 등록 신청 수수료
- ② 갱신 수수료
 - 니스 협정의 국제 상품 및 서비스 분류에 기초하여 그 수에 따라 최초 등록 신청 수수료와 갱신수수료를 산정한다.
- ③ 상표 이의신청 수수료
- ④ 불복 항고 수수료
- ⑤ 국제상표 등록의 경우 국내진입 수수료

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- 이탈리아 국내 상표권 등록절차는 다음과 같이 정리할 수 있다.
 - 상표권 등록 절차: ① 변리사를 통해 등록, ② 수입업체를 통해 등록
 - 상표권 등록 방법: ① 상표권을 새롭게 등록하여 소비자의 인지도를 구축하는 방안(정규 출원)
 - ② 대형유통업체에서 소유권을 가지고 있는 PL 라인을 활용하여 비교적 익숙하게 접근(불출원 사용)

2) 유럽연합 지식재산청(EUIPO)을 통한 상표출원

- EU 공동체 국가에서 상표권을 취득 시 주로 사용되는 방식은 유럽연합 지식재산청(EUIPO, European Union Intellectual Property Office)을 통한 유럽연합상표(EUTM, European Union Trade Mark)를 출원하는 것이다.
 - 유럽 공동체 상표출원은 유럽연합 규정 (EC) No 207/2009을 개정한 규정 (EU) No 2015/2424을 기반으로 실시된다.
 - 개정된 규정은 2016년 3월 23일부터 발효되었으며, 일부는 2017년 10월 1일부터 발효될 예정이다.
- 유럽연합상표(EUTM)는 유럽연합 28개국 전체에 효력이 발생한다. 단, 1개국이라도 거절이유가 있는 경우에는 회원국 전부에서 거절되므로 주의하여야 한다.
- 유럽연합상표(EUTM)의 출원, 심사 및 등록은 유럽연합 지식재산청(EUIPO)에서 관할하며 유럽 공동체 상표권에 관한 법적 분쟁은 EUIPO의 심판부(Boards of Appeal)에서 항소절차를 거친 후 제1심 법원(CFI, Court of First Instance)에 항고하고, 최종적으로 유럽재판소(ECJ)에 상고할 수 있다.
- 유럽연합상표 등록비: 약 850유로 수준

3) 마드리드 의정서에 의한 국제 출원

- 마드리드 시스템은 두 조약, 마드리드 협정과 마드리드 의정서에 의해 운영되고 있다. 이 시스템의 행정적 업무는 WIPO(세계 지적 재산기구)¹⁵⁾의 국제사무국에서 담당하며, 국제 상표 등록 제도를 창설할 목적으로 만들어졌다.
 - 마드리드 협정의 공식명칭은 표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정(Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)으로서 산업재산권 보호를 위한 파리협약이 성립된지 8년 후 파리협약 제19조에 근거한 특별협정으로 1891년 마드리드에서 채택되었다.

¹⁵⁾ 산업재산권 문제를 위한 파리협약(1883), 저작권 문제를 위한 베른조약(1886), 특허협력조약 및 특허법조약 등을 관리하고 지식재산권 분야의 국제협력을 위한 세계 지식기구설립조약에 따라 설립되어 1974년 국제연합의 전문기구가 되었다.

- 마드리드 의정서의 공식 명칭은 표장의 국제등록에 관한 마드리드 의정서(Protocol to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)로서 1989년 6월에 채택, 1995년 12월에 발효되었다.
- o 마드리드 의정서 가입국은 자국에 등록된 상표를 등록하고자 하는 여러 국가를 지정하여 마드리드 의정서 가입국에서의 절차를 밟을 수 있고 세계 각국에서 등록된 상표권을 국제 등록부에 의해 일원적으로 관리 할 수 있다.
 - 마드리드 협정이 지닌 문제점을 극복하여 탄력적으로 운영하기 위해 만들어졌다.
- o 이탈리아는 마드리드 의정서 및 협정에 공동 가입했으며, 마드리드 의정서에 의한 국제 출원이 주로 사용된다.
 - 마드리드 의정서에 의한 국제 출원을 통해서 이탈리아 상표를 출원하는 방법은 유럽연합상표(EUTM) 출원 지정과 이탈리아 개별국 출원 지정의 두 가지이다.

» 마드리드 협정과 의정서 비교

구분	마드리드 협정	마드리드 의정서
성격	국제 상표 조약	
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 불어로 출원, 방식심사(무심사주의)만하고 등록 - 상표등록만을 기초로 상표출원 가능 - 무심사주의 국가의 경우 우선권 주장기간(6개월)을 충분히 활용할 수 있으나, 심사주의 국가에는 불리 - 거절통지기간: 1년 - 국제등록일로부터 5년 이내 본국 관청의 기초등록이 무효, 취소, 포기, 존속기간 경과 등으로 실효되면 국제등록도 실효됨, 그 결과 본국에서 기초등록이 실효되면 지정국 전체에서 상실 - 개별 수수료 없음 	<ul style="list-style-type: none"> - 영어 또는 불어로 출원, 실체심사(심사주의) 후 등록 - 마드리드 협정의 문제점을 보완하여 상표의 해외 출원 절차를 간소화하기 위하여 설립된 조약 - 거절통지기간: 1년 6개월 - 국내의 상표등록뿐만 아니라 상표등록출원을 기초로 하여서도 국제 출원 가능 - 제출원이 소멸한 경우에도 각국에서 출원인이 국내출원으로 전환 가능 - 개별 수수료 있음

출처: 특허청 (www.kipo.go.kr)

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

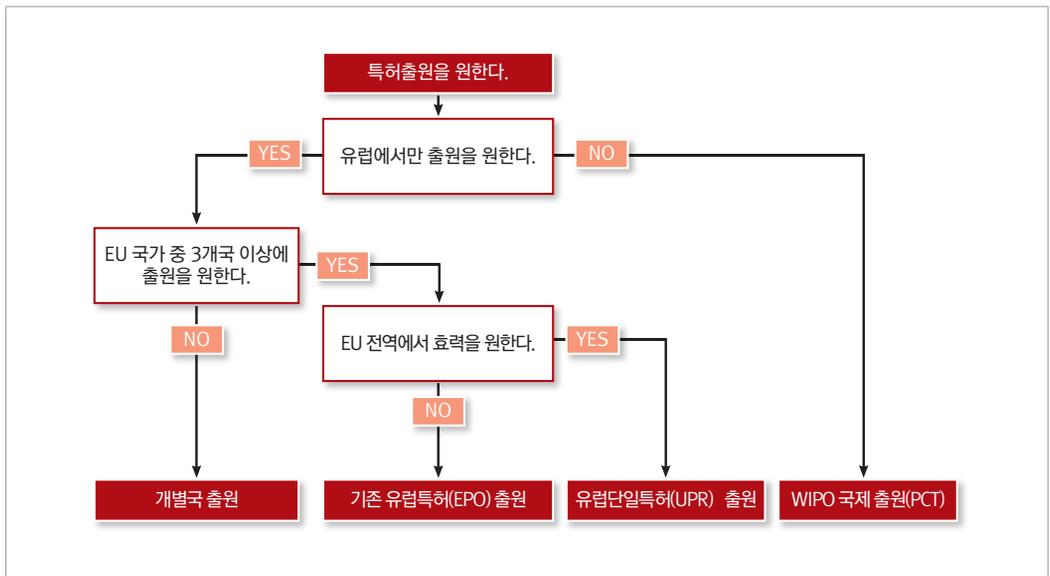
부록

나. 특허권

이탈리아 특허권을 출원하는 방법은 크게 세 가지이다.

- ① 이탈리아 국내 특허로 출원
- ② 유럽공동체 특허 출원인 유럽특허조약(EPC)에 의한 특허 출원
- ③ 국제 특허 조약인 PCT 출원을 통한 특허 출원 후 이탈리아를 지정

» 특허출원 방법 선정



* 유럽단일특허(UPR)은 시행 예정이다.(2017.04 기준)

1) 이탈리아 상표특허청(UIBM)을 통한 특허 출원(정규 출원)

- 이탈리아 상표특허청(UIBM)의 절차 언어는 이탈리아어로 규정하고 있다.
 - UIBM이 지정하는 기간 내에 이탈리아어 번역문을 제출하면 외국어 출원도 가능하다.
- 이탈리아 특허권은 특허출원일로부터 20년간 존속된다.
 - 이탈리아 정규 특허출원 비용: 약 2,000~3,000 유로 수준

» 정규특허 출원 시 구비서류

- ① 출원서
- ② 위임장
- ③ 명세서, 청구범위, 요약본
- ④ 발명자 및 출원인이 서명한 발명자 선언서
- ⑤ 우선권 증명서

- 출원서 : 출원인의 국적, 명칭 및 주소를 기재하고, 해외 우선 출원시 우선권의 출원국명, 출원일자 및 출원번호를 기재한다.
- 위임장 : 출원 당사자가 아닐 경우 위임장을 작성한다.
- 명세서, 청구범위, 요약본 : PLT 규정을 채택하여, 특허 청구 범위 특정 없이 명세서 등을 출원할 수 있다. 이 경우, 출원일로부터 2개월 이내에 특허 청구범위를 제출하면 된다.
- 발명자 및 출원인이 서명한 발명자 선언서 : 출원인과 발명자가 동일인이 아닐 경우, 특히 법인이 출원인인 경우, 발명자의 성명 및 주소를 기재하여야 한다.
- 우선권 증명서 : 반드시 이탈리아 번역문을 첨부해야 하며, 출원일로부터 6개월 이내에 제출하여야 한다.

2) 유럽특허조약(EPC)에 의한 EPO 국제 특허 출원

- o 유럽특허청(EPO)을 통한 특허 출원을 통해 이탈리아 특허를 취득할 수 있다.
 - 다만 EPO 특허를 취득한다고 해서 전 EPO 회원국에 단일 권리를 행사할 수 있는 것은 아니다.
 - EPO 출원은 EPC 조약에 의해 특허출원 절차만 통합 운영하는 것이며, 특허출원시 지정 국가의 특허청을 통해 특허를 유효화(Validation)시키는 절차가 필요하다.
 - 유효화 절차는 이탈리아 특허청에 유럽특허 공보의 번역문을 제출하는 것을 의미한다.
 - 유럽특허 출원 비용 : 약 3,500~5,000 유로 수준/약 10,000~12,000 유로 수준(등록비+번역비)
- o 유럽특허조약(EPC)에 의한 특허 취득의 경우 특허 등록일로부터 3개월 이내에 EPO의 공식 언어인 영어, 독일어, 또는 프랑스어의 명세서 및 특허 청구 범위를 제출한다.
 - EPC 국제 특허 취득 후 이탈리아 국내 단계 진입기간은 선 출원일로부터 31개월 이내에 진행되어야 한다.
 - 명세서, 청구 범위, 요약 및 도면의 설명, 제 19조 보정이 된 경우, 국제 출원 시 청구 범위 및 보정 후 번역문이 필요하며, 영어 번역본도 함께 제출해야 한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- EPO는 출원 요건을 심사하는 수리부, 실제심사를 담당하는 심사부, 선행조사를 통해 조사보고서를 작성하는 조사부, 이의신청을 담당하는 이의부로 나누어져 특허 출원 심사를 진행한다.

» EPO 출원 시 구비서류

- ① 출원서 : 대리인이 서명 가능하다.
- ② 명세서
- ③ 청구항
- ④ 요약서
- ⑤ 필요시 도면
- ⑥ 위임장
- ⑦ 우선권 증명서류와 번역문

3) 국제특허조약 PCT에 의한 국제 특허 출원

- 한국 특허청에 하나의 PCT출원서를 제출하고, 그로부터 정해진 기간 이내에 지정 대상국의 국내단계에 진입할 수 있는 제도로 PCT국제 출원의 출원일이 지정대상국에서 출원일로 인정받을 수 있다.
 - 다만, 선(先) 출원에 대한 우선권을 주장하여 출원하는 경우 선출원의 출원일로부터 12개월 이내에 PCT 국제 출원을 하여야 우선권주장을 인정받을 수 있다.
- 그러나 이탈리아는 PCT 국제 출원을 통해 특허를 출원한 경우 바로 이탈리아 국내 특허를 취득할 수 없고 EPO를 통해 출원을 진행한 후 이탈리아 국내 특허 출원 절차를 진행할 수 있다.
 - PCT 조약 제45조 지역특허조약에 의해 이탈리아는 PCT 출원 시 지정 연계 출원을 금지하고 EPO를 통해 광역 출원해야 한다.

4) 유럽 단일 특허제도(European Patent with Unitary Effect) 시행 예정

- 기존 유럽특허의 단점인 회원국 전체에 효력을 발휘하는 특허가 아닌 개별국 특허의 묶음인 점을 보완하는 유럽 단일특허 제도(European Patent with Unitary Effect)가 유럽연합 규정 (EU) No 1257/2012에 기초하여 구축 중에 있다.
- 유럽 단일특허(UPR)는 기존의 유럽 특허 제도를 대체하는 것은 아니며, 유럽 특허청(EPO)을 통해 같은 특허 절차로 출원한 후, “단일화” 신청 단계가 추가된다.
 - 단일화를 선택하게 되면 UPR에 가입된 회원국 내에서 단일 특허를 사용할 수 있다.
 - 기존의 일반 유럽특허의 경우 단일 특허출원 후 개별국에서 유효화 하는 과정이 필요했다면, UPR은 유효화 과정이 필요 없이 UPR 회원국 내에서 권리 행사가 가능하다.
 - 유효화 과정을 생략함으로써 비용 절감 효과가 있다.

- 의무 비준 국가인 영국, 독일, 프랑스의 비준을 기다리는 상태이며, 비준 후에 신속하게 처리될 것으로 전망된다.
- 유럽단일특허 제도가 시행되면 유럽에서 특허를 취득할 수 있는 방법은 개별 국가별로 출원, 등록하는 경우, 유럽특허로 출원하였다가 기존의 일반 유럽특허로 등록하는 경우 및 단일특허로 등록하는 경우 그리고 WIPO를 통한 국제 출원의 네 가지가 된다.
 - 이 중 어떠한 경우가 유리할지의 문제는 당해 특허의 실시가 필요한 지역적 범위, 당해 특허의 중요도, 유효성의 강도, 무효 공격에의 노출 가능성, 비용적 측면 등을 고려하여 개별적, 전략적으로 판단하여 신중하게 결정할 문제이다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

02 | 상표권 및 특허권 출원 방법

가. 상표권

1) 유럽연합 지식재산청(EUIPO)을 통한 유럽연합상표(EUTM)출원 절차

» EUTM 출원 절차



출처 : 유럽지식재산청(EUIPO, www.euipo.europa.eu)

① 상표출원 전 확인

- 출원하고자 하는 상표가 그래픽으로 표현할 수 있으며, 판매하려는 상품이 상표로써 출원에 포함되지 않으면, 유럽연합상표(EUTM)로 출원이 가능하다.

② 신청서 접수

- 신청서에는 출원자의 정보, 상표에 대한 명확한 표현 및 재화와 서비스 목록 등 필수 정보를 정확하게 기입한다.

- 기본 등록비는 출원일로부터 1개월 이내에 지불해야 한다. 신청서 제출 후 상표출원을 지속적으로 모니터링하여 타 상표와의 충돌여부를 확인해야 한다.

- 제시된 비용은 전자출원(E-apply)을 기준으로 하며, 아래의 홈페이지를 통해 출원방식과 출원 상표 수에 따른 비용을 확인할 수 있다.

euipo.europa.eu/ohimportal/en/fees-and-payments

상표출원비용	
류(Class)	비용
1류	€ 850
2류	€ 900
3류	€ 1050
4류	€ 1200
상표 갱신비용	
류(Class)	비용
1류	€ 850
2류	€ 900
3류	€ 1050
4류	€ 1200

- EUTM 신청서는 유럽 연합 공식 언어로 제출해야 한다. 제 2언어는 신청서에 명시되어야 한다. 신청서는 영어, 프랑스어, 독일어, 이탈리아어, 스페인어 중 한 가지 언어로 작성되어야 한다.

③ 절대적 거절이유 심사

- 유럽연합 지식재산청(EUIPO)은 심사기간 중 상표의 식별력(등록가능성)에 대한 심사를 진행한다.
 - 출원 상표는 다음과 같은 범위 내에서 상표로서 출원이 가능하며, 상표의 등록가능성에 미달될 경우 절대적 거절 사유에 포함되어 출원이 거절된다.
 - EUTM은 출원자의 상품 또는 서비스를 다른 상품과 서비스와 구분이 가능하도록 하는 개인의 이름, 디자인, 문자, 숫자, 색상, 상품의 모양 또는 포장, 소리 등을 포함한 모든 표식으로 구성될 수 있다.
 - 상품의 원산지 또는 지리적 표시, 전통적 요소가 포함된 상표는 연합 또는 각 회원국들 간의 국제적인 합의에 따라 상표 등록에서 제외된다.
- EUIPO는 심사와 동시에 출원서 사본을 이탈리아 상표특허청(UIBM)으로 송부한다.
 - UIBM에서는 자국 내의 선등록 유사상표와의 저촉에 대한 조사결과를 EUIPO에 보고한다.
 - 이탈리아로부터 접수한 조사보고서를 받은 EUIPO는 이탈리아에 선등록 유사상표가 있다 하더라도 EUTM 출원 자체를 거절하지는 않는다.
- 다만, EUIPO는 이탈리아 상표특허청(UIBM)의 선등록 유사상표 조사결과를 출원인에게 통지한다.
 - 출원인에게 통지 후 출원공고절차가 진행되며, EUIPO는 출원공고사실을 조사보고서에서 나타난 선등록 관리자에게 통지하여 유사한 상표가 공고되었다는 사실을 알리며, 이의신청 기간을 제공한다.

④ 보완 요청

- 심사진행 중 심사당국이 오류를 발견하거나 이의제기에 대해 알려야 하는 경우에는 신청서에 명시되어있는 연락처로 공식연락을 취한다.
 - 출원자가 보완해야 하는 사항에 대한 응답을 준비할 2개월의 회신기간이 주어진다. 출원자는 2개월이 부족하면 추가 2개월의 연장을 신청할 수 있다.
- 다만, 보완 기간 동안 회신을 하지 않는다면 당국의 판단 하에 심사 결과를 통보받게 된다.

⑤ 출원공고

- 심사 기간 중 상표의 절대적 거절이유가 발견되지 않으면 상표출원은 공보에 공고된다.

요약

Part I
국가 일반
현황Part II
농식품시장
동향Part III
수입통관
제도Part IV
식품 위생
제도Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

⑥ 이의신청

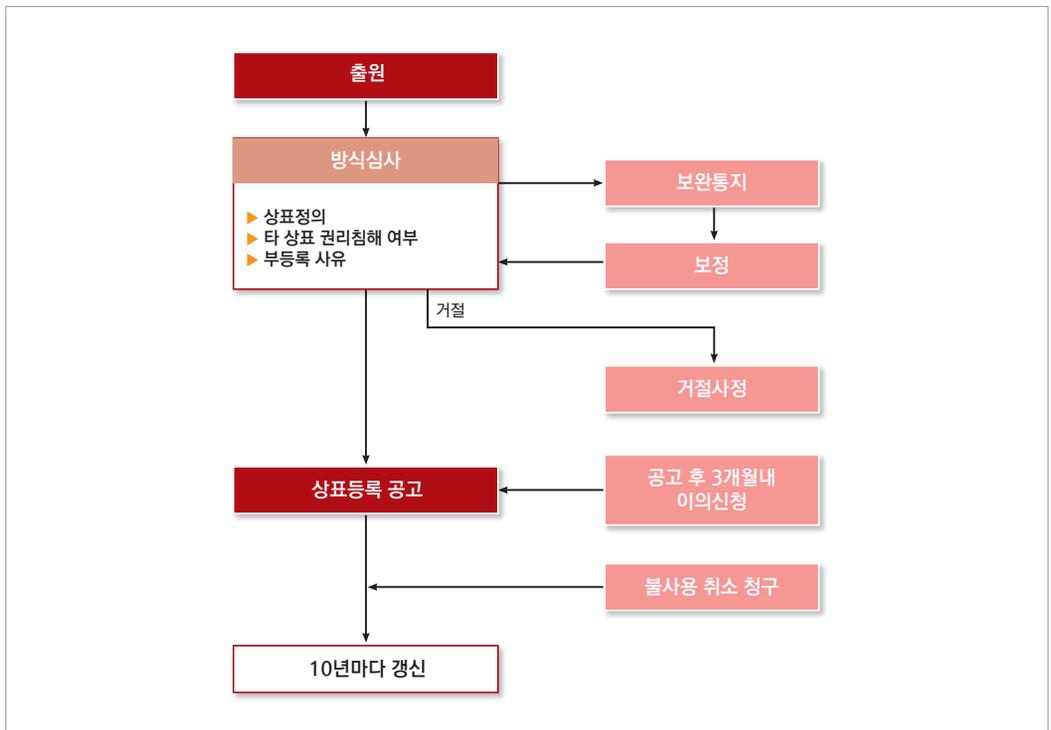
- 선상표 출원자와 같은 이해관계자 등은 출원 공고일로부터 3개월 이내에 이의신청을 할 수 있다. 이의신청은 서면으로 제출하며, 그 이유를 상세히 기재하여야 한다.
- 어느 한 국가에서 제기된 이의신청으로 인해 EUTM 출원이 거절될 경우 모든 EUIPO 회원국 내에서 상표가 거절된다.
 - 한 국가에서만 거절되어도 EUTM 출원은 등록이 불가능하다. 그러므로 출원인은 이의신청에서 패소할 가능성이 있다고 판단할 경우 EUTM 출원을 각각의 개별국가출원으로 전환하여 개별국 출원으로 진행할 수 있다.

⑦ 등록

- 상표출원 후 3개월 동안 이의제기가 없으면 상표가 등록되며, 등록 증명서가 발급된다.
 - 등록 증명서의 사본은 발행되지 않지만, 등록 증명서의 인증 사본은 요청할 수 있다. 등록 증명서의 인증 사본은 EUTM으로 우선 순위(priority)를 주장하고자 하는 경우에 필요할 수 있다.
- EUTM은 10년간 유효하며, 갱신 시 한번에 10년씩 갱신할 수 있다.

2) 이탈리아 상표특허청(UIBM)을 통한 상표출원 절차(개별국 출원)

» 상표 정규 출원 절차



① 상표출원 전 확인

- UIBM에 신청서를 접수하기 전에 다음의 사항을 점검해야 한다.
 - 등록하고자 하는 상표가 법적 기준을 충족하는가
 - 상표가 이탈리아뿐만 아니라 잠재적 수출국에 부정적인 의미를 지니고 있는가
 - 해당 인터넷 주소 또는 도메인에 접속이 가능한가
 - 상표가 모든 유형의 미디어에 대해 읽기와 쓰기가 가능하고, 기억과 광고가 쉬운가
 - 세계 지식재산권 기구(WIPO)의 데이터베이스를 통해 이전에 등록 된 상표와 동일하거나 유사하지 않는지 검색해야 한다.
 - 니스협정에 의한 국제분류 시스템을 따라 34개의 상품 분류와 11개의 서비스 분류 중 상표를 등록하려는 제품 및 서비스와 관련된 분류를 정확히 해야 한다.

② 신청서 작성

- 상표권의 출원 신청서는 이탈리아 상공회의소의 형식에 맞춰 작성되어야 한다. 또한, 신청서는 로마에 위치한 이탈리아 상표특허청(Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, UIBM)으로 우편 접수하거나 웹사이트를 통해 제출 한다.
 - 신청서에는 반드시 상표의 사본이 동봉되어야 하며 상표로 구별되는 상품과 서비스의 종류를 명시해야 한다.
 - 우선권 주장의 경우 출원인은 우선권을 증명하는 문서 및 정보를 이탈리아 특허청에 제출해야 한다.

- 만약 선행 상표의 특정한 요소가 변경되어 상표를 갱신해야 하는 경우, 최초의 등록신청서를 갱신신청서로 수정하며, 갱신이 완료된 시점부터 상표 존속기간이 연장된다.

상표출원 비용	
류(Class)	비용
1류	€ 850
2류	€ 1000
3류	€ 1150

- 기본 등록비는 850유로이며, 1종류 추가될 때마다 150 유로씩 추가비용이 발생한다.

③ 방식심사(무심사주의)

- 이탈리아 국내 상표출원의 경우 선출원/선등록에 대한 심사를 생략하는 무심사주의를 채택하고 있으며 이의신청 기간을 운영한다.
- 국내 상표 등록은 몇 가지 단계로 이루어지며, 심사 기간 중에는 절대적 거절 이유를 심사하고 거절 이유가 없으면 공보에 공고한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- 상표의 정의 충족 여부, 식별력 부재 여부, 공서양속 위반 여부 등과 신청서에 명시된 출원자 신원, 상표의 신규성 여부, 상표가 해당하는 상품 및 서비스의 목록을 확인한다.
- 만약 출원의 거절 이유가 상표 전체가 아닌 일부에만 관련되는 경우에는 그 일부만 거절되어 상표가 출원된다.

④ 공개

- 방식심사후 절대적 거절이유가 발견되지 않으면 즉시 공보에 상표가 공고된다. 공보는 매달 업데이트 된다.

⑤ 이의신청 기간

- 공고된 상표가 타인의 선행하는 권리를 침해했거나 신규성과 충돌하는 이해관계자는 상표 공고 후 3개월 이내에 이의신청이 가능하다.
- 기간 동안 이의가 제기되었다면 상표특허청은 이의신청 기간 종료 후 30일 이내에 상표권자에게 이의신청 내용을 통지하고, 2개월 동안 이해관계자 간의 합의를 위한 기간을 제공한다.

⑥ 등록

- o 타 상표권을 침해하지 않아 이의 제기가 없었으며 절차에 문제가 발생하지 않았을 경우, 상표로서 등록되고 해당 관청은 등록증명서를 발급한다.
 - 일반적으로 신청서가 작성되고 상표등록증명서가 발급되는 시점까지 4개월 정도가 소요된다.
 - 등록된 상표는 10년간 존속되며, 만료 6개월 전에 추가 10년간 연장 신청을 할 수 있다.

⑦ 출원 철회

- o 만약 신청서 제출 후 상표 등록증명서가 발행되기 전까지 상표출원을 철회하고자 한다면, 다음의 절차를 통해 철회가 가능하다.
 - 관련 웹사이트(www.servizionline.uibm.gov.it)에서 지침에 따라 신청한다.
 - 지역 상공회의소를 통해 신청한다.
 - 철회 신청 양식에 16 유로의 상업인지를 부착하여 UIBM에 제출한다.
- o 철회 신청이 접수되면 신청자는 보고서 사본을 발급받는다. 그러면 상표의 원본 출원은 철회되었다고 간주된다.

⑧ 불사용 취소 소송

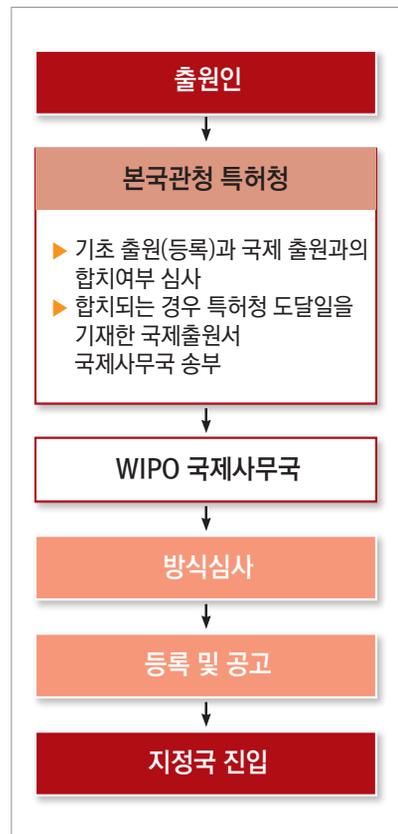
- 상표권자가 정당한 이유 없이 상표를 5년간 지정 상품과 서비스에 대하여 실제로 사용하지 않는 경우, 불사용에 의한 취소 소송 청구의 대상이 된다.
 - 만약, 상표권자가 이해관계인이 취소 청구를 할 것을 사전에 인지하고 상표사용을 시작하는 경우, 그 기간이 취소 청구 전 3개월 이내에 이루어진 것이라면 상표의 사용은 인정되지 않는다.

3) 마드리드 의정서에 의한 국제 출원 절차

① 상표출원 전 확인

- 출원하고자 하는 상표가 출원 대상에 충족하는지 확인해야 한다.
 - 국제 출원의 대상이 되는 표장은 기초출원(등록)의 표장과 엄격하게 동일하여야 한다.
 - 또한 국제 출원에서 지정 가능한 상품과 서비스업은 기초 출원(등록)의 지정 상품과 서비스의 동일 또는 그 범위 이내여야 한다.
 - 예상 비용은 WIPO 국제사무국에서 확인이 가능하다.
www.wipo.int/madrid/en/fees/calculator.jsp
- 국제 출원의 공식 언어는 영어, 불어, 스페인어 중 하나이며, 한국 특허청을 통해 출원하는 경우에는 영어를 사용해야 한다.

» 마드리드 의정서 출원 절차



출처 : 특허청(www.kipo.go.kr)

② 국제사무국 출원

- 국제 출원은 반드시 한국 특허청(본국관청)을 통하여 국제 사무국에 제출되어야 하며, 접수일은 한국 특허청이 실제로 국제 출원서를 접수한 날이 된다.
 - 또한, 국제 사무국이 국제 출원을 한국 특허청이 접수한 날로부터 2개월 이내에 접수한 경우에는 한국 특허청이 접수한 날이 국제 등록일로서 인정된다.

③ 국제 심사(방식심사) 및 등록

- WIPO 국제사무국은 국제 출원이 의정서에서 정한 형식적인 상표권 요건을 충족하는지 심사하여, 하자가 없는 경우 해당 국제 출원을 국제 등록부에 등록한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- WIPO 국제사무국은 국제 등록과 동시에 당해 국제 등록의 사실을 지정국 관청(UIBM, 혹은 EUIPO)에 통지함과 동시에 한국 특허청(본국관청)에 통지하고 출원인에게는 국제 등록 증명서를 송부한다.
- o 국제 등록은 국제 등록일로부터 10년간 유효하고, 추가 10년의 갱신이 가능하며, 국제사무국에 한 번의 갱신 신청으로 복수의 지정국에 대하여 모두 갱신이 가능하다.

④ 지정국 관청의 심사(국내 단계)

- o 지정국 관청은 각국의 국내법에 따라 국제출원의 보호여부에 대한 심사를 실시하고, 거절이유가 존재하는 경우 WIPO 국제 사무국이 국제등록 사실을 통지한 날로부터 12개월 혹은 18개월 이내에 국제사무국에 거절 이유를 통지함으로써 상표 보호를 거절할 수 있다.
 - 이때 지정국 관청으로부터 송부 받는 거절 통지서에는 영어, 불어, 스페인어 중 각 계약국 관청이 선택한 언어가 사용된다.(한국 특허청의 경우는 영어이다.)
- o 마드리드를 통해 이탈리아로 진입하는 절차는 EUIPO를 지정하는 것과 UIBM을 지정하여 진입하는 두 가지 방식이 있다.

나. 특허권

1) 국제특허조약 PCT에 의한 국제 특허 출원 절차

- o PCT 특허 출원 절차에 따라 지정국 출원을 하는 절차는 우리나라 특허청을 통해 국내 특허를 출원한 다음 PCT 국제 특허 절차에 따라 지정국 내 특허 절차를 밟는 것이다.
 - PCT 출원 시 이탈리아를 지정해도 직접 이탈리아 국내 특허로 진입하는 것은 불가능하며, PCT 출원 시 지역 특허청인 유럽 특허청(EPO)에 출원을 전환해야 한다.

- ① 수리관청인 한국 특허청을 통해 국내 특허 출원 후 우선권 주장 시 12개월 이내에 한국 특허청에 PCT 출원서를 제출한다.

② 출원서 작성 시

- 한국 특허청을 통한 출원언어는 한국어, 영어, 일어이므로 다수 국가를 지정하여 PCT 국제 출원을 하는 경우 초기에 개별 국가 언어로 된 번역문은 필요 없다.

③ 국제 조사(필수)

- 국제조사기관 ISA는 출원된 발명의 선행기술의 존재여부와 특허성 유무를 판단하는 국제조사를 실행한다. 발간된 국제조사보고서와 견해서는 출원인 및 WIPO에 배부된다.

④ 국제 공개

- 국제조사보고서와 함께 국제 출원 서류가 팸플릿 형태로 국제 사무국 공보에 공개된다.

⑤ 국제 예비심사(선택)

- 국제 예비심사 기관 IPEA는 출원된 발명의 실제 심사(신규성, 진보성, 산업상이용가능성)를 실시하고 국제예비심사보고서를 발행하여 출원인과 WIPO에 송부한다.
- 특허 유무에 대한 예비적 판단을 통해 지정국내에 진입 여부를 결정하여 특허 출원의 신중을 기할 수 있다.

⑥ 번역문 제출

- 우선일로부터 30개월 이내에 EPO 지정 출원을 위해 영어, 독일어, 프랑스어로 작성된 번역문을 EPO에 제출하고 비용을 납부한다.

⑦ 지정국 등록

- o 이후 이탈리아를 지정하여 지정국 내로 진입하는데, PCT 조약 제 45조 지역특허조약에 의해 이탈리아는 지정 연계 출원을 금지하여 EPO를 통해 광역 출원해야 한다.
- 우선일 기준 30개월 이내에 번역문을 제출하지 않는 경우, 출원은 취하된 것으로 간주된다. 다만, 취하전 EPO로부터 통지가 행해지고 출원인은 통지일로부터 2개월 이내에 번역문을 제출할 수 있지만 추가 수수료를 납부해야 한다.

» PCT 특허 출원 절차



출처 : 통계청 (www.kipo.go.kr)

요약

Part I
국가 일반 현황

Part II
농식품시장 동향

Part III
수입통관 제도

Part IV
식품 위생 제도

Part V
상표 출원 및 특허 규정

부록

2) 유럽특허청(EPO) 출원 절차

- 한국 우선권을 수반한 EPO출원이 등록되기까지는 통상 우선일로부터 4~5년 정도가 소요된다.

» 한국 우선권 수반 EPO 출원 절차



출처 : 유럽특허청(European Patent Organization, www.epo.org)

① 출원 전 확인

- 유럽특허청(EPO)를 통한 특허취득 시 유럽 전역에서 특허 효력이 발휘하는 것은 아니며, 특허 출원 절차를 일원화하여, 비용 및 시간을 단축시키는 효과를 갖는다.
 - EPO 특허 취득 시 개별국에서 출원하는 것과 비슷한 비용이 발생하며 유효화 절차에서도 비용이 발생하기 때문에 EPO출원을 할지, 개별국 출원을 할지 충분히 고려하여 선택해야 한다.
- EPO의 특허 판단 기준은 신규성, 진보성, 상업상 이용가능성이다. 이에 적합한지 판단해야 한다.
 - EPO 체결국 영역 내에 주소 또는 영업소를 가지지 않은 출원인은 유럽특허 대리인을 선임하여야 한다.

② 출원

- EPO 출원시에는 유럽특허출원서, 명세서, 특허청구범위, 도면(필요한 경우), 요약서, 우선권주장 출원의 경우에는 우선권 증명서류, 위임장을 EPO 공용어(영어, 불어, 독일어) 중 하나로 기재하여 독일 뮌헨 EPO 본부 또는 헤이그, 베를린 EPO지부 또는 각 가맹국 특허청에 제출한다.
 - 출원료와 자료조사료는 특허출원일로부터 1개월 내에 납부하여야 하며, 지정수수료는 출원일 또는 우선권주장일로부터 1년 이내에 납부해야 한다.
 - 또한 EPO공용어를 사용하지 않은 명세서 등은 보정 지정기간 내에 번역문을 제출하여야 하며, 번역문을 제출하지 않는 경우에는 출원을 포기한 것으로 간주한다.
- 긴급하게 출원할 필요성이 생겼을 경우, 출원인의 명칭, 명세서, 기초가 되는 우선권 주장의 정보를 포함한 최소한의 서류만으로도 출원일을 확보할 수 있으며, 청구항 제출은 특허청으로부터 통지를 받은 날부터 2개월 이내에 청구항을 제출해야 한다.

- 다만, PCT를 통해 EPO 진입하는 경우에는 적용되지 않는다.

- PCT 출원으로 EPO에 진입하는 경우, PCT 출원의 우선권일자중 가장 이른 날부터 30개월 이내에 출원해야 한다.
 - 우선일로부터 16개월 이내에는 우선권 증빙서류를 제출해야 한다.

③ 조사

- 특허출원은 전문 분야별로 분류된 후, 특허 청구 범위 및 명세서에 기초하여 EPO 조사부에 의해 조사보고서 (Extended Examination Search Report, EESR)가 작성된다.
 - 조사보고서는 선행기술과의 관련성뿐만 아니라 발명의 특허성에 대한 심사관의 의견이나 이유 또한 기재된다.
- 조사보고서는 보통 출원일로부터 1년 6개월 안에 발부되며 출원인에게 송부된다. 출원인은 조사보고서를 참조하여 특허 청구범위를 보정할 수 있다.
 - 그러나 신속한 조사를 위한 EPO의 정책 일환으로 조사부는 조사보고서를 6개월 이내에 발부하는 것을 목표로 한다.
 - 유럽 특허는 출원인이 자신이 원하는 청구 범위를 작성하여 주청구(main request)를 하고, 이러한 청구 범위가 받아들여지지 않는 경우를 대비하여 다른 한 개 또는 복수의 청구 범위를 작성하여 보조청구(subsidiary request)를 할 수 있다.
- 조사보고서를 통해 출원인은 출원 취하 여부, 출원 지속 여부, 명세서 등의 보정의 필요성을 판단한다. 따라서 조사보고서를 통해 출원의 신중함을 기할 수 있다는 장점이 있다.

④ 공개

- 출원은 우선일로부터 18개월 후 유럽특허공보(European Patent Bulletin)에 공고된다. (www.epo.org/searching-for-patents/legal/bulletin)
 - 이때 조사보고서가 있을 경우 출원과 함께 공개되며, 조사보고서가 지연될 경우에는 보고서가 나오는 대로 공개된다.
 - 출원 공개 후 6개월 이내에 심사료와 지정국에 대한 지정료를 납부해야 한다.
 - 조사보고서 공개 후 6개월 이내에 답변서(의견서/보정서)를 제출해야 한다.

⑤ 실체 심사

- 심사부는 출원 및 출원과 관련되는 발명이 조약의 요건을 만족하고 있는지 여부를 심사한다.
 - 요건을 충족하지 않는다고 판단된 경우, 그 이유가 출원인에게 통지되고 의견서와 보정서를 제출할 기회가 부여된다. 4개월 이내에 답변하지 않은 경우 출원은 각하된 것으로 본다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- 출원인이 의견서 등을 제출한 후에, 요건을 충족하지 않는다고 판단된 경우에는 출원은 원칙적으로 거절된다.

⑥ 특허 허여

- 심사 결과 출원에 관계한 발명이 조약의 요건을 충족하고 있다고 판단된 경우에는 심사부는 유럽특허를 부여한다는 허여 결정을 내린다.
 - 특허 허여 결정이 통지된 후, 유럽특허증이 특허권자에게 교부된다.

⑦ 이의신청

- 특허 부여 공고일과 동시에 9개월 간의 이의신청 기간이 부여된다.
 - 이의신청 기간 중, 누구라도 EPO에 대한 특허 부여에 대하여 이의신청을 할 수 있다.
 - 다만 특허의 대상이 특허성의 결함을 가지고 있는 경우, 유럽 특허명세서에 당업자가 발명을 실시할 수 있을 정도로 충분히 또는 명확히 발명이 개시되지 않은 경우, 특허의 대상이 출원시의 개시 내용을 초과하고 있는 경우로 한정된다.
 - 이의신청에 대한 심사는 이의부에서 심사되고, 이의가 정당하다고 인정되는 경우에는 특허권은 취소된다. 인정되지 않는 경우에는 이의신청이 각하된다.

⑧ 이탈리아 진입(국내단계)

- 출원 시에 모든 지정국이 지정된 것으로 본다. 따라서 출원 시 지정국을 지정할 필요는 없으며 유럽 특허 공보의 첫 페이지를 이탈리아어로 번역하여 상표특허청(UIBM)에 제출하는 유효화(Validation)를 진행한다.

» 유럽특허청(EPO) 출원 절차- 우선심사제도(PACE) 신청

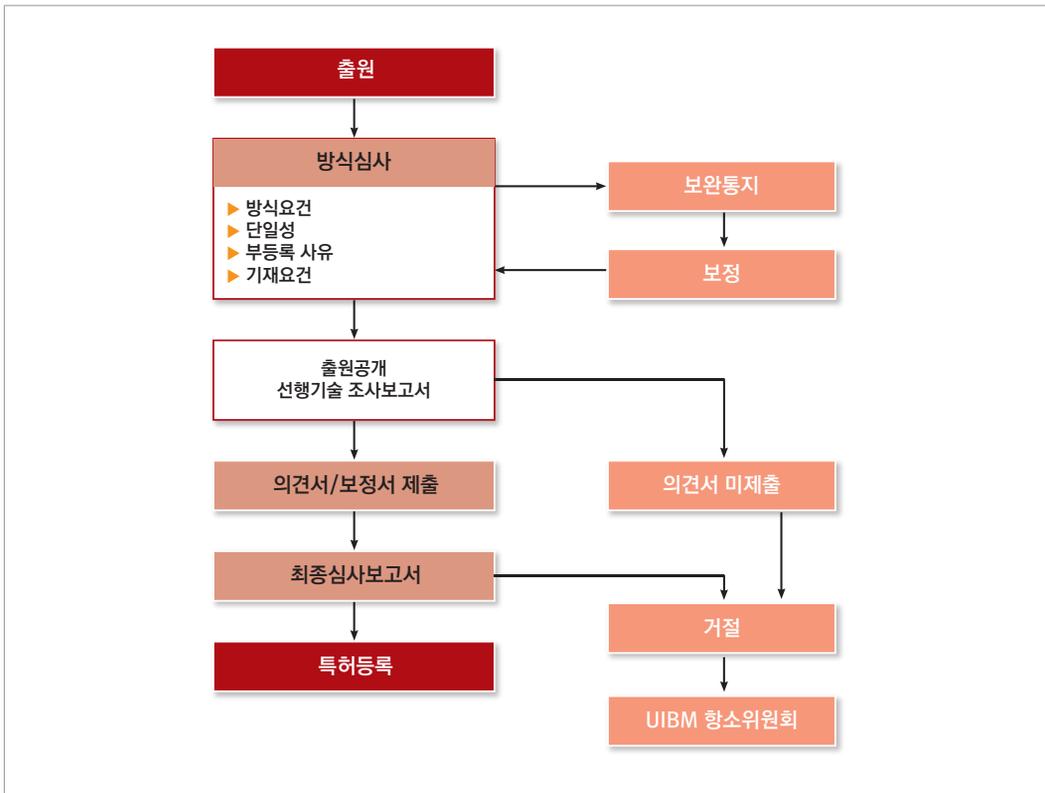
- 유럽특허 출원의 신속한 심사를 원하는 경우, PACE 제도를 이용할 수 있다. PACE 제도란 신청하는 경우 해당 출원에 우선순위를 두고 조사 또는 심사가 진행된다.
- PACE 신청은 조사단계 혹은 심사단계 중 한 과정에만 우선심사를 신청할 수 있으며, 별도의 비용은 발생하지 않는다. PACE 신청 시에는 전용 양식인 1005 양식을 사용하여 온라인으로만 신청이 가능하다.
- 우선심사를 조사단계에 신청할 경우 출원 후 18개월 이내에 발행되는 조사보고서가 6개월 이내에 작성된다.
 - 다만 신속한 조사를 위한 EPO의 정책으로 조사보고서는 PACE 신청이 없어도 6개월 이내에 발부 되도록 하기 때문에 보통 조사단계에서는 PACE 신청이 필요가 없다.

- 심사과정에 PACE 신청 시에는 평균적으로 3-4년이 소요되는 심사과정이 12개월 이내에 심사가 완료될 수 있다.

o 다만 PACE 신청은 출원 과정 상 문제가 발생하지 않은 출원만 신청이 가능하며, 연체 수수료가 발생하는 경우에는 신청이 기각된다.

3) 상표특허청(UIBM) 특허 출원 절차(정규 출원)

» 특허 정규 출원 절차



- ① 필요서류 구비 후 로마에 소재하는 이탈리아 상표특허청(UIBM) 또는 각 지방 상공회의소에 설치되어 있는 “산업, 상업 및 공예품 지방사무소 : Provincial Offices of Industry, Trade and Handicraft”에 제출한다.
- ② 이탈리아 국내특허는 심사주의에 따라 제출한 서류에 근거하여 특허 심사 과정을 실시한다. 먼저 출원 발명이 특허의 대상이 되는 것인지에 대한 심사 및 발명의 단일성에 대한 방식심사를 실시한다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

③ 방식심사 결과에 대한 대응

- 출원 서류가 제출된 후에 우선 출원일을 부여하기 위한 요구사항(출원서에 기재될 필수적인 내용)을 충족하는지 여부에 대한 방식심사 결과, 결함이 발견된 경우, 그 취지를 출원인에게 통지하면서 결함을 정정할 수 있는 기회가 주어진다.
- 해당 기간 내에 결함이 시정된 경우에는 그 시정된 날이 특허 출원일로 인정된다.
- 소정 기간 내에 결함을 시정하지 않으면 출원은 거절된다.
- 또한, 발명이 단일성의 요건을 위반하고 있다고 통지된 경우에는, 출원인은 명세서 등의 보정을 할 수 있으며, 분할 출원을 할 수 있다.

④ 선행기술 조사 실시(최초 특허출원의 경우)

- 선행기술 조사 보고서에는 각 항목에 “X”, “Y”, “A”로 표시된다.
 - 발명의 신규성, 진보성을 부정하는 경우: X
 - 해당 선행 문헌이 다른 문헌과 결합하여 특허 출원 발명의 진보성을 저해하는 경우: Y
 - 신규성 및 진보성을 부정하는 문헌은 아니지만 다른 문헌과 관련 있는 경우: A

- 1) 대상: UIBM에 최초 특허출원의 경우에 실시한다.
- 2) 영어번역문 제출: 선행 기술 조사의 대상이 되면 출원인은 특허청구범위의 영어번역문을 제출해야하며, 소정의 수수료를 지불하면 UIBM에서 직접 번역문을 작성하게 된다.
- 3) EPO에 선행기술조사 의뢰: 국방에 필요한 발명의 여부를 판단하기 위한 3개월이 지나면, 출원은 특허청구 범위의 영문 번역문과 함께 UIBM의 선행기술조사 위탁기관인 EPO에 선행기술조사 의뢰가 이루어지게 된다.
- 4) EPO의 선행기술 조사 실시: EPO는 보통 전체 명세서를 자동번역한 후 해당 이탈리아 특허출원의 선행기술 조사를 실시하며, 선행기술 조사 결과 작성된 선행기술 조사 보고서는 심사관의 의견서와 함께 UIBM에 송부한다.
- 5) 선행기술 조사보고서를 출원인에게 전달: 인용된 선행 기술문헌의 사본은 출원인에게 직접 전달되지 않고 인터넷에서 다운로드 가능하다.

⑤ 실체 검사 실시

- 1) 출원인은 출원 공개된 이후 3개월 이내에 즉 출원일로부터 21개월 이내에 의견서 및 보정서를 제출하여 흠결사항을 보정할 수 있다.
- 2) 출원인이 제출한 의견서 및 보정서를 바탕으로 심사관은 해당 특허 출원을 심사하게 되며, 출원인의 의견서 및 보정서로 인하여 특허성을 확보하게 되는 경우, 심사관은 특허 결정의 통지서를 출원인에게 발송한다.

- 만약, 출원인이 아무런 대응을 하지 않거나, 출원인의 의견서 및 보정서에도 불구하고 특허성이 부정되는 경우엔, 심사관은 거절 통지를 하게 된다.

⑥ 출원 공개

- 모든 이탈리아 특허 출원은 출원일로부터 18개월이 경과된 후 선행기술 조사 보고서와 함께 공개된다.

⑦ 등록

- 실체검사 후 특허성이 인정되는 경우에 심사관은 해당 특허 출원을 등록 사정하며, UIBM의 공보에 등록 공고를 게시하고 출원인에게는 등록증을 송부한다.

- 대부분의 경우 출원일로부터 보통 3년 정도 소요되며 UIBM은 특허에 대한 이의신청 제도가 없다.

- 특허 존속 기간은 출원일로부터 20년이다.

⑧ 특허 무효 심사

- 이탈리아 특허 무효는 침해 소송 등의 분쟁시 법원에서 무효 항변으로 청구되는 경우가 다수이다.
 - 무효만을 다루는 특허 소송은 재판에 상당한 시간이 소요되고 특허 전체의 무효 판단이 나오는 경우가 드물다는 이유로 잘 이용되지 않는다.
- 침해 소송 시에는 소송 중 피고인의 입장에서 특허 무효 항변을 청구하는 편이 무효를 다투는 소송에서 무효를 입증해야하는 원고의 입장보다 유리하다.
 - 특허의 일부 무효의 판결을 쉽게 얻을 수 있고, 결과적으로 침해를 회피할 가능성이 높기 때문이다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

» 특허 정규 출원 정리

구분	이탈리아 특허법
지리적 효력의 범위	이탈리아
출원인 자격	자연인 또는 법인
현지대리인의 필요성 및 대리인의 자격	필요
출원언어	이탈리아어(단, 외국어출원시 지정 기간 내에 번역문 제출 가능)
특허권의 존속기간	출원일로부터 20년
특허요건	(1) 산업상 이용가능성 (2) 신규성 (3) 진보성 (4) 발명의 단일성
신규성의 판단기준	내외국 공지, 내외국 간행물
신규성 상실예외	유, 6개월 이내에 출원 필요 - 출원인의 뜻에 반하는 행위에 의해 발명이 공표된 경우 - 국제 박람회에 발명을 출품함으로써 발명이 공지된 경우
특허될 수 없는 사유	- 발견과 과학적 이론 및 수학적 방법 - 심미적 창작물 - 정신적 활동, 놀이 또는 사업을 위한 계획, 법칙 및 방법 및 컴퓨터 프로그램 - 인간 또는 동물 신체의 외과적 또는 치료학적 처리방법 및 인간 또는 동물 신체에 적용되는 검사방법 - 정보의 제공 - 식물품종 및 동물품종과 이들을 생산하는 생물학적 방법으로서, 다른 품종의 유전자 변형으로만 이루어지는 발명인 경우
실체심사의 유무	유
심사청구제도의 유무	무(모든 출원인이 선행기술조사의 대상됨)
우선심사제도의 유무	무
출원공개제도의 유무	유, 출원공개는 출원일로부터 1년 6개월 경과 후 공개
이의신청제도의 유무	무
무효심판제도의 유무	유(무효소송제기)

출처: “해의지식재산권 보호 가이드북”, 특허청, 2012 와 Patents Rules, UIBM, 2017 재구성

03 | 분쟁사례

Ferrero와 GCAS 분쟁사례

가) 분쟁 원인

- 2015년에 악마의 잼으로 불리는 초코헤이즐넛 크림인 누텔라를 생산하는 이탈리아 제과업체 페레로사는 미국 뉴욕에 위치한 GCAS 사가 자체 커피전문점과 코코아와 누텔라를 기반으로 한 제품에 nutelleria 라는 상표를 붙여 인터넷 도메인(www.nutelleriany.com/www.nutelleriamia.com)을 확보하고 소셜네트워크서비스(SNS)에서 대대적 홍보를 하고 있는 것을 발견했다.
 - 특히 GCAS사는 자사 광고에 누텔라 제품 사진을 무단으로 사용했다.
- 페레로 측은 법적 소송이전에 GCAS에 자진 철회할 것을 요구하였으나 오히려 GCAS는 Nuteria로 이름을 변경하면서 신규 도메인을 기존 것과 연동시켜 소비자들의 오해를 증폭시켰다.
- 따라서 페레로측은 GCAS가 누텔라가 이루어온 명성을 교묘하게 활용해 이익을 취하고 있다고 판단하고 누텔라 상표권을 지키고 소비자들의 잘못된 이해 확산 및 브랜드 이미지 손상을 막기 위해 뉴욕 동부 지방법원에 GCAS에 대한 상표권 침해소송을 제기하였다.

» GCAS사의 Nuteria NY

» Ferrero사의 Nutella



출처 : www.nydailynews.com

출처 : www.bbc.co.uk

나) 법원 판결

- 뉴욕 동부 지방법원은 Ferrero사의 주장을 받아들여 GCAS사의 Nuteria가 소비자로서 하여금 GCAS사가 페레로와 연관 있는 회사로 페레로의 승인 혹은 라이선스를 통해 누텔라 관련 제품을 유통시키고 있다는 착각을 일으키게 할 수도 있으며 상표권을 침해했다고 판단하여 이에 대해 손해배상을 지불하고 상표 사용 금지 명령을 내렸다.

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

| 부록 |

01. 관련 기관 및 협회

02. 박람회 정보

03. 현지 전문가 인터뷰 리스트

04. 참고 문헌 및 사이트



01 | 관련 기관 및 협회

1) 국내기관

기관명	홈페이지	비고
농림축산식품부	www.mafra.go.kr	농업관련 정책 업무
외교부	www.mofa.go.kr	외교관련 정책 업무
산업통상자원부	www.motie.go.kr	산업, 무역 관련 정책 업무
통계청	www.kostat.go.kr	국가 통계 업무
관세청	www.customs.go.kr	관세, 세율 정보 표시 및 업무
특허청	www.kipo.go.kr	산업재산권에 관한 업무
aT한국농수산물유통공사	www.at.or.kr	농식품 유통 및 수출 지원
농수산물수출지원정보	www.kati.net	농식품 수출 정보 제공
식품의약품안전처	www.mfds.go.kr	식품, 의약품의 안전성 업무
농림축산검역본부	www.qia.go.kr	동식물의 검역 업무
국립농산물품질관리원	www.naqs.go.kr	농산물의 품질 관리 및 개량
한국무역협회	www.kita.net	무역 관련 업무 및 정보 제공
한국농촌경제연구원	www.krei.re.kr	농업 관련 각종 연구

2) 이탈리아기관

기관명	홈페이지	비고
이탈리아 정부	www.governo.it	정부 대표 사이트
경제개발부	www.sviluppoeconomico.gov.it	국가 경제, 개발 관련 업무 실시, 정보 제공
법무부	www.giustizia.it/giustizia	법률 관련 정책 업무
농림부	www.politicheagricole.it	농업 관련 정책 업무
식품협회	www.federalimentare.it	식품 생산, 동향 등에 관한 정보 제공
대외무역부	www.mincomes.it	외교 및 무역정책, 무역과 투자 관련 내용 제공
투자진흥공사	www.invitalia.it	주요 경제 정보, 투자 제도 정보 제공
무역공사	www.ice.it	무역 및 산업 관련 업무 실시, 정보 제공
세관	www.agenziadongane.it	관세 관련 정보 제공
재무부	www.mef.gov.it	관세 관련 정보 제공
통계청	www.istat.it	통계 정보 제공
보건부	www.salute.gov.it	식품의 종류, 원료 및 원산지 등에 따른 규제 및 안전 정보 제공
중앙은행	www.bancaditalia.it	경제 및 금융 현황 정보, 유로 금융 등 제공
주한 이탈리아대사관	www.ambseoul.esteri.it	대사, 영사 업무
주이탈리아 한국대사관	www.overseas.mofa.go.kr	대사, 영사 업무
Coldiretti	www.coldiretti.it	농민협동조합
Anabio	www.anabio.it	농민협동조합

3) 범국가기관

기관명	홈페이지	비고
UN 무역통계자료 UN Comtrade Database	www.comtrade.un.org	UN(국제연합)이 제공하는 무역통계 정보 사이트
국제무역센터 ITC (International Trade Centre)	www.intracen.org	무역 진흥을 통한 빈곤 퇴치를 목적으로 개발도상국의 중소기업들이 수출에 성공할 수 있는 무역개발솔루션 제공
국제연합식량농업기구 FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations)	www.fao.org	식량과 농산물의 생산 및 분배능률 증진, 농민의 생활수준 향상을 목표로 설립된 국제기구
국제통화기금 IMF (International Monetary Fund)	www.imf.org	세계무역의 안정된 확대를 통하여 고용증대, 소득증가, 생산자원개발에 기여
경제협력개발기구 OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)	www.oecd.org	상호 정책조정 및 협력을 통해 회원각국의 경제사회발전과 개발도상국의 경제 성장 및 세계무역 확대 촉진
세계무역기구 WTO (World Trade Organization)	www.wto.org	국제무역확대, 회원국 간의 통상 분쟁 해결 및 교역/통상에 관한 연구
국제부흥개발은행(세계은행) IBRD (International Bank for Reconstruction and Development)	www.worldbank.org	국제무역확대와 개발도상국의 빈곤 퇴치 및 기술 원조
세계유기농업운동연맹 IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements)	www.ifoam.bio	유기농업 운동을 선도·통합·지원하기 위해 설립된 단체로 국제적 공신력을 갖춘 유기농산물 인증 제도를 운용 중
세계지적재산권기구 WIPO (World Intellectual Property Organization)	www.wipo.int	지적재산권에 관한 국제 조약의 제정을 추진하는 기구
유럽연합 EU (European Union)	www.europa.eu	유럽 내 단일시장을 구축하고 단일 통화를 실현하여 유럽의 경제·사회 발전을 촉진하기 위해 설립. 28개국이 가입 중
유럽연합 집행위원회 European Commission	www.ec.europa.eu/commission/index_en	유럽 통합과 관련된 조약을 수호하고 유럽연합의 행정부 역할을 담당하는 유럽 통합의 중심기구
유럽 식품 안전청 EFSA (European Food Safety Authority)	www.efsa.europa.eu	유럽 지역의 식품안전 및 위해성을 평가하는 독립적인 과학적 자문의 역할 수행, 식품 안전 모니터링
유럽연합 통계청 Eurostat	www.ec.europa.eu/eurostat	유럽연합의 통계 기관으로 실업률, 인플레이션 등 각종 다양한 통계 자료 제공
EU 지적재산권청 EUIPO (European Union Intellectual Property Office)	www.euiipo.europa.eu	유럽연합 내 특허를 제외한 지식재산권 제도의 통일 및 운용
EU 특허청 EPO (European Patent Office)	www.epo.org	유럽연합 내에서 효력을 갖는 특허를 허여할 수 있는 기관으로 특허의 등록 갱신을 담당

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

02 | 박람회 정보

□ 2017 이탈리아 피렌체 식품 박람회(Taste)

	개최기간	2017.03(3일간)
	개최주기	매년
	개최도시	피렌체
	산업분야	식품, 음료
	홈페이지	www.pittimagine.com

□ 2017 이탈리아 와인전시회(Italian Wines Trade Fair 2017)

	개최기간	2017.03(3일간)
	개최주기	매년
	개최도시	나폴리
	산업분야	주류
	홈페이지	www.vitignoitalia.it

□ 이탈리아 베로나 와인 박람회(Vinitaly)

	개최기간	2017.04(12일간)
	개최주기	매년
	개최도시	베로나
	산업분야	식품, 음료, 기계류
	홈페이지	www.vinitaly.com

□ 이탈리아 밀라노 국제 식품 박람회(International Food Fair Milano)

	개최기간	2017.05(4일간)
	개최주기	격년
	개최도시	밀라노
	산업분야	식품, 음료
	홈페이지	www.tuttofood.it

- 2017 이탈리아 리미니 빙과 및 제과박람회(International Exhibition of Ice Cream, Confectionery and Bakery Products; SIGEP)

	개최기간	2017.01(5일간)
	개최주기	매년
	개최도시	리미니
	산업분야	식품, 음료
	홈페이지	www.sigep.it

- 2017 이탈리아 리미니 맥주 박람회(Selezione Birra Beverage & Co.)

	개최기간	2017.02(5일간)
	개최주기	매년
	개최도시	리미니
	산업분야	식품, 음료
	홈페이지	www.beerattraction.it

- 2017 이탈리아 베로나 국제 올리브 박람회(International Quality Agro-Foods Event)

	개최기간	2017.04(4일간)
	개최주기	매년
	개최도시	베로나
	산업분야	식품, 음료
	홈페이지	www.veronafiere.it/sol

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

03 | 현지 전문가 인터뷰 리스트

□ 조사 목적

- 이탈리아 식품시장 현황 파악과 주요 수출품목, 현지 식품 수출입 제도, 상표권 제도 등의 현지 정보 수집과 의견 수렴을 통하여 향후 수출 및 판매 전략을 세우는데 기초 자료로 사용할 목적으로 실시

□ 조사 내용

- 농식품 시장 현황, 식품 트렌드, 유통 및 소비동향
- 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향 파악
- 식품 수입 절차, 통관 · 검역 · 수입 식품 위생제도, 수출입 동향
- 식품과 관련된 상표권, 지적 재산권, 특허

□ 조사 대상

» 현지 전문가 인터뷰 리스트

NO	구분	회사명	소개
1	수입	The Greens company s.a.s	한국식품 수입, 한국식품점운영
2		PAC srl	한국식품 수입업체
3		Hu Foods	아시아(중국산, 일본산, 한국산) 식품점으로 밀라노 차이나타운에서 가장 큰 규모
4	통관	Monava	1945년 설립, 자체 보세창고 보유한 말펜사 공항 근처의 식품 전문 통관업체
5	식품인증	Food Consulting	식품인증 및 유해물질검사 컨설팅 업체
6	상표	Studio Stufi	상표권, 특허권, 지적재산권 전문 로펌
7	유통	Iper	전국에 27개의 체인점 보유한 대형유통업체
8	음식점	GAM	밀라노 내의 한국 음식점

□ 참고문헌

- 주요국 수입제도 모니터링-EU, 한국농수산물유통공사, 2016
- 외국의 통상환경보고서, 산업통상자원부, 2015
- EU 농식품 무역장벽보고서, 한국농수산물유통공사, 2016
- 유럽연합의 식품표시제도, 한국농촌경제연구원, 2016
- 이탈리아 농업 현황, 한국농촌경제연구원, 2014
- 자유무역협정의 이행을 위한 관세법의 특례에 관한 법·시행령 시행규칙, 국가법령정보센터, 2017
- 한-EU FTA 수입통관 매뉴얼, 주벨기에·유럽연합대사관 한국관세사회, 2011
- 신선 농산물 수출검역 요건, 농림축산검역본부, 2016
- 유럽연합 단일특허제도 도입에 따른 과제와 전망, 한국법제연구원, 2013
- Italy Food & Drink Report, BMI Research, 2017
- Wine Folly: The Essential Guide to Wine, Madeline Puckette, Justin Hammack, 2015
- Grocery Retailers in Italy, Euromonitor International, 2016
- Income and Expenditure: Italy, Euromonitor International, 2016
- Metro Retail COMPENDIUM 2015/2016, METRO Group, 2016
- Organic Food Sales on the Rise in Italy, Euromonitor International, 2015
- Retailing in Italy, Euromonitor International, 2016
- Coop Italia scarl in Retailing, Euromonitor International, 2016
- CONAD – Consorzio Nazionale Dettaglianti Scrl in Retailing, Euromonitor International, 2016
- Auchan Group SA in Retailing, Euromonitor International, 2016
- Fresh Food in Italy, Euromonitor International, 2017
- Gluten-Free Mania to Liven Up Fresh Food, Euromonitor International, 2014
- Packaged Food in Italy, Euromonitor International, 2016
- Barilla Alimentare SpA in Packaged Food, Euromonitor International, 2016
- Ferrero SpA in Packaged Food, Euromonitor International, 2016
- Nestlé Italiana SpA in Packaged Food, Euromonitor International, 2016
- Exporter Guide_Rome_Italy, USDA, 2013
- ICS (Import Control System) project, EU Commission, 2017
- Guidelines on entry and summary declarations in the context of Regulation (EC) No 648/2005, EUROPEAN TAXATION AND CUSTOMS UNION, 2010
- Italy Food and Agricultural Import Regulations and Standards, USDA, 2016

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

- GUIDELINES FOR EXAMINATION OF EUROPEAN UNION TRADE MARKS, EUIPO, 2017
- Regulation (EU) No 2015/2424, European Union, 2015
- Regulation (EU) No 1169/2011, European Union, 2011
- Regulation (EC) No 1875/2006, EU Commission, 2006
- Regulation (EC) No 834/2007, EU Commission, 2007
- Regulation (EC) No 1331/2008, EU Commission, 2008
- Regulation (EC) No 1881/2006, EU Commission, 2006
- Patents Rules, UIBM, 2016
- Trademarks Rules, UIBM, 2017

□ 참고사이트

- aT한국농수산물유통공사(www.at.or.kr)
- 농수산물수출지원정보(www.kati.net)
- 우리은행 외환센터(www.spot.wooribank.com/pot/Dream?withyou=fx)
- 관세법령정보포털3.0(unipass.customs.go.kr)
- FTA 강국, Korea(www.ftahub.go.kr)
- 해외인증정보시스템(www.certinfo.or.kr)
- (주)월드베스트로지스틱스(www.worldbl.co.kr)
- EUR-Lex(www.eur-lex.europa.eu)
- Euromonitor International(www.portal.euromonitor.com)
- N-Lex(www.eur-lex.europa.eu/n-lex/index_en)
- USDA(www.usda.gov)
- WIPO(World Intellectual Property Organization)(www.wipo.int)
- Amazon Italia(www.amazon.it)
- Federdistribuzione(www.federdistribuzione.it)
- Siciliafan(www.siciliafan.it)
- RASFF Consumer Portal(www.webgate.ec.europa.eu/rasff-window/portal),
- EUIPO(www.euipo.europa.eu)
- European Patent Organization(www.epo.org)
- European Patent Bulletin
(www.epo.org/searching-for-patents/legal/bulletin)
- UIBM(www.uibm.gov.it)
- NON-GMO Project (www.nongmoproject.org)
- The Vegan Society(www.vegansociety.com)

- Associazione Italiana Celiachia(www.celiachia.it)
- Esselunga(www.esselunga.it)
- Iper(www.iper.it)
- Conad(www.conad.it)
- Coop Italia(www.e-coop.it/coop-italia)
- Eurospin(www.eurospin.it)
- Auchan Group(www.groupe-auchan.com)
- Selex(www.selexgc.it)
- Eataly(www.eataly.com)
- Peck(www.peck.it)
- Rinascente(www.rinascente.it)
- Excelsior(www.excelsiormilano.com)
- Barilla(www.barillagroup.com)
- Lactails(www.gruppopolactalisitalia.com)
- Ferrero(www.ferrero.com)
- Granlatte Società Cooperativa Agricola arl(www.granlatte.it)
- Perfetti Van Melle(www.perfettivanmelle.com)
- Unilever(www.unilever.it)
- Nestle Italy(www.nestle.it)
- Bauli(www.bauli.it)
- Bolton(www.boltongroup.net/it-it)
- Mondelez International(www.mondelezinternational.com)

요약

Part I
국가 일반
현황

Part II
농식품시장
동향

Part III
수입통관
제도

Part IV
식품 위생
제도

Part V
상표 출원
및 특허
규정

부록

Italy

2017 신흥시장 클로즈업 이탈리아

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사 수출정보부
- (사)한국농식품미래연구원

발행일 2017.05

발행처 aT한국농수산물유통공사
[58326] 전라남도 나주시 문화로 227
061-931-1114 <http://www.at.or.kr>

자료문의 aT 농수산물식품기업지원센터 수출정보부
02-6300-1678

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농수산물수출지원정보 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 보고서에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아니며, 국가의 특성을 모두 대변한 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.

이탈리아

농식품 수출의 새로운 기회

국가 일반 현황

농식품 시장 동향

수입 통관 제도

식품 위생 제도

상표 출원 및 특허 규정

