

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2003-08
- 품목 : 멀티비타민(Multivitamin)
- 국가 : 프랑스(FRANCE)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 프랑스 멀티비타민 시장규모	5
2. 프랑스 멀티비타민 수출입 시장규모	6
3. 프랑스 멀티비타민 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	12
1. 프랑스 소비자, 건강보조식품으로 갈숨, 유산균, 인삼, 비타민 섭취	17
2. 프랑스 건강보조식품, 캡슐 제형이 대표적	18
3. 피로 해소, 소화 개선, 수면 장애 완화 목적으로 주로 섭취	19
4. 건강보조식품 관련해 천연 추출물 언급량 매우 낮아	20

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 프랑스 멀티비타민 유통구조	23
2. 프랑스 멀티비타민 주요 유통업체	24
3. 프랑스 멀티비타민 B2C 소매채널	26

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 프랑스 멀티비타민 인증 취득	48
2. 프랑스 멀티비타민 사전 심사	50
3. 프랑스 멀티비타민 업체·제품 등록	51
4. 프랑스 멀티비타민 라벨 심의	52
5. 프랑스 멀티비타민 서류 준비	56
6. 프랑스 멀티비타민 세금 납부	57
7. 프랑스 멀티비타민 검역 심사	58

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 파라셀렉션(Paraselection)	63
Interview ② 파머시하우스만(Pharmacie Hausmann)	64
Interview ③ 파머시클레르몽페랑(Pharmacie Clermont Ferrand)	65
Interview ④ 파머시데카일로스(Pharmacie Des Caillols)	66
Interview ⑤ 파머시뒤락(Pharmacie du Lac)	67

* 참고문헌	68
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

1. 프랑스 멀티비타민 시장규모
2. 프랑스 멀티비타민 수출입 시장규모
3. 프랑스 멀티비타민 소비 시장규모



Market Size

(시장규모)

프랑스 (FRANCE)

멀티비타민 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(멀티비타민)

- 프랑스 건강제품¹⁾ 시장규모 41억 4,600만 유로('18)
- 프랑스 멀티비타민²⁾ 시장규모 **1억 3,700만 유로('18)**



■ 멀티비타민
■ 건강제품(멀티비타민 외)

(*) Euromonitor International

프랑스 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(멀티비타민)

- HS 2106.90³⁾ '따로 분류되지 않은 조제 식료품(기타)'
프랑스 對 글로벌 수입 규모 11억 4,509만 달러('19)
- HS 2106.90 '따로 분류되지 않은 조제 식료품(기타)'
프랑스 對 한국 수입규모 **78만 달러('19)**



■ 對한국 수입규모
■ 對글로벌 수입규모 (한국 외)

(*) International Trade Centre

멀티비타민 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '멀티비타민'은 면역력 향상, 혈행 개선 등의 기능을 보유하며, 천연초 추출액으로 만들어진 제품임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '연령대 및 성별 인구 규모', '소득별 인구 비중', '멀티비타민 섭취량', '비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민의 시장규모'를 확인함

- | | |
|---|--|
| <p>① 프랑스 성별, 연령대별 인구규모 ('18)</p> <p>전체 6,699만 3,000명</p> <p>70세 이상 948만 8,000명</p> <p>50-59세 882만 2,000명</p> <p>40-49세 866만 9,000명</p> <p>※상위 3개 연령대의 인구규모를 제시함</p> <p>③ 멀티비타민 소비량 ('19)</p> <p>멀티비타민 6억 8,400만 개</p> | <p>② 프랑스 소득별 인구 비중 ('19)</p> <p>고소득층 6%</p> <p>중산층 68%</p> <p>하위층 18%</p> <p>빈곤층 7%</p> <p>④ 비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민 시장규모 ('18)</p> <p>비타민 및 건강보조식품 12억 6,200만 유로</p> <p>멀티비타민 1억 3,700만 유로</p> |
|---|--|

(*) National Statistics and Economic Studies of France, OECD, Euromonitor

1) 건강제품(Consumer Health): 일반의약품(OTC), 비타민 및 식이 보조제품(VDS), 스포츠 영양식품(Sports Nutrition), 체중 조절 식품, 웰빙 관련 식품을 포함함
 2) 멀티비타민(Multivitamins): 단일 제품 복용으로 다양한 종류의 보충 영양소와 표준 규정량 이상의 영양소를 섭취할 수 있는 멀티비타민을 뜻함. 유기농업으로 재배된 무첨가 제품으로 만들어진 멀티비타민을 포함함
 3) HS CODE 2106.90: 따로 분류되지 않은 조제 식료품. 식이보조제(Food Supplements)로 불리는 조제품을 포함함

1. 프랑스 멀티비타민 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘멀티비타민’은 천연초 추출액으로 만들어진 건강기능식품으로, 면역력 강화, 혈행 개선 등의 기능을 가지고 있음. 이에 제품의 품목을 고려하여 ‘건강제품’ 시장 및 ‘멀티비타민’ 시장을 조사함

프랑스 국가 일반 정보⁶⁾

면적	67.5만km ²
인구	6,736만 명
GDP	2조 5,836억 달러
GDP (1인당)	38,504달러

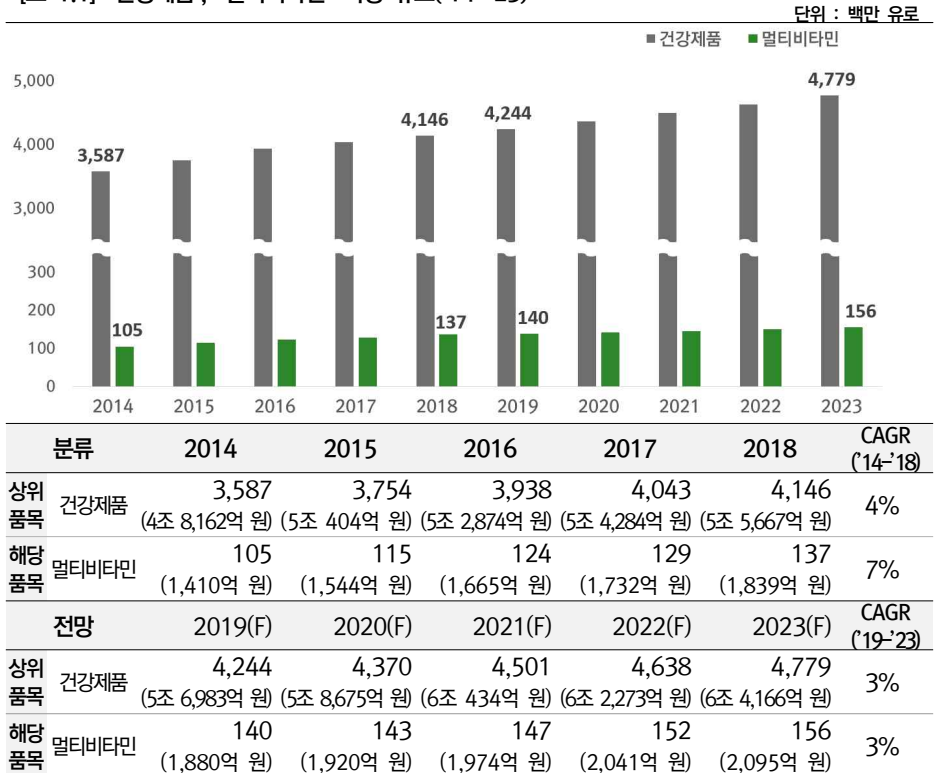
▶ 2014-2018년, 프랑스 ‘건강제품’ 시장, 연평균성장률 4%

프랑스 ‘건강제품’ 시장은 2014년 35억 8,700만 유로에서 5년(2014-2018년)간 평균 4%씩 성장하여 2018년 41억 4,600만 유로를 기록함. 동기간 ‘멀티비타민’ 시장 규모는 연평균성장률 7%로 2018년 1억 3,700만 유로를 기록함

▶ 2019-2023년, 프랑스 ‘멀티비타민’ 시장, 연평균성장률 3%

향후 5년(2019-2023년)간 프랑스 ‘멀티비타민’ 시장은 연평균 3%씩 성장하여 2023년 1억 5,600만 유로 규모를 기록할 것으로 예상됨. 2019년 ‘건강제품’ 시장규모는 42억 4,400만 유로로 추산되며, 향후 5년간 연평균 3%씩 증가할 것으로 전망됨

[표 1.1] ‘건강제품’, ‘멀티비타민’ 시장 규모(*14-’23)⁴⁾⁵⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 프랑스 멀티비타민 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 해당 코드는 ‘ 따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품(기타)’을 지칭함. 이에 제품의 품목(멀티비타민)을 반영하여 해당 HS CODE를 선정함

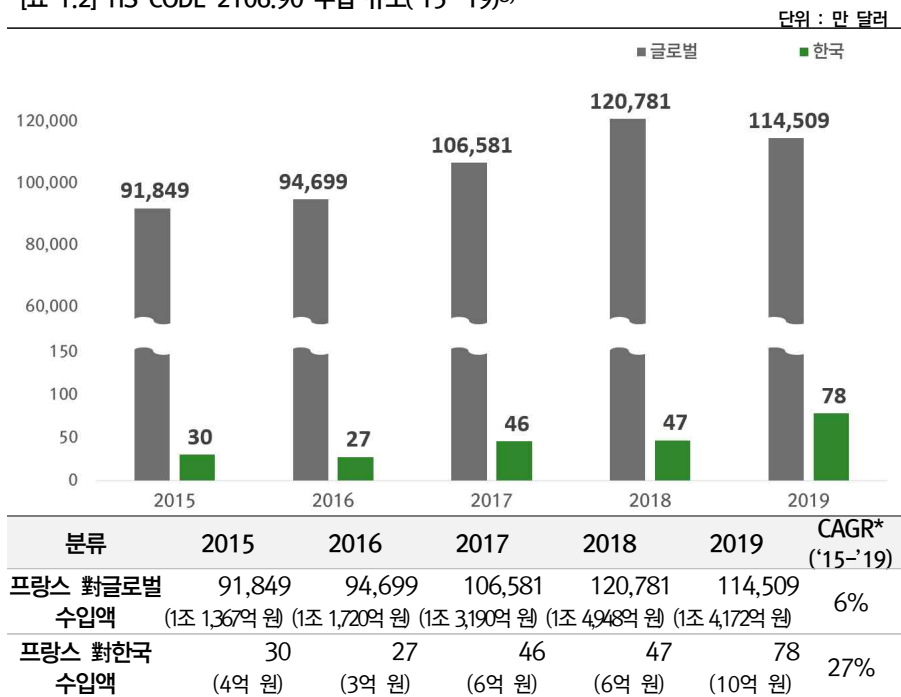
▶ 2015-2019년, 프랑스 對글로벌 수입액 연평균성장률 6%

프랑스의 HS CODE 2106.90 품목 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019)간 연평균성장률 6%를 기록함. 해당 품목의 수입액은 2015년부터 2018년까지 꾸준히 증가하다 2019년에 전년 대비 5% 감소하여 11억 4,509만 달러로 확인됨. 2019년 기준 프랑스 對글로벌 수입액 1위 국가는 독일로 전체 수입액의 18%에 해당하는 2억 683만 달러(2,560억 원⁷⁾를 기록함

▶ 2015-2019년, 프랑스 對한국 수입액 연평균성장률 27%

프랑스의 HS CODE 2106.90 품목 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019)간 연평균 27%씩 성장함. HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액 규모는 對글로벌 대비 2014년 0.03%에서 0.07%로 증가함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입 규모('15-'19)⁸⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2106.90 기준

7) 1달러=1,237.60원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 프랑스 멀티비타민 소비 시장규모

1) 프랑스 성별, 연령대별 인구 규모

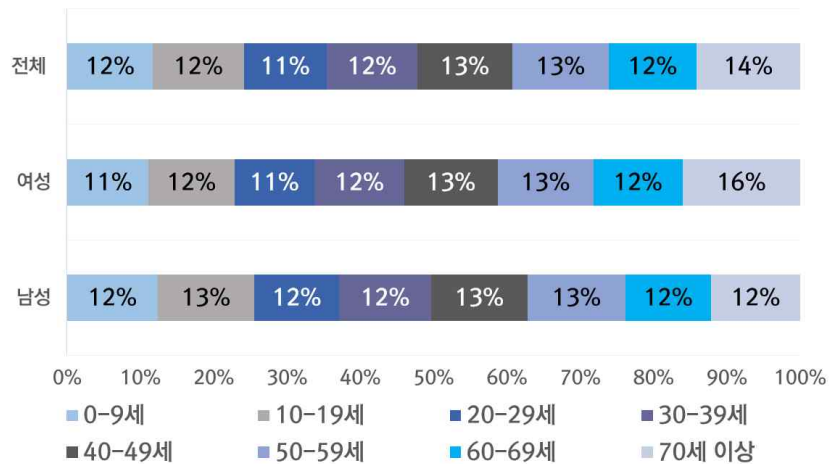
조사제품 ‘멀티비타민’은 면역력 향상, 혈행 개선 등의 기능을 보유하며, 천연초추출액으로 만들어진 제품임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 ‘연령대 및 성별 인구 규모’, ‘소득별 인구 비중’, ‘멀티비타민 소비량’, ‘비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민의 시장규모’를 조사함

▶ 2018년, 프랑스 전체 인구 중 70대 이상이 전체 인구의 14%

2018년 프랑스 인구는 총 6,699만 3,000명으로 집계됨. 이 중 70대 이상 인구가 전체 인구의 14%에 해당하는 948만 8,000명으로 가장 많으며, 50대 인구가 882만 2,000명(전체 인구의 13%)으로 2위를 기록함. 그 다음으로는 40대 인구와 10대 인구가 각각 866만 9,000명(13%), 832만 명(12%) 등으로 나타남

[표 1.3] 2018년 프랑스 성별, 연령대별 인구 분포⁹⁾¹⁰⁾

단위: 천 명



	전체		여성		남성	
0-9세	7,839	(12%)	3,837	(11%)	4,002	(12%)
10-19세	8,320	(12%)	4,061	(12%)	4,259	(13%)
20-29세	7,550	(11%)	3,777	(11%)	3,772	(12%)
30-39세	8,292	(12%)	4,252	(12%)	4,040	(12%)
40-49세	8,669	(13%)	4,388	(13%)	4,281	(13%)
50-59세	8,822	(13%)	4,516	(13%)	4,306	(13%)
60-69세	8,013	(12%)	4,214	(12%)	3,800	(12%)
70세 이상	9,488	(14%)	5,553	(16%)	3,935	(12%)
전체 인구	66,993	(100%)	34,598	(100%)	32,395	(100%)

자료: 프랑스 국가 통계국(National Statistics and Economic Studies of France)

9) 프랑스 국가 통계국(National Statistics and Economic Studies of France), 「Population Estimates(provisional data at the end of 2018)」, 2019.01

10) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과될 수 있음

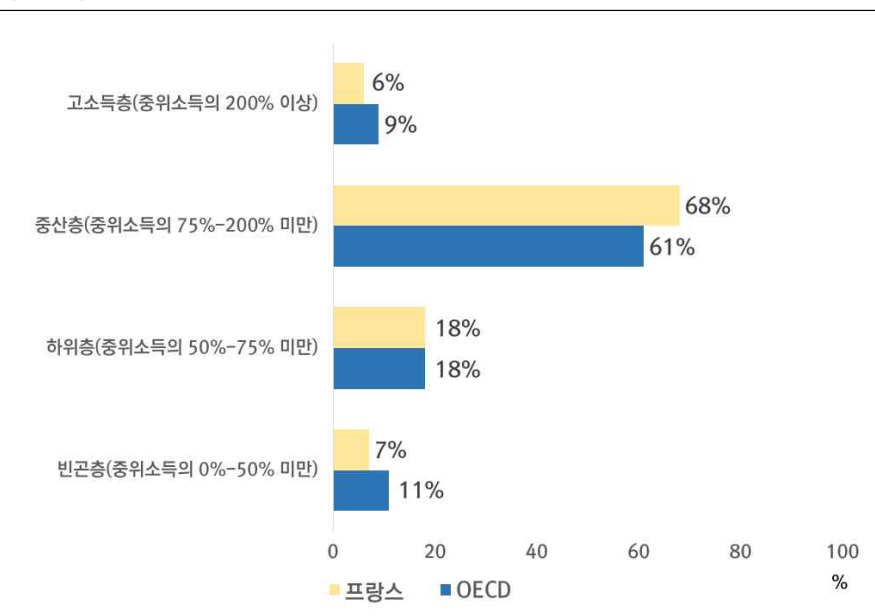
▶ 2019년, 프랑스 고소득층 전체 인구의 6%

2) 프랑스 소득별 인구 비중

경제협력개발기구(OECD) 보고서에 따르면, 2019년 기준 프랑스의 연간 중위소득은 2만 3,673유로(3,179만 원)로 확인됨. 프랑스 중위소득의 200% 이상(4만 7,346유로(6,357만 원))의 고소득층 인구는 프랑스 전체 인구의 6%인 402만 명으로 OECD 평균인 9%대비 낮은 것으로 확인됨. 중위소득의 75-200%(1만 7,755-4만 7,346유로(2,384-6,357만 원))인 중산층 인구는 전체 인구의 68%인 약 4,555만 명으로 OECD 평균 대비 높은 것으로 확인됨

중위소득의 50-75%(1만 1,837-1만 7,755유로(1,589-2,384만 원))인 하위층의 인구는 전체 인구의 18%(약 1,205만 명), 빈곤층(0-1만 1,837유로(0-1,589만 원)의 인구는 7%(약 486만 명)으로 확인됨

[표 1.4] 2019년 프랑스 소득별 인구 비율¹⁾¹²⁾

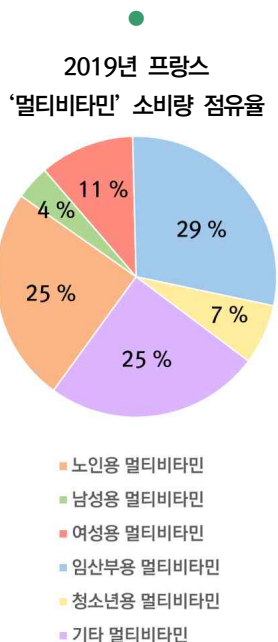


자료: 경제협력개발기구(OECD)

11) 프랑스 빈곤층, 하위층, 중산층, 고소득층: 2019년 OECD 보고서 「Under Pressure: The Squeezed Middle Class」 기준에 따라, 각각 프랑스 중위소득(23,673유로)의 0%-50% 미만, 50%-75% 미만, 75%-200% 미만, 200% 이상 소득자로 규정함

12) 경제협력개발기구(OECD), 「Under Pressure: The Squeezed Middle Class」, 2019

3) 프랑스 멀티비타민 소비량



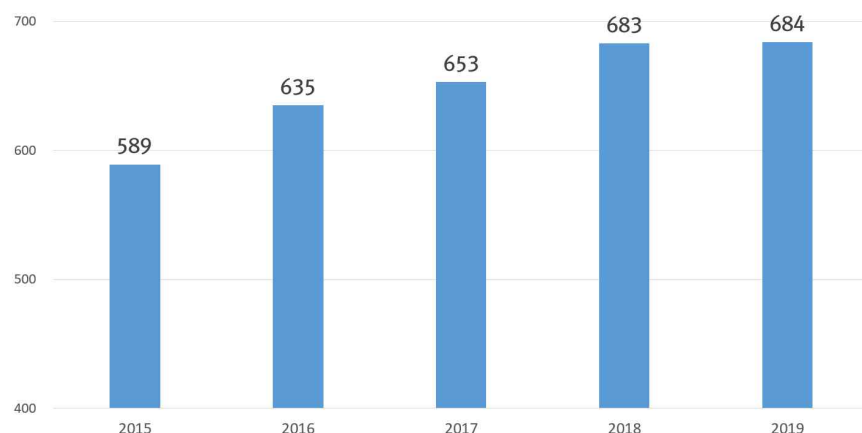
▶ 2019년 프랑스 멀티비타민 소비량 6억 8,400만 개

프랑스 내 멀티비타민 소비량은 4년(2015-2019년)간 연평균 4%씩 꾸준히 증가하여, 2019년에는 6억 8,400만 개를 기록함. 유로모니터에 따르면, 2019년 판매된 멀티비타민 중 임산부용 멀티비타민이 전체 멀티비타민 판매량의 29%를 차지하며 가장 많은 것으로 확인됨. 노인용 멀티비타민과 기타 멀티비타민이 25%, 남성용 멀티비타민이 4% 등의 순으로 확인됨¹³⁾

2019년 프랑스 멀티비타민 시장 점유율은 베로카(Berocca)가 약 21%로 가장 높으며, 올비틸(Alvityl) 약 14%, 슈프라딘(Supradyn) 약 14%, 아징크(Azinc) 약 9%, 주베민멀티비타민(Juvamine Multivitamines) 약 7% 등의 순으로 점유율을 기록함

[표 1.5] 프랑스 연간 멀티비타민 소비량('15-'19)¹⁴⁾

단위: 백만 개



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
멀티비타민 소비량	589	635	653	683	684	4%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

13) 유로모니터(Euromonitor), 「Multivitamins in France」, 2019.10

14) 원 데이터(단위: 개)은 모두 반올림하여 작성함

4) 비타민 및 건강보조식품
중 멀티비타민의 시장규모

▶ 2014-2018년, 프랑스 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장 연평균성장률 9%

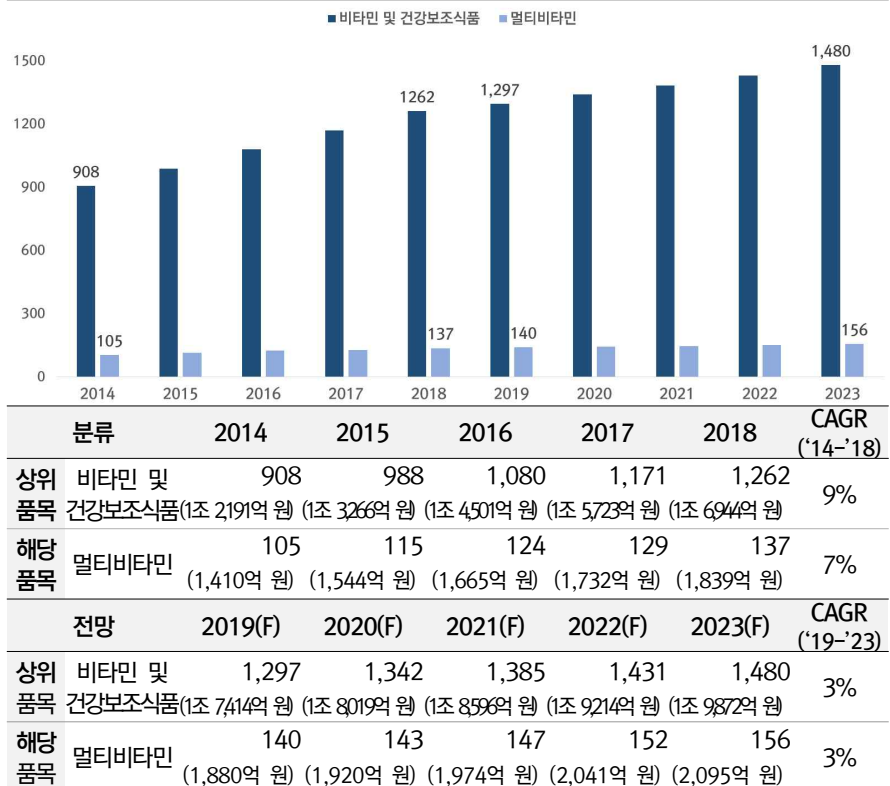
2018년 기준, 프랑스의 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장규모는 12억 6,200만 유로로 집계되었으며 과거 5년(2014-2018년)간 연평균성장률 9%를 기록함. 동기간 ‘멀티비타민’의 평균성장률은 7%로 2018년 1억 3,700만 유로의 시장규모를 기록함. ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장과 ‘멀티비타민’ 시장 모두 향후 5년(2019-2023)간 3%의 연평균성장률을 기록할 것으로 전망됨

▶ 2018년, 프랑스 ‘멀티비타민’ 시장 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장의 11% 차지

2014년 ‘멀티비타민’의 시장 규모는 1억 500만 유로로, ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장 규모의 12%를 차지함. 이후, ‘멀티비타민’의 시장 규모는 7%대의 성장률을 보인 반면, ‘비타민 및 건강보조식품’의 시장 규모는 9%대의 비교적 높은 성장률을 보임. 이에 따라 ‘멀티비타민’ 시장이 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장에서 차지하는 비율이 점차 줄어들어 2018년에는 11%를 기록함

[표 1.6] ‘비타민 및 건강보조식품’, ‘멀티비타민’ 시장규모(‘14-’23)¹⁵⁾

단위: 백만 유로



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

15) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

II. Market Trend

SUMMARY

1. 프랑스 소비자, 건강보조식품으로 칼슘, 유산균, 인삼, 비타민 섭취
2. 프랑스 건강보조식품, 캡슐 제형이 대표적
3. 피로 해소, 소화 개선, 수면 장애 완화 목적으로 주로 섭취
4. 건강보조식품 관련해 천연 추출물 언급량 매우 낮아



Market Trend

(시장트렌드)

프랑스 (FRANCE) 멀티비타민 시장트렌드



체중 감량 효과 ‘가르시니아 캄보지아’
‘프랑스에서는 판매 금지’



‘캡슐’, ‘태블릿’ 등 알약 제형이 가장 많아
‘파우더’ 제형은 주로 단백질 보충제 관련’

■ France Issue ①

**프랑스 소비자, 건강보조식품으로
칼슘, 유산균, 인삼, 비타민 섭취**
프랑스 건강보조식품 칼슘, 유산균, 비타민 대표적

■ France Issue ②

**프랑스 건강보조식품,
캡슐 제형이 대표적**
멀티비타민 제품 ‘캡슐’이 다수



인구 고령화에 따라 항산화 효능도 관심
‘인구 고령화와 함께 시력, 항산화 효능 언급’



면역 체계 강화에 효과적인 ‘에키네시아’
꽃가루 알레르기, 아토피성 피부염, 알레르기성 비염 질환에 도움

■ France Issue ③

**피로 해소, 소화 개선, 수면 장애 완화
목적으로 주로 섭취**
효능으로 ‘피로’, ‘시력’, ‘변비’ 언급

■ France Issue ④

**건강보조식품 관련해
천연 추출물 언급량 매우 낮아**
천연 추출물 키워드로 ‘강황’, ‘생강’ 출현

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
 소스원

 프랑스 언론매체 11개

●
데이터 분류
 키워드집
 (멀티비타민 연관 키워드집)


●
데이터 분석
 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	20.01 - 20.04
수집 데이터	2,653건

데이터 정제

정제 키워드	멀티비타민 (Multivitamine)
정제 데이터	2,344건

○ 데이터 수집

- 프랑스 멀티비타민 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 프랑스 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Ladepeche	www.ladepeche.fr	언론매체
02	Blog en Sante	blogensante.fr	언론매체
03	Sante Magazine	www.santemagazine.fr	언론매체
04	Le Figaro	recherche.lefigaro.fr	언론매체
05	CHATELAINE	fr.chatelaine.com	언론매체
06	Guidedu Supplement	www.guidedusupplement.fr	언론매체
07	Naitre et Grandir	naitreetgrandir.com	언론매체
08	Doctissimo	www.doctissimo.fr	언론매체
09	La Nutrition	www.lanutrition.fr	언론매체
10	HSN Blog	www.hsnstore.fr	언론매체
11	20 minutes	www.20minutes.fr	언론매체

[표 2.2] 프랑스 멀티비타민 데이터 수집 키워드

건강 보조제 (Health Supplement)	기능성 보조제 (Functional Supplement)	비타민 (Multivitamine)
-------------------------------	------------------------------------	------------------------

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 프랑스 멀티비타민 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 프랑스 멀티비타민 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(프랑스어)	참여기업	경쟁기업	기타
제품	칼슘	Calcium			0
	인삼	Ginseng			0
	비타민	Vitamine	0		
	단백질	Protéine			0
	오메가	Oméga			0
	미네랄	Minéral			0
	콜라겐	Collagène			0
	루테인	Lutéine			0
제형	캡슐	Capsule		0	
	태블릿	Tablette		0	
	파우더	Poudre	0		
효능	피로	Fatigue			0
	시력	Vision			0
	변비	Constipation			0
	당뇨병	Diabète			0
	다이어트	Régime			0
	수면	Dormir			0
	항산화	Antioxydant	0		0
	비만	Obésité			0
	면역	Immunité	0		0
성분	강황	Safran des Indes			0
	생강	Gingembre			0
	에키네시아	Échinacée			0

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 프랑스 언론매체에서 ‘건강보조제’, ‘기능성보조제’, ‘비타민’ 관련 기사를 분석함
2. 추출한 문건에 포함된 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ TF, Term Frequency 개념

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

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

● **연관어 분석**
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]

제품	칼슘	768
	락토바실러스	407
	홍삼	172
제형	캡슐	100
	태블릿	2
	젤리	2
효능	피로	379
	시력	163
	변비	100
성분	강황	16
	생강	15
	에키네시아	14

1. 프랑스 소비자, 건강보조식품으로 칼슘, 유산균, 인삼, 비타민 섭취

▶ 프랑스 건강보조식품 칼슘, 유산균, 비타민 대표적

프랑스 언론매체에 따르면 프랑스 국민 5명 중 1명은 건강보조식품을 섭취함.¹⁶⁾ 보조제 종류 관련해 ‘칼슘’, ‘락토바실러스’, ‘인삼’, ‘비타민’ 키워드가 나타났으며, 해당 제품 및 성분의 건강상 효능에 관한 기사가 주를 이룸. 락토바실러스, 프로바이오틱스, 프리바이오틱스 키워드는 유산균 제품을 나타내고 있음. 특히 비타민 관련해서는 임신 중 비타민 섭취에 관한 내용이 나타남

● 가르시니아 캄보지아 관련 기사

“가르시니아 캄보지아는 인도 남부의 아국적인 식물로, 최근 이 식물의 열매가 놀라운 **항 비만** 효과를 가지고 있다는 사실을 발견했다. 일부 전문가들은 이 열매가 **체중 감량**에 도움이 된다고 말한다...:

출처: 가이드서플리먼트
(www.guidedusupplement.fr)

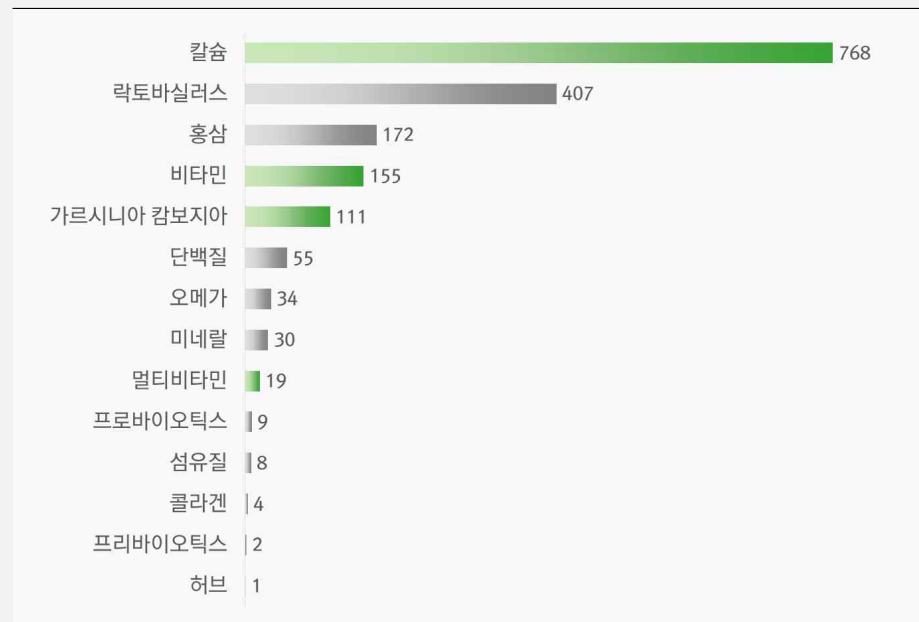
▶ 체중 감량 효과 ‘가르시니아 캄보지아’, 프랑스에서는 판매 금지

인도 전통 요리에 사용되어 온 나무 열매인 ‘가르시니아 캄보지아’가 빈출함. 가르시니아 캄보지아에 함유된 HCA(Hydroxycitric acid, 하이드록시시트릭산)는 식욕 조절, 체지방 감소 및 체중 감량에 효과적인 성분으로 주목받고 있음. 그러나 미국과 캐나다 소비자에게서 심장, 정신, 근육, 간 문제 등 부작용이 나타남에 따라 프랑스에서는 다이어트 약물로서 판매가 금지가 되면서 이슈화됨¹⁷⁾

▶ 프랑스 언론매체 내 건강보조식품 관련 이슈

① 칼슘, 비타민 ② 가르시니아 캄보지아

[표 2.4] 프랑스 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 주요 키워드



자료 : 프랑스 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 관련 기사 2,344건 분석
값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

16) 「Compléments alimentaires : peu ou pas d'effets sur la santé, selon une étude», Ouest France

2. 프랑스 건강보조식품, 캡슐 제형이 대표적

▶ ‘캡슐’, ‘태블릿’ 등 알약 제형이 가장 많아

프랑스 언론매체에서 건강보조식품 관련해 제형 키워드로 ‘캡슐’이 최다 빈출함. 캡슐 외 태블릿, 젤리, 파우더 키워드가 나타남. 프랑스에서 소비되는 건강보조식품은 캡슐, 태블릿 등 삼키는 알약 제품이 대부분임

▶ 멀티비타민 제품 ‘캡슐’이 다수

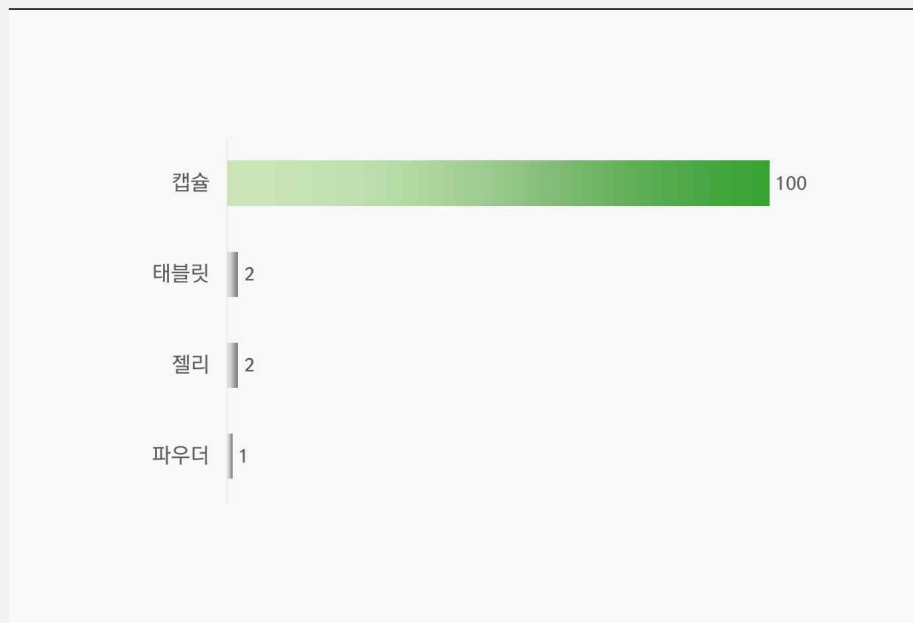
멀티비타민 제품도 캡슐 제형이 일반적이며, 가장 선호되는 것으로 보임. 한편 ‘파우더’ 제형은 비타민도 있지만 주로 단백질 보충제 관련해 언급된 것이 확인됨

			
캡슐 제형	태블릿 제형	구미 제형	파우더 제형

▶ 프랑스 언론매체 내 건강보조식품 관련 이슈

① 캡슐, 태블릿 ② 파우더

[표 2.5] 프랑스 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 주요 키워드



자료 : 프랑스 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 관련 기사 2,344건 분석
 값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

17) 「Garcinia Cambogia : Les meilleures options pour 2020」, GUIDEDUSUPPLEMENT

3. 피로 해소, 소화 개선, 수면 장애 완화 목적으로 주로 섭취

섭취 목적 관련 기사

“프랑스인은 스트레스, 소화, 활력, 이 3가지 징후로 건강보조식품을 집중적으로 섭취한다. 93%는 건강을 위해서 섭취하고, 40%는 미용을 위해 구매한다. 미용 목적으로는 노화 방지, 모발 건강, 피부 보호 등을 위해 사용된다...”

출처: 엔트렌프렌드레(www.entreprendre.fr)

▶ 프랑스 언론매체에서 건강보조식품 효능으로 ‘피로’, ‘시력’, ‘변비’ 언급

프랑스 언론매체에 따르면 건강 보조 식품의 섭취 목적 및 제품 효능 관련해 ‘피로’, ‘시력’, ‘변비’가 최다 빈출함. 프랑스 소비자의 보조제 섭취 목적은 피로 해소, 소화 개선, 스트레스 및 수면 장애 완화 3가지가 대표적이며, 이 외에 건강 및 미용 관리 목적으로 섭취하는 예도 있는 것으로 나타남¹⁸⁾

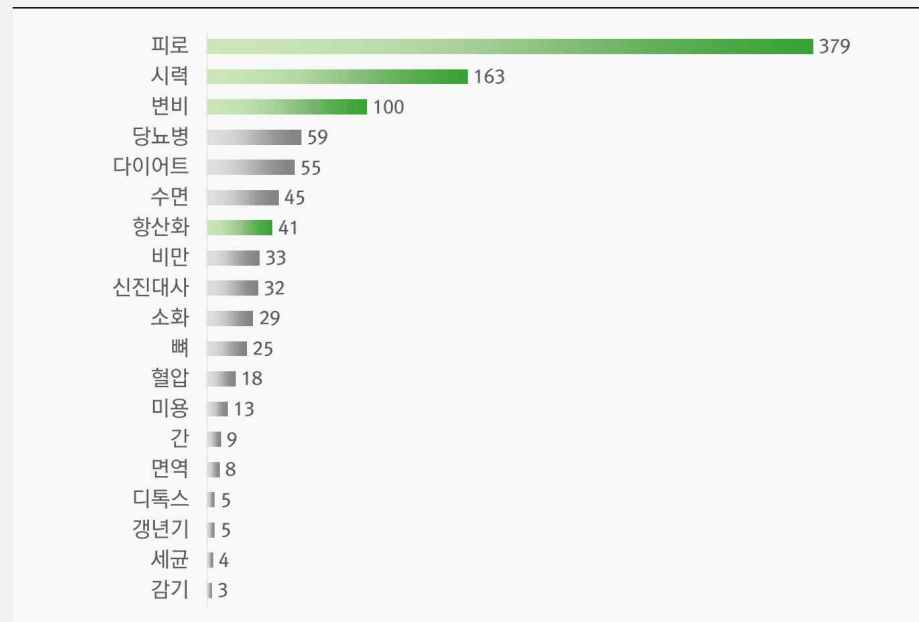
▶ 인구 고령화에 따라 항산화 효능도 관심

‘피로’ 회복 관련해 일반적으로 비타민 보충을 원하는 내용이 많았으며, ‘시력’ 개선 관련해 루테인 언급 기사가 다수 나타남. 특히 프랑스 인구 고령화 문제와 함께 ‘시력’, ‘항산화’ 효능 보조제가 언급된 점은 주목할 만함. 이에 따라 고령 인구에서 항산화 효능의 건강 보조 식품 수요가 있을 것으로 보임

▶ 프랑스 언론매체 내 건강보조식품 관련 이슈

① 피로, 시력, 변비 ② 항산화

[표 2.6] 프랑스 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 주요 키워드



자료 : 프랑스 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 관련 기사 2,344건 분석
 값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

18) 「Compléments alimentaires : ils ont convaincu les Français」, Entreprendre, 2020.03.29.

4. 건강보조식품 관련해 천연 추출물 언급량 매우 낮아

에키네시아 추출물 제품



제품명	ARKOGÉLULES® ÉCHINACÉE
브랜드	Arkopharma
제형	캡슐
용량	18.9g (45 캡슐)
용량	500g
효능	면역력 강화

출처: 샵파마시(www.shop-pharmacie.fr)

▶ 천연 추출물 키워드로 ‘강황’, ‘생강’ 출현

프랑스 언론매체에서 자연 추출 성분 키워드의 출현 빈도는 낮으며, ‘강황’과 ‘생강’이 상위권에 출현함. ‘강황’은 항염증제, 항산화제, 면역 강화제로서의 효능이 있는 성분으로 소개되었으며,¹⁹⁾ ‘생강’은 소화 개선 및 대장암 예방 효능으로 언급됨²⁰⁾

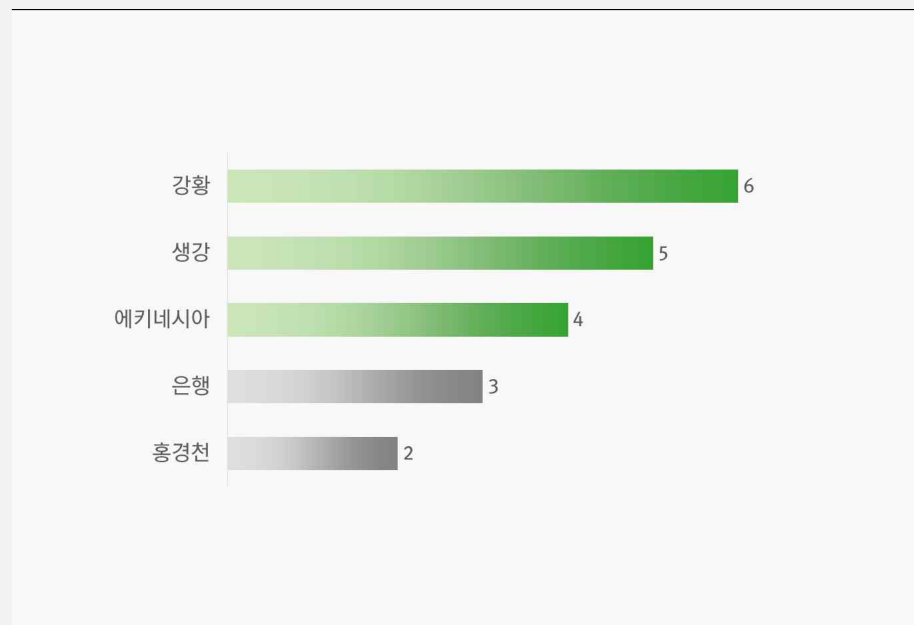
▶ 최근 언급되고 있는 ‘에키네시아’ 추출물

천연 추출물로 ‘에키네시아’라는 꽃 키워드가 빈출함. 에키네시아 추출물은 면역 체계를 강화하는데 효과적인 성분으로 언급되고 있음. 또한 항 알레르기 효능이 있어 꽃가루 알레르기, 아토피성 피부염, 알레르기성 비염 질환의 완화를 도울 수 있음²¹⁾

▶ 프랑스 언론매체 내 건강보조식품 관련 이슈

① 강황, 생강 ② 에키네시아

[표 2.7] 프랑스 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 주요 키워드



자료 : 프랑스 언론매체 내 ‘건강보조식품’ 관련 기사 2,344건 분석
값 설명 : 해당 주제에서 키워드가 가지는 중요도 점수

19) 「Curcuma : Les meilleures options pour 2020」, GUIDEDUSUPPLEMENT, 2020.01.31.

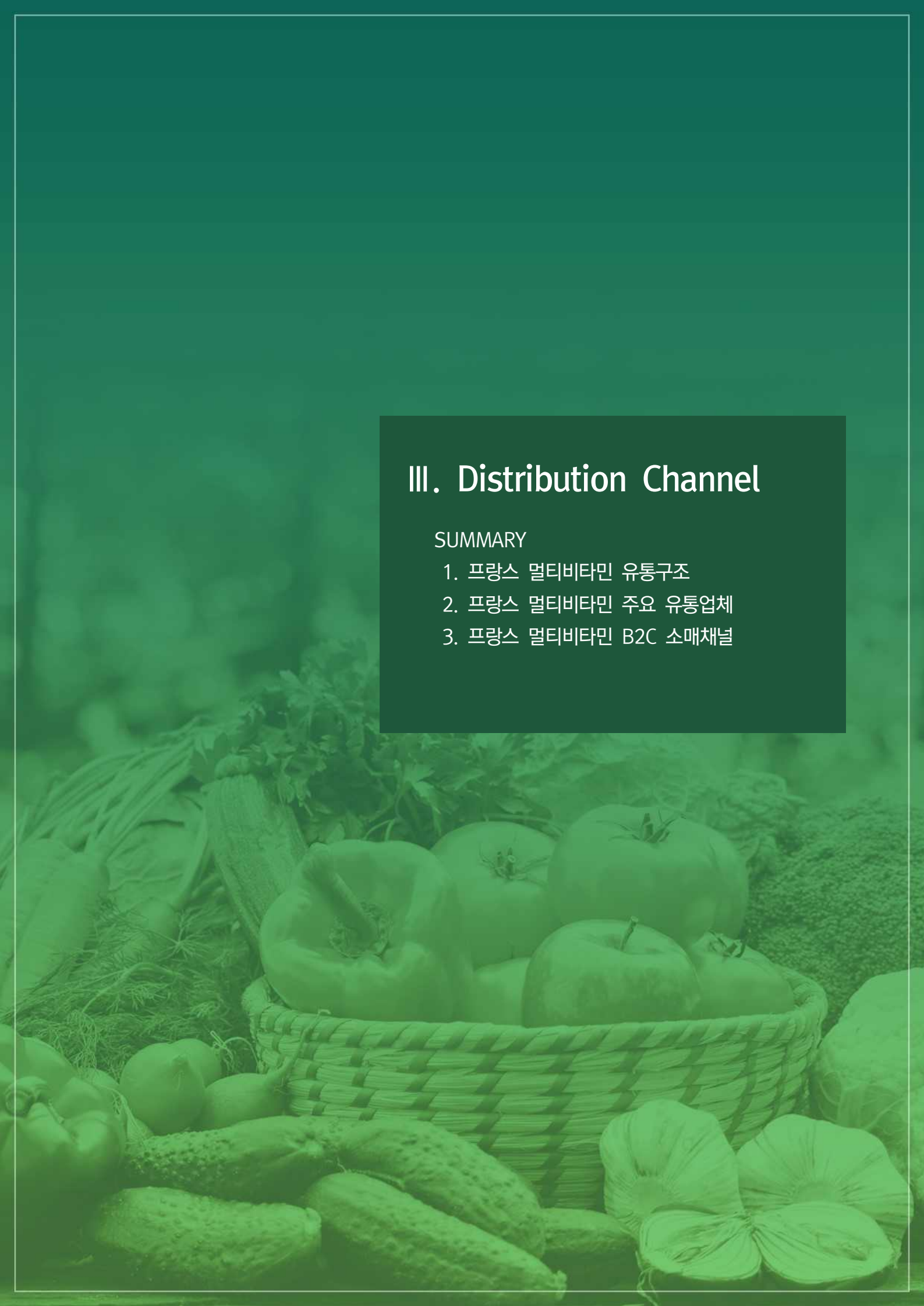
20) 「Gingembre: les bonnes raisons de consommer quelques tranches」, Doctissimo, 2017.01.16.

21) 「Échinacée- Protège naturellement votre système immunologique」, HSNblog, 2019.08.30.

III. Distribution Channel

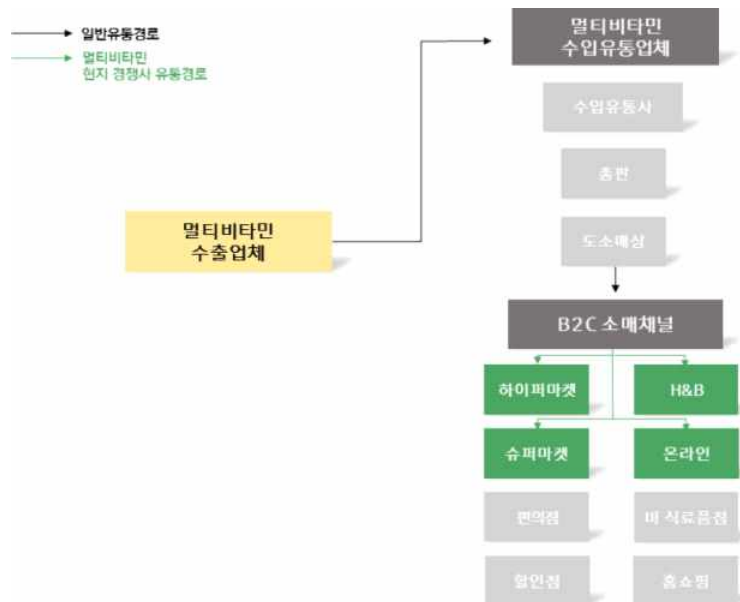
SUMMARY

1. 프랑스 멀티비타민 유통구조
2. 프랑스 멀티비타민 주요 유통업체
3. 프랑스 멀티비타민 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



프랑스 (FRANCE)

멀티비타민²²⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²³⁾	주요 채널 ²⁴⁾
B2C 소매 채널	H&B	65.2%	파라숍(Parashop), 몽주(Monge), 시티팔마(Citypharma), 파라팔마시 라파예트(Parapharmacie Lafayette)
	온라인	10.7%	아마존(Amazon), 씨디스카운트(Cdiscount)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁵⁾	8.3%	파리스토어(Paris Store), 케이마트(K-Mart)
	방문판매	6.9%	타파웨어(Tupperware)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	6.0%	르끌레어(E. Leclerc), 까르푸(Carrefour), 앙테르마르세(Intermarché), 오상(Auchan), 시스템유(Systeme U)
	홈쇼핑	2.6%	투파젤(Toupargel)
	할인점	0.3%	리들(Lidl), 알디(Aldi), 리더프라이스(Leader Price), 네토(Netto), 노르마(Norma)

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

22) '멀티비타민'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)'의 정보를 확인함

23) 2019년 기준, 프랑스 내 비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)의 유통채널 점유율임

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

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

1. 프랑스 멀티비타민 유통구조

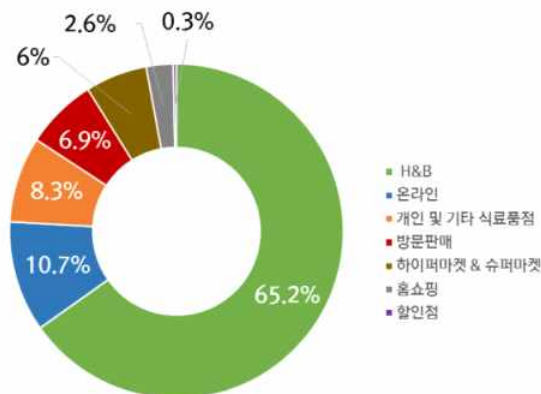
품목 구분 및 분류

품목	멀티비타민
구분	비타민
범주	비타민 및 식이보제 (Vitamins and Dietary Supplements)

▶ 프랑스 멀티비타민 주요 채널

‘H&B(65.2%), 온라인(10.7%), 개인 및 기타 식료품점(8.3%)’

[표 3.1] 프랑스 멀티비타민 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 프랑스 멀티비타민 유통채널 현황

채널 유형	멀티비타민 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	65.2%	파라숍(Parashop), 몽쥬(Monge), 파라팔마시 라파예트(Parapharmacie Lafayette), 시티팔마(Citypharma)
	온라인	10.7%	아마존(Amazon), 씨디스카운트(Cdiscount)
	개인 및 기타 식료품점	8.3%	파리스토어(Paris Store), 케이마트(K-Mart)
	방문판매	6.9%	타파웨어(Tupperware)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	6.0%	르끌레어(E. Leclerc), 까르푸(Carrefour), 엔테르마르세(Intermarché), 오상(Auchan), 시스테듀(Système U)
	홈쇼핑	2.6%	투파젤(Touparjel)
	할인점	0.3%	리들(Lidl), 알디(Aldi), 리더프라이스(Leader Price), 네토(Netto), 노르마(Norma)

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

2. 프랑스 멀티비타민 주요 유통업체

- ▶ H&B가 대표적 추가로, 온라인, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함

[표 3.3] 프랑스 멀티비타민 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁶ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	파라숍 (Parashop)	H&B	약 530억 유로 (약 71조 1,615억 원)	아르코팔마 (Arkopharma), 주베민(Juvamine), 뉴트리상테(Nutrisante)	0
2	시티팔마 (Citypharma)	H&B	약 1억 유로 (약 1,343억 원)	솔가(Solgar), 센트룸(Centrum), 아르코팔마 (Arkopharma)	0
3	파라팔마시 라파예트 (Parapharmacie Lafayette)	H&B	약 7억 5,000만 유로 (약 1조 70억 원)	슈퍼다이어트 (Super Diet), 아르코팔마 (ArkoPharma), 미놀비에(Minolvie)	0
4	몽주 (Monge)	H&B	매장 수 ⁽¹⁹⁾ : 약 6개	파이탈에센스 (Phytalessence), 슈퍼다이어트 (Super Diet), 네이처스플러스 (Nature's Plus)	0
5	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,102억 유로 ²⁷⁾ (약 282조2,292억 원)	글로리필(Glory Feel), 비타월드(Vitaworld), 플로라딕스(Floradix)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

26) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

27) 통합 매출액

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	씨디스카운트 (Cdiscount)	온라인	약 18억 유로 (약 2조 4,168억 원)	네이처스에이드 (Natures aid), 아르코팔마 (Arkopharma), 커클랜드(Kirkland)	0
7	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 356억 유로 (약 47조 7,991억 원)	쥬베민(Juvarmine), 비타모닐(Vitarmony)	0
8	르플레어 (E. Leclerc)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 378억 유로 (약 50조 7,529억 원)	아르코팔마(Arkopharma), 넛앤드팜(Nat & Farm), 네이처랜드(Naturland)	0
9	오상 (Auchan)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 197억 유로 (약 26조 4,506억 원)	비타르모닐 (Vitarmony), 쥬베민(Juvarmine)	0
10	시스템유 (Système U)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 200억 유로 (약 26조 8,534억 원)	쥬베민(Juvarmine)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)




입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 어린이건강식품 등 - 일반: 화장품, 의약품, 위생용품, 바디케어제품, 화장품 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 천연제품 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 이메일을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) <p>2. 유선전화를 통한 입점 문의</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: contact@parashop.com 전화번호: +33-(0)1-44-77-81-00

자료: 파라숍(Parashop) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 시티팔마(Citypharma)

	기업명	시티팔마(Citypharma)	
	홈페이지	pharmacie-citypharma.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액('18)	약 1억 유로 (약 1,343억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 50년 이상된 드럭스토어 - 파리 6번 구역 루뒤포(Rue du Four)와 루보나파르트(Rue Bonaparte)에 위치 - 1,000개 이상의 비처방약품 판매 - 연중 저렴한 가격을 내세우며 해외여행자들의 관광코스 중 하나 - 식물요법, 방향요법, 정형외과 및 약품(동종요법, 수의학, 처방전이 있거나 없는 의약품) 판매 	
		 	
기업 최근 이슈	- 2019년 9월 뉴욕타임즈(New York Times)가 꼭 들러야할 파리 명소로 선정		
유사제품 정보		제품명	얼스소스멀티-뉴트리먼트 (Earth Source Multi-Nutriments)
		종류	멀티비타민
		용량	90정
		원산지	미국

자료: 시티팔마(Citypharma) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 파리스퍼펙트(Parisperfect) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 유기농제품 등 - 일반: 의약품, 애완약품, 화장품, 위생제품, 헤어제품, 유아용 제품 등 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지를 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 오른쪽 상단 ‘Nous contacter’ 클릭 - ‘Sélectionnez un thème’에서 ‘Formulaire de contact’ 클릭 후 제안서 작성 - 홈페이지 기입정보 (이름, 이메일, 연락처, 문의내용) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: contact@pharmacie-citypharma.fr 전화번호: +33-(0)1-46-33-06-09

자료: 시티팔마(Citypharma) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 파라팔마시 라파예트(Parapharmacie Lafayette)

기업 기본 정보	기업명	파라팔마시 라파예트(Parapharmacie Lafayette)	
	홈페이지	www.pharmacielafayette.com	
	위치	툴루즈(Toulouse)	
	규모	매출액('19)	약 7억 5,000만 유로 (약 1조 70억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 160개	
	<ul style="list-style-type: none"> - 2005년 설립 - 처방전을 약사에게 온라인으로 전달하는 스캔 서비스(Scan Prescription) 제공 - 온라인으로 구매한 제품을 매장에서 수령하는 '클릭앤콜렉트 (Click and collect)' 서비스 제공 - 연중 저렴한 가격 제시 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 10월 파라원(ParaOne) 이름으로 원네이션파리센터(One Nation Paris center)에 최초의 아울렛매장 개장 - 2018년 350만 유로(약 47억 원) 매출액 감소 	
유사제품 정보		제품명	슈퍼다이어트멀티비타민 엠티네룩스 (Super Diet Multivitamines Et Minéraux)
		종류	멀티비타민
		용량	150정
		원산지	프랑스

자료: 파라팔마시 라파예트(Parapharmacie Lafayette) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 레도페스(ladepeche.fr) 홈페이지
 사진 자료: 파라팔마시 라파예트(Parapharmacie Lafayette) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 유아식품, 다이어트식품, 애완견식품 등 - 일반: 의약품, 아로마제품, 유아제품 <p>• 선호 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 가격이 저렴한 제품 - 독창적인 컨셉을 보유한 제품 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 이메일을 통한 입점 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) <p>2. 유선전화를 통한 입점 문의</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화번호: +33-(0)5-34-45+58+88 이메일: contact@pharmacielifayettetoulouse.com

자료: 파라팰마시 라파예트(Parapharmacie Lafayette) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 몽쥬(Monge)

	기업명	몽쥬(Monge)	
	홈페이지	www.pharmacie-monge.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 6개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 브랜드인 라로슈포제(La Roche Posay), 아벤느(Avene), 시슬리(Sisley), 녹스(Nuxe)등 입점 - 4만 개 이상의 제품라인을 보유하고 있으며 저가 판매 정책 전개 - 프랑스 지역에 한해 2시간 내 딜리버리 서비스 제공 - 온라인으로 처방전 확인 후 배달 서비스 진행 - 매장에서 즉시 부가세를 환급해주는 서비스 제공 - 구매금액별 멤버십 할인혜택 제공 - 한국어 가이드북과 한국어로 된 비디오 광고 방영 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 6월 팝업 이벤트 '프렌치뷰티랩(French Beauty Lab)'을 개최하여 7가지의 현지 브랜드 제시 - 2018년 하나카드의 비바G체크카드로 결제 시 현장할인 제공 		
유사제품 정보		제품명	파이탈멀티비타민 토너스&이퀄리브리 (Phytalessence Multivitamins Tonus & Equilibre)
		종류	멀티비타민
		용량	60정
		원산지	프랑스

자료: 몽쥬(Monge) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 립글로스패스포트(lipglossandpassports)
 사진 자료: 몽쥬(Monge) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 다이어트식품 등 - 일반: 의약품, 뷰티제품, 유아제품, 위생제품, 애견제품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 화장품, 자연 유래 성분 포함 제품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 하단 'Contact' 메뉴 'Nous contacter' 클릭 - 홈페이지 기입정보: 이메일, 연락처, 문의내용 등 2. 유선전화를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화: +33-(0)1-43-31-39-44 	

자료: 몽쥬(Monge)홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액(*18)	약 2,102억 유로 ²⁸⁾ (약 282조 2,292억 원)
기업 요약	기타 규모	직원 수(*18): 64만 7,500명 ²⁹⁾	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개업 기업으로, 2000년 프랑스 진출 - 유럽 본사는 룩셈부르크에 위치 - 프랑스 온라인마켓 시장 점유율 2위 - 프랑스 내 5개 물류센터 운영 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 아마존 비즈니스 프라이م(Amazon Business Prime³⁰⁾) 런칭 - 2019년 8월 프랑스 디지털세 도입에 따라 아마존 플랫폼 등록 사업자에게 수수료 3% 인상 - 2017년, 클리쉬(Clichy) 지역에 리서치 센터 오픈 		
유사제품 정보		제품명	글로리필멀티비타민 (GloryFeel Multivitamin)
		종류	멀티비타민
		용량	450정
		원산지	독일

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 오피스프로덕인터네셔널(Office Product International), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

28) 통합 매출액

29) 통합 직원 수

30) 사업자들을 타겟으로 한 아마존 프리미엄 구독 서비스

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 해산물류, 육류, 건강기능식품, 음료류, 스낵류, 소스류, 면류, 주류 등 - 일반: 서적류, 가전제품, 전자기기, 화장품, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 유기농 제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 ‘Gagnez de l'argent’ 카테고리 ‘Vendez sur Amazon’ 클릭 - ‘To put for sale’ 클릭 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 셀러 계정 생성 ② 상품 리스팅 - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 · 평가 기준 ② EU Regulation on the Provision of Food Information to Consumers 준수
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능 - 아마존 유럽 내 국가 판매자 등록 절차는 모두 동일

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 씨디스카운트(Cdiscount)

기업 기본 정보	기업명	씨디스카운트(Cdiscount)	
	홈페이지	www.cdiscount.com	
	위치	보르도(Bordeaux)	
	규모	매출액('18)	약 18억 유로 (약 2조 4,168억 원)
		기타 규모	직원 수('18): 약 1,500명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1999년 설립 - 카지노 그룹(Casino group)³¹⁾의 자회사로 편입 - 온라인 쇼핑 플랫폼 C 르마르셰(C le Marché) 보유 - 평균적으로 일일 8만 5,000건 의 거래 발생 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 디지털머니플랫폼기업인 나티스스페이먼트(Natixis Payments)와 제휴를 맺어 원클릭으로 결제가능 - 2017년 AI로봇기업인 이그저텍솔루션(Exotec Solutions)사의 스카이팟 로봇(Skypod Robots)을 물류창고에서 사용 		
유사제품 정보		제품명	멀티-비타민&미네랄 (Multi-Vitamins & Minerals)
		종류	멀티비타민
		용량	90정
		원산지	영국

자료: 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 테크이유(Tech.eu) 홈페이지, 이커머스맥(Ecommercemag) 홈페이지
 사진 자료: 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지

31) 프랑스 유통 기업

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 즉석식품, 유기농식품, 건강보조식품, 주류 등 - 일반: 전자제품, 의류, 주방용품, 침구류, 장난감류, 운동기구, 액세서리류, 유아용품, 기계류 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 전자제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품보다는 물품위주로 판매 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 ‘DECOUVREZ NOTRE MARKETPLACE’ 메뉴의 ‘Vendre sur Cdiscount’ 클릭 - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) ④ 기타 서류 (현지 당국에 회사를 등록하는 데 필요한 지원 서류 목록, 신분증 사본, 수혜자 선언서 양식, 은행계좌정보) <p>2. 유선전화를 통한 입점 문의</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: info.marketplace@cdiscoutn.com

자료: 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 까르푸(Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.fr	
	위치	마씨(Massy)	
	규모	매출액 ⁽¹⁸⁾	약 356억 유로 (약 47조 7,991억 원)
	기타 규모	매장 수 ⁽¹⁸⁾ : 약 1,200개 ³²⁾	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1959년 까르푸 그룹(Carrefour Group) 설립 - 1963년 까르푸 첫 매장 오픈 - 대형 프랜차이즈 할인매장, 벨기에, 스페인, 이탈리아, 중국, 대만 등 여러 국가에서 매장 운영 - 500개 이상의 브랜드 제품 판매 		
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 3분기, 프랑스 및 벨기에에서는 부진한 실적을 기록했지만, 스페인, 남아메리카 시장 및 이커머스 부문에서는 빠르게 성장 - 2019년 5월 약 3,000명의 일자리 손실을 가져오는 구조 조정 발표 		
유사제품 정보		제품명	쥬베민부스트 (Juvamine Boost)
		종류	분말형 비타민
		용량	14개입
		원산지	프랑스

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 리버레이션(Liberation)
 사진 자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 알라미이미지(Alamyimage)

32) 프랑스 내 매장 수

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 유제품, 냉동식품, 스낵류, 음료류 등 - 일반: 화장품, 유아용품, 위생용품, 청소용품, 의류, 잡화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선도가 높은 제품 - 글루텐 프리, 유기농 제품 - 현지 공급업체 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매 제품의 약 75%가 현지 공급업체 제품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 본사 주소로 문서 송부</p> <ul style="list-style-type: none"> - 주소: 93 avenue de Paris, 91300 Massy, France - 문서 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 회사소개서, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격, 카탈로그 등) ③ 제품 경쟁력 보고서 (제품이 까르푸에 이익이 되는지에 대한 내용) - 문서 송부 시 다음과 같이 제목 작성 - 예시) 'Service référencement- produit Kimchi' <p>2. 로컬에이전트를 통한 등록</p>	
<p>벤더 리스트</p>	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화: +33-(0)69-39-70-00 - 온라인 혹은 이메일로 입점 등록 절차를 진행하지 않음 	
<p>• Taste Distribution (식품 브로커)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.tastedistribution.com - 전화번호 : +33-(0)1-84-25-83-84 / 이메일: contact@tastedistribution.com - 기업소개 : 까르푸를 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원 			

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 르끌레어(E. Leclerc)

기업 기본 정보	기업명	르끌레어(E. Leclerc)	
	홈페이지	www.e-leclerc.com	
	위치	이브히슈흐쎄느(Ivry-sur-Seine)	
	규모	매출액('18)	약 378억 유로 (약 50조 7,529억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 691개 - 직원 수('18): 약 13만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1949년 설립 - 프랑스 하이퍼마켓 시장 점유율 1위 - 해외 88개의 매장을 보유 - 프랑스에 약 1,900개의 전문 소매점 보유 - 온라인 몰에서 구매한 물품에 대해 르끌레어 드라이브 픽업 서비스 제공 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 온라인 시장 점유율 10%를 목표로 설정 - 2019년 10월 두아르느네(Douarnenez) 지역에 신규 매장 오픈 - 2019년 여름 스포츠 이벤트 투어드프랑스(Tour de France)의 공식 후원사 		
유사제품 정보		제품명	마그네슘마린비타민 B6 (Magnesium Marin Vitamine B6)
		종류	비타민B6
		용량	80정
		원산지	프랑스

자료: 르끌레어(E. Leclerc) 홈페이지, 우에스트프랑스(OuestFrance), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 르끌레어(E. Leclerc) 홈페이지, 프랑스오픈푸드팩트(Fr.openfoodfacts)


입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 건강기능식품, 유제품, 즉석식품, 소스류, 음료류, 주류 등 - 일반: 화장품, 유아용품, 가전제품, 잡화류, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 공급업체 제품 - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 각 매장마다 취급하는 제품이 다를 수 있음 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Contactez-nous' 클릭 - 'Envoyez-nous un message' 통해 문의사항 등록 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> : 매장명, 담당자명, 이메일, 주소, 연락처, 문의내용 등 2. 유선전화를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화: +33-(0)9-69-32-42-52 - 각 매장마다 자체적인 판매 및 마케팅 정책을 실시하므로 입점을 희망하는 매장으로 직접 문의 	

자료: 르클레어(E. Leclerc) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 오상(Auchan)

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)		
	홈페이지	www.auchan.fr		
	위치	크뢰(Croix)		
	규모	매출액('18)	약 197억 유로 (약 26조 4,506억 원)	
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 644개		
	<ul style="list-style-type: none"> - 1961년 설립된 프랑스 대표 유통업체 - 세계 11위 규모의 유통기업 - 중국, 이탈리아 등 17개 국가에서 약 4,100개의 매장 운영 - 온라인 몰에서 구매한 물품에 대해 드라이브 픽업 서비스 제공 - 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 세 가지 형태로 매장 운영 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2022년까지 EBITA마진율³³⁾ 6%, 약 11억 유로(약 1조 4,769억 원)의 비용 절감을 목표로 운영 - 2019년 2월부터 메트로, 제영카지노 등의 기업들과 해외 공급업체 서비스 플랫폼 '호라이즌인터내셔널서비스(Horizon International Services)' 개시 			
유사제품 정보		제품명	12비타민+7미네랄스 (12 Vitamines + 7 Minéraux)	
		종류	발포 비타민	
		용량	24정	
		원산지	프랑스	

자료: 오상(Auchan) 홈페이지, 오상 2018 연간보고서(Auchan 2018 Annual Report), 로이터(Reuters), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 오상(Auchan) 홈페이지

33) EBITDA(Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization): 이자, 세금 미지급 및 감가상각 전 영업이익, 법인세 이자 감가상각비 차감 전 영업이익으로 기업이 영업활동을 통해 벌어들이는 현금창출 능력을 의미

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 유제품, 주류, 음료류, 건강보조식품, 즉석식품, 소스류 등 - 일반: 화장품, 애견용품, 가구류, 위생용품, 유아용품, 주방용품, 의류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 현지 공급업체 제품 - 유기농 제품 - 동물 복지 인증 제품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 왼쪽 하단 'Nous contacter' 클릭 - 'Votre magasin' 클릭 - 입점 희망 지역 매장 선택 후 입점 문의 기입 - 홈페이지 기입 정보 : 성별, 이름, 연락처, 이메일, 주소, 국가, 문의내용 등 2. 로컬에이전트를 통한 등록 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +33-(0)3-5930-5930 - 입점 희망하는 지점 지사 선택하여 등록 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Taste Distribution (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.tastedistribution.com - 전화번호 : +33-(0)1-84-25-83-84 / 이메일: contact@tastedistribution.com - 기업소개 : 오상을 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 오상(Auchan) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 시스테뮤(Système U)

	기업명	시스테뮤(Système U)		
	홈페이지	www.coursesu.com		
	위치	파리(Paris)		
	규모	매출액('18)	약 200억 유로 (약 26조 8,534억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 약 1,600개 - 직원 수('18): 약 2,200명		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1894년 설립 - 슈퍼마켓 브랜드로 하이퍼유(Hyper U), 슈퍼유(Super U), 유익스프레스(U Express)를 보유 - 온라인 채널 '쿠세쥬(Courses U)' 운영 - 자사 브랜드 제품인 유(U)가 전체 매출의 약 23% 차지 - 프랑스 내에서 5번째로 큰 유통업체 		
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 2월부터 자체 브랜드 제품 일부에 친환경 포장재 적용 예정 - 2018년 매출액 전년대비 2.3% 성장 - 2018년 온라인 매출액 10% 증가했으며, 이커머스 분야 투자 강화 			
유사제품 정보		제품명	마그네슘&비타민 B6,B2,B1 (Magnésium & vitamines B6,B2,B1)	
		종류	발포 멀티비타민	
		용량	30정	
		원산지	프랑스	

자료: 시스테뮤(Systeme U) 홈페이지 유로모니터(Euromonitor), 루진누벨(L'usine Nouvelle)
사진 자료: 시스테뮤(Systeme U) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 스낵류, 음료류 건강보조식품 등 - 일반: 애완용품, 화장품, 위생용품, 의류, 서적류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 공급업체 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매 제품의 80% 이상이 현지 공급업체 제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.superu.mu/en/contact-us)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 'Contact Us' 클릭 후 제안서 작성 - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자정보 (공급자이름, PIC, 이메일, 연락처 등) ② 공급 제품 정보 (제품유형, 브랜드 이름, 제품설명, 판매 가격 외 정보) <p>2. 유선전화를 통한 입점 문의</p>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 전화: +33-(0)9-69-36-69-36 이메일: info.gb@superu.mu

자료: 시스템유(Systeme U) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

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

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위해 인증 획득 불필요 	(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 식품 사전 심사 無 • 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능 - 수출 제품에 대한 분류 확인 절차 	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - 문의처 : ec.europe.eu
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> • 수출입업자 세관 등록 - 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요 • 공인경제운영자 - 해당하는 경우 통관 원활화를 위해 등록 가능 	(*) 유럽연합 집행위원회 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 일반가공식품, 식품보조제(현지) 라벨 표기사항 - 제품명, 중량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 정보, 원산지 등 - 별도 심의 사항 없음 • 알레르기 유발 성분 강조 표시 필수 	(*) 프랑스 소비자 보호부 - 프랑스 소비자법 R112-1 - Regulation (EC) 1169/2011 (EU 식품 정보에 관한 법률) - 문의처 : www.economie.gouv.fr
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 서류 • 원산지증명서 - 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요 	(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr (*) 관세청 - 문의처 : www.customs.go.kr
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 수입신고서(SAD), 상업송장 등 	(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 0% • 부가가치세 5.5 - 20.0% 	(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 서류 심사 및 검사 진행 	(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr

1. 프랑스 멀티비타민 인증 취득

인증 취득

프랑스로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보를 제공함

멀티비타민

멀티비타민 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 프랑스 수입 일반가공식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

프랑스로 식품 수출 시 반드시 취득해야하는 인증은 없는 것으로 확인됨. EU 차원에서 별도 식품 인증을 강제하고 있지 않음. 다만, 수출 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보를 제출해야 함. 이러한 위생 관리 기준은 국제적인 기준인 HACCP을 따르도록 규정하고 있음. HACCP 인증 취득 의무를 필수로 부과하고 있지는 않으나 그 기준에 준하는 수준에서의 위생 요건을 요구함. ISO 22000 등 기타 인증도 HACCP의 기준을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있어, 프랑스를 포함한 EU 역내로 식품 수출 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출할 수 있음

[표 4.1] 프랑스 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 프랑스 일반가공식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

2. 프랑스 멀티비타민 사전 심사

사전 심사

프랑스로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보를 제공함

멀티비타민

멀티비타민 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 멀티비타민 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 프랑스 멀티비타민의 분류 확인을 위해 사전 ‘BTI 신청 가능’

품목분류 사전심사제(BTI, Binding Tariff Information)란 EU로 제품을 수출하기 전 품목 분류를 통해 HS CODE를 확인하고 해당 관세율과 필요 인증에 대한 요구 사항을 확인하는 사전 절차임. EU 국가 중 수출하고자 하는 국가 또는 현지에 사무소가 있는 경우 해당 지역을 담당하는 세관을 통해 신청할 수 있음. 사전 심사는 수출시 필수적인 심사는 아니지만, 원활한 통관 진행을 위하여 품목 분류와 HS CODE를 명확하게 하는 절차임

[표 4.3] 프랑스(EU) 사전 심사

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

3. 프랑스 멀티비타민 업체·제품 등록

업체·제품 등록

프랑스로 제품 수출 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보를 제공함

멀티비타민

멀티비타민 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

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

수출입업자 사전 세관 등록(EORI, Economic Operators Registration and Identification)이란 EU로 수출입 통관을 진행 하고자 하는 개인 또는 사업자가 부여받는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 해당 업체 등록을 통해 등록번호를 부여받아야함. 등록 번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되기 때문에 한 번 등록을 하면 다른 국가에서도 공통적으로 사용 가능함

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

[표 4.4] 프랑스(EU) 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 프랑스 관세청

[표 4.5] 프랑스(EU) 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

4. 프랑스 멀티비타민 라벨 심의

▶ 프랑스 라벨 규정

● 라벨 심의

프랑스로 제품 수출 시,
요구되는 제품에 대한
라벨 규정 정보를 제공함

● 멀티비타민

멀티비타민 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

[표 4.6] 프랑스 라벨 관리 규정

적용 규제	EU Regulation No.1169/2011	
세부 규정	ibid Article 9, 프랑스 소비자법 R112-1	
라벨 표기사항 (항목)	라벨	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명 · 성분(중량의 내림차순으로 기재) 알레르기 유발 성분은 강조 표시 필수 · 강제 표시 사항 : 특정 성분명 및 해당 성분의 양 (ex. 제품명 또는 라벨에서 강조된 것. 딸기케이크의 딸기, 햄 피자의 햄) · 원료의 양(순수량, 순중량으로 표기) · 섭취기한(DLC, Date Limite de Consommation) 또는 최소보존일(DDM, Date de Durabilité Minimum) · 보관조건 및/또는 이용약관 · 제조회사명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소 · 원산지(육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소) · 사용방법(제품 사용이 어려울 경우 기재) · 알코올 도수(1.2% 이상의 알코올 음료에 해당) · 영양성분
	라벨 표기사항 (가이드)	<p>표기 언어 프랑스어로 표기되어야 함</p> <p>글자 크기 의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm² 미만인 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함</p> <p>양적 표기 식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능</p> <p>제품명 정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용</p> <p>순중량 리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기</p> <p>원료명 완제품의 5% 이상 원료에 한해 순중량순으로 기재. 2% 이하 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기</p> <p>기한 섭취기한: Best before(à consommer jusqu'au), Best before end(à consommer de préférence avant)와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재</p> <p>원산지 원산지 국가명 또는 지역명 표기</p>
세부 내용		

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	기타 표시	사용방법, 알코올 도수(소수점 첫째자리까지), 영양성분,
		성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 100그램(g)/100밀리리터(ml)당 기준
		알레르기 유발 성분	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물(해당 성분 하위품목 중 예외 있음)
	식품보조제 (Food Supplement) ³⁴⁾ 추가 라벨 표기사항 (가이드)	영양성분	영양성분은 'gram(g)' 또는 'milligrams(mg)'의 단위로 완성품의 100g당 기준으로 표기할 것 칼로리는 KJ와 100g당 Kcal로 표시할 것
		포장	벌크 제품의 경우 소비자가 제품의 영양성분의 성격을 명확히 알아볼 수 있도록 제품 패키지 바깥면에 표기할 것 제품의 패키지는 모든 제품을 커버할 수 있도록 포장 되어 있을 것
		유통기한	잘 상하는 제품의 경우 유통기한을 명확히 알아볼 수 있도록 표기할 것
		효능	예방적인 효과나 치유력이 있다는 형태의 내용은 표기 불가 건강 증진에 관한 라벨 문구의 경우 EU에서 사전에 허가 받아져 등록되어 있는 문구를 사용가능하며 정확한 과학적 기반 하에서 기재할 것

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX), 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS)

34) 식품보조제(Food Supplement)는 대부분 캡슐, 정제, 파우더 등의 형태로 되어있으며 특별한 효능을 가지는 식품을 뜻함. 비타민, 미네랄 등의 영양소가 농축되어 있는 제품을 포함하며, 식품 및 허브류 추출물을 포함함. 일반적으로 일일 복용량이 정해져있음

▶ 프랑스 멀티비타민 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링]

앞면(영어)

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : HIVITAL foods
- ② 제품명 : Panax Ginseng Root Extract - Highly Concentration of Ginsenosides
- ③ 기능 : Enhances energy levels, Improves memory & concentration, Increases athletic endurance
- ④ 용량 : 120 Vegan Capsules
- ⑤ 종류 : Food Supplement

- ① 브랜드명 : HIVITAL 푸즈
- ② 제품명 : 인삼뿌리추출물 진세노사이드 고품량 농축액
- ③ 기능 : 에너지 레벨 증가, 기억력 및 집중력 향상
- ④ 용량 : 120 비건 캡슐
- ⑤ 종류 : 식품보조제

옆면(프랑스어)

옆면(국문)

- ① 원료(Ingrédients) : Extrait de Panax Ginseng 15:1 (30% de Ginsénoïdes), Extrait de Panax Ginseng 5:1 (10% de ginsénoïdes), Gélule végétale, Amidon de maïs.
- ② 섭취방법(Posologie) : Prendre 1 gélule par jour pendant un repas. Ne pas dépasser la dose wjrecommandée. Ne remplace pas une alimentation équilibrée. Conserver dans un endroit frais et sec, hors de la portée des enfants
- ③ 제품번호(Batch number) : 8061265
- ④ 유통기한(Best before end) : 11-21

- ① 원료 : 인삼 추출물 15:1 (제노사이드 30%), 인삼추출물 5:1 (제노사이드 10%), 식물성 캡슐, 옥수수 전분
- ② 섭취방법 : 하루에 한 알씩 섭취하십시오. 권장 섭취량을 초과해서 복용하면 안됩니다. 아이들의 손이 닿지 않는 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오.
- ③ 제품번호 : 8061265
- ④ 유통기한 : 11-21

⑤ 영양성분표(Nutritional Informatrion)

Serving;	Serving per
1capsule daily	container : 120
Ingredients	Amount per serving
Panax(Gonseng 15:1 extract (30% Ginsenosides)	125mg
Panax(Gonseng 5:1 extract (10% Ginsenosides)	125mg
Whole plant equivalent	2500mg
Ginsenosides	50mg

⑥ 제품설명 : Not intended for use by pregnant or nursing mothers, or persons under 18. Individuals with a known medical condition or taking medication should consult with their General Practitioner.

⑦ 순중량: 120vegan capsules 490mg. Net Weight 58.8g.

⑧ 제조업체 : HIVITAL LABS SL - Murcia, 26-28 1 4 - 08027 BARCELONA (SPAIN)

⑤ 영양성분표(Nutritional Informatrion)

제공량: 1일 1캡슐	한 통당 제공량 : 120
원료	1회 제공당 성분 함량
파낙스(인삼 추출물 15:1 (30% 진세노사이드)	125mg
파낙스(인삼 추출물 5:1 (10% 진세노사이드)	125mg
전체 식물 등가물	2500mg
진세노사이드	50mg

⑥ 제품설명 : 임신부, 모유수유 중인 산모, 18세 이하가 섭취하기에 적합하지 않습니다. 약을 섭취 중이거나 질환을 앓고 있는 사람은 의사와 상담 후 섭취하십시오.

⑦ 순중량: 120 비건 캡슐 490mg. 순중량 58.8g.

⑧ 제조업체 : HIVITAL LABS SL - Murcia, 26-28 1 4 - 08027 바르셀로나 (스페인)

5. 프랑스 멀티비타민 서류 준비

서류 준비

프랑스로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보를 제공함

멀티비타민

멀티비타민 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 프랑스 수입신고 전자통관시스템을 통해 진행

프랑스의 수입신고는 서면 또는 프랑스 세관의 전자행정 시스템(Pro Douane, pro.douane.gov.fr)을 통하여 진행 가능함. EU에서 공통적으로 요구하는 일반 서류와 기타 수입 위생에 관한 품목별 필수 서류를 제출해야 함. EU로 수입되는 모든 물품은 도착항에 도착하기 전에 적하목록 사전제출(ENS, Entry Summary Declaration) 서류를 제출해야 함

원산지증명의 경우 수출자가 상업송장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지 신고문안을 기재함으로써 원산지 신고서를 작성할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로(약 806만 원³⁵⁾ 이상의 물품을 수출하는 경우 원산지 인증 수출자 자격을 획득하여야 원산지 증명을 통한 협정관세를 부과 받을 수 있음. 해당 자격은 한국 관세청을 통해서 신청 가능함

[표 4.7] 프랑스 통관 서류

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

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 관세청

35) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 프랑스 멀티비타민 세금 납부

세금 납부

프랑스로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보를 제공함

멀티비타민

멀티비타민 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 멀티비타민 HS-CODE 2106.90.9855, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-EU FTA 발효로 협정세율 적용

멀티비타민 제품 수입 시 프랑스에서는 HS CODE 2106(따로 분류되지 않는 조제 식료품)의 2106.90.9855(기타) 세번이 적용되는 것으로 판단됨.³⁶⁾ 프랑스로 멀티비타민 제품 수입 시 기본 세율은 9%가 적용되나, 한국산 제품의 경우 2011년 7월 1일부로 전체 발효된 한-EU FTA 협정에 따라 0%의 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 부가가치세(VAT)가 부과되며 식품의 종류에 따라 5.5%에서 20.0%의 세율이 적용됨

- 수입 서류 심사에 1시간 소요

[표 4.8] 한국·EU HS CODE 비교 및 EU 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.9099	기타	
EU (프랑스)	2106.90.9855	기타	
관세	기본관세율	9%	
	협정 세율	0%	
VAT		5.5-20.0%	

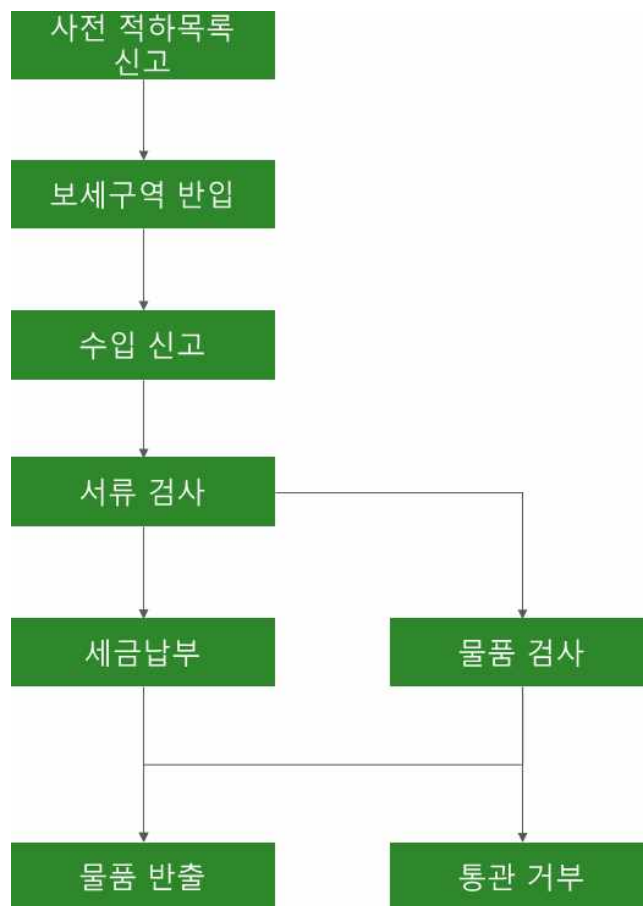
자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유럽연합 집행위원회(EC), 프랑스 경제부(Economie Govu)

36) 프랑스 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 멀티비타민에 적합하다고 판단되는 세번 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 유럽연합 및 프랑스의 세관당국의 판단과 차이가 있을 수 있으므로 BTI를 통하여 확정된 HS Code 번호를 확인하는 것을 추천함

7. 프랑스 멀티비타민 검역 심사 절차

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

[표 4.9] 프랑스 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
멀티비타민 연관 규제 첨가물 및 물질	식품 첨가물	Polysorbates	GMP ³⁷⁾
		β -cyclodextrin	GMP
	유해물질	Abamectin (Avermectin)	0.05

자료 : KATI농식품수출정보

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

식품 첨가물 규정

프랑스로 제품 수출 시,
요구되는 식품 첨가물에
관한 정보를 제공함

멀티비타민

멀티비타민 품목의
첨가물 규정은
유럽연합 집행위원회
식품첨가물 규정 카테고리
분류 중 17.1 고체 형태의
식품보조제로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

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

[표 4.10] 프랑스 식품보조제(Food supplement) 품목 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
광택제	카나우바 왁스	Carnauba wax	200
감미료, 향미증진제	아스파탐	Aspartame	2,000
감미료	수크랄로스	Sucralose	800
감미료	스테비올 배당체	Steviol glycosides	670
감미료	네오탐	Neotame	60
기포제, 희석제	트라이에틸 시트레이트	Triethyl citrate	3,500
안정제, 광택제 등	폴리에틸렌 글리콜	Polyethylene glycol	GMP
습윤제, 광택제 등	폴리비닐알코올	Polyvinyl alcohol	18,000
감미료	아스파탐 아세설팜 염	Aspartame - acesulfame salt	500
소포제	디메틸릴실록산	Dimethyl polysiloxane	10
감미료	에드반탐	Advantame	20

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 파라셀렉션(Paraselection)

Interview ② 파머시하우스만
(Pharmacie Hausmann)

Interview ③ 파머시클레르몽페랑
(Pharmacie Clermont Ferrand)

Interview ④ 파머시데카일로스
(Pharmacie Des Caillols)

Interview ⑤ 파머시뒤락(Pharmacie du Lac)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Demand



- 인터뷰 기업 : 파라셀렉션
(Paraselection)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Xavier
(Pharmacist)

코로나19로 멀티비타민 제품 수요 증가 중

최근 코로나 19로 인해, 멀티비타민 제품을 찾는 프랑스 소비자들이 늘고 있습니다. 이들은 면역력 강화를 위해 멀티비타민을 구매합니다.

최근 온라인 쇼핑물 이용 비율 증가

최근 소비자들이 코로나 19로 외출을 꺼려, 온라인 쇼핑물에서 제품의 수요가 증가하고 있습니다.

Market Customers and Preference



- 인터뷰 기업 : 파머시하우스만
(Pharmacie Haussmann)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ana
(Customer Service)

다양한 연령대가 멀티비타민 구매

20-60대까지 다양한 연령대의 프랑스 소비자들이 멀티비타민 제품을 구매합니다. 프랑스 사람들은 주로 면역력 강화와 영양 보충을 위해 멀티비타민을 먹습니다.

프랑스 소비자, 의사 및 전문가 추천 제품 선호

프랑스 소비자들은 의사와 전문가가 추천한 제품을 선호합니다. 따라서 의사와 전문가가 환자에게 A사 제품을 추천할 수 있게끔 유도하는 것이 필요합니다.

Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 파머시클레르몽페랑
(Pharmacie Clermont Ferrand)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Jerome Ducher
(Customer Service)

멀티비타민 시장 규모 증가 중

최근 코로나 19로 인해, 멀티비타민 시장의 규모가 커지고 있고, 이러한 추세는 지속될 것으로 생각합니다.

프랑스 소비자, 캡슐, 알약 제형의 멀티비타민 제품 선호

프랑스 사람들은 캡슐, 알약 제형의 멀티비타민 제품을 선호하고, 분말 제형은 먹기 불편하다고 생각합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Customers and Distribution



- 인터뷰 기업 : 파머시데카일로스
(Pharmacie Des Caillols)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Benjamin Lauro
(Manager)

다양한 연령대 멀티비타민 선호

4살부터 노년층까지 다양한 연령대가 멀티비타민을 선호하고 있으며, 그중 18-50세 나이에서 제품의 수요가 매우 많습니다.

프랑스 소비자, 오프라인 매장에서 제품 구매 선호

최근 온라인 쇼핑몰에서 제품의 수요가 증가하고 있으나, 프랑스 소비자들은 여전히 오프라인 매장에서 제품을 구매하는 것을 선호합니다. 전문가와 상담을 통해 제품을 추천받을 수 있고, 섭취 방법과 주의사항을 들을 수 있기 때문입니다.

Market Preference and Trend



- 인터뷰 기업 : 파머시뒤락
(Pharmacie du Lac)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Karim Saadi
(Manager)

유기농 멀티비타민 제품에 대한 높은 선호

코로나 19로 인해, 멀티비타민 제품의 수요가 증가하고 있습니다. 그중, 프랑스 소비자들은 유기농 멀티비타민 제품을 매우 선호합니다.

천년초, 선인장 추출액 원료 멀티비타민 제품, 일반적이지 않아

프랑스에는 선인장 추출액으로 만든 화장품이 있으나, 천년초, 선인장 추출액으로 만든 멀티비타민 제품은 없습니다. 프랑스 소비자들은 천년초, 선인장을 식용으로 생각하지 않아, 이를 매우 생소하게 느낄 것 같습니다.

Interview ① 파라셀렉션(Paraselection)

38)

파라셀렉션 (Paraselection)

전문가 소속

파라셀렉션
(Paraselection)
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Xavier
(Pharmacist)

PARASELECTION.com
PARAPHARMACIE DISCOUNT EN LIGNE



파라셀렉션(Paraselection) Pharmacist, Mr. Xavier

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2009년에 설립된 드럭스토어 형태의 온라인 소매업체입니다. 멀티비타민, 다이어트 보조제 등의 건강기능식품과 화장품, 반려 용품 등 약 13,000개의 제품을 취급하고 있습니다.

Q. 프랑스에서 멀티비타민 제품의 수요는 어떠한가요?

최근 코로나19로 인하여 면역력 강화 효능을 보유한 제품의 인기가 높아졌습니다. 멀티비타민 제품 또한 과거 노년층에서만 선호되었으나, 최근에는 다양한 연령대 소비자들이 멀티비타민을 찾고 있습니다.

Q. 프랑스 소비자들이 선호하는 제품은 무엇인가요?

프랑스 소비자들은 필레제(Pileje), 아르코(Arko) 브랜드의 멀티비타민 제품을 선호합니다. 필레제는 어린이용과 성인용 제품을 출시했습니다. 어린이 전용 제품은 분말 제형으로 20포에 15.90유로(약 2만 1,348원)³⁸⁾이고, 45세 이상의 성인 전용 제품은 120정에 18.90유로(약 2만 5,376원)입니다. 이 밖에 아르코의 멀티비타민 제품은 무향, 무맛의 캡슐 제형으로 먹기 편하고, 방부제가 첨가되지 않은 천연 제품으로 유명합니다. 해당 제품은 60정에 10.95유로(약 1만 4,702원)입니다.

Q. 프랑스에서 멀티비타민 판매처는 어디인가요?

약국, 슈퍼마켓 등 다양한 온·오프라인 매장에서 멀티비타민 제품을 취급하고 있습니다. 과거 프랑스 소비자들은 오프라인 매장 전문가로부터 제품을 추천받는 것을 선호했습니다. 최근 소비자들은 코로나 19로 외출을 꺼려, 온라인 쇼핑물에서 제품의 수요가 증가하고 있습니다.

38) 사진자료: 파라셀렉션(Paraselection) 홈페이지 (www.paraselection.com)

Interview ② 파머시하우스만 (Pharmacie Haussmann)

40)

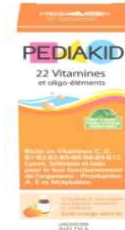
파머시하우스만
(Pharmacie Haussmann)

전문가 소속

파머시하우스만
(Pharmacie Haussmann)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ana
(Purchasing Department)



파머시하우스만(Pharmacie Haussmann) Customer Service, Ms. Ana

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2005년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 멀티비타민, 다이어트보조제, 의약품, 유아용품, 화장품 등을 취급하고 있습니다. 프랑스에서 온라인 쇼핑몰과 파리에 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다.

Q. 프랑스에서 멀티비타민 트렌드는 어떠한가요?

20~60대까지 다양한 연령대의 프랑스 소비자들이 멀티비타민 제품을 구매합니다. 프랑스 사람들은 주로 면역력 강화와 영양소 보충을 위해 멀티비타민을 먹습니다.

Q. 프랑스 소비자들이 선호하는 제품은 무엇인가요?

당사에서 취급 중인 제품 중, 슈프라딘(Supradyn), 레로(Lero), 페디아키드(Pediakid) 제품의 수요가 많습니다. 슈프라딘은 알약 제형으로 먹기 편하고, 효과가 빠르다는 장점이 있습니다. 해당 제품은 30정에 10.99유로(약 1만 4,756원)입니다. 레로는 피로 개선과 영양 보충의 효능이 있으며, 42정에 9.99유로(약 1만 3,413원)입니다. 페디아키드 제품은 천연 성분으로 만들어졌으며, 달콤하다는 특징이 있습니다. 해당 제품은 시럽 제형으로 125mL에 7.99유로(약 1만 728원)입니다.

Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

프랑스 소비자들은 의사와 전문가가 추천한 제품을 선호합니다. 따라서 의사와 전문가가 환자에게 A사 제품을 추천할 수 있게끔 유도하는 것이 필요합니다. 이를 위해서는 제품의 효능을 입증하고, 의사와 전문가로부터 품질을 인정받아야 합니다.

39) 1유로=1,342.67원(2020.04.03., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

40) 사진자료: 파머시하우스만(Pharmacie Haussmann) 홈페이지 (www.pharmaciehaussmannopera.com)

Interview ③ 파머시클레르몽페랑 (Pharmacie Clermont Ferrand)

41)

파머시클레르몽페랑
(Pharmacie Clermont
Ferrand)

전문가 소속

파머시클레르몽페랑
(Pharmacie Clermont Ferrand)
소매업체

전문가 정보

Ms. Jerome Ducher
(Customer Service)



파머시클레르몽페랑(Pharmacie Clermont Ferrand) Customer Service, Ms. Jerome Ducher

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2018년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 프랑스에서 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다. 멀티비타민 등의 건강기능식품과 의약품을 취급하고 있습니다.

Q. 프랑스에서 멀티비타민 수요는 어떻게 되나요?

최근 코로나 19로 인해 멀티비타민 시장의 규모가 커지고 있고, 이러한 추세는 앞으로도 지속될 것으로 생각합니다. 멀티비타민 제품의 주 고객은 10대 아이를 둔 부모와 노년층입니다. 이들은 원기회복, 영양소 보충, 면역력 강화를 위해 멀티비타민 제품을 구매합니다.

Q. 당사에서 취급 중인 제품은 무엇인가요?

당사는 슈프라딘의 멀티비타민 제품을 취급하고 있습니다. 해당 제품은 씹어 먹을 수 있는 알약 제형으로, 50정에 9.9유로(약 1만 3,292원)입니다. 슈프라딘 제품은 피로 개선의 효과가 있으며, 프랑스 소비자들은 해당 제품의 효능이 빠르게 나타난다고 생각합니다.

Q. 제품 판매 시, 수요가 있을까요?

천년초, 선인장 추출액으로 만든 멀티비타민 제품 판매 시, 수요가 없을 것으로 생각합니다. 프랑스 소비자들은 천년초와 선인장 추출액의 원료를 생소하게 느끼고, 이들 사이에서 한국산 멀티비타민 제품의 인지도는 매우 낮기 때문입니다. 또한 프랑스 사람들은 캡슐, 알약 제형의 멀티비타민 제품을 선호하고, 분말 제형은 먹기 불편하다고 생각합니다.

41) 사진자료: 파머시클레르몽페랑(Pharmacie Clermont Ferrand) 홈페이지 (pharmacieducherrepublique.pharminfo.fr)

Interview ④ 파머시데카일로스 (Pharmacie Des Caillols)

42)

파머시데카일로스
(Pharmacie Des Caillols)

전문가 소속

파머시데카일로스
(Pharmacie Des Caillols)
소매업체

전문가 정보

Mr. Benjamin Lauro
(Manager)



파머시데카일로스(Pharmacie Des Caillols) Manager, Mr. Benjamin Lauro

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1991년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 마르세유에서 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다. 취급 품목으로는 멀티비타민 등의 건강기능식품과 의약품, 유아용품 등이 있습니다.

Q. 프랑스에서 멀티비타민 제품의 수요는 어떠한가요?

프랑스에서 멀티비타민 제품의 수요는 많은 편으로, 수요가 지속 증가할 것으로 생각합니다. 4살부터 노년층까지 다양한 연령대가 멀티비타민을 먹고, 그중 18-50세 소비자들 사이에서 제품의 수요가 매우 많습니다. 프랑스 소비자들은 면역력 강화, 피로 개선, 영양 보충을 위해 멀티비타민 제품을 구매합니다.

Q. 취급 제품 중, 수요가 많은 제품은 무엇인가요?

당사 취급 제품 중, 올비틸(Alvityl)과 페디아키드 제품의 수요가 매우 많습니다. 올비틸 제품은 시럽 제형으로 150mL에 9.90유로(약 1만 3,292원)입니다. 해당 제품은 아이부터 성인까지 먹을 수 있고, 면역력 강화와 체력 증진의 효능이 탁월합니다. 몇몇 소비자들은 캡슐과 알약 제형과 달리 시럽 제형은 맛과 향 때문에 먹기 거부하다고 생각합니다.

Q. 제품의 판매처는 어디인가요?

약국, 슈퍼마켓 등 온·오프라인 매장에서 멀티비타민 제품을 취급하고 있습니다. 최근 온라인 쇼핑몰에서 제품의 수요가 증가하고 있으나, 프랑스 소비자들은 여전히 오프라인 매장에서 제품을 구매하는 것을 선호합니다. 전문가와 상담을 통해 제품을 추천받을 수 있고, 섭취 방법과 주의사항을 들을 수 있기 때문입니다.

42) 사진자료: 파머시데카일로스(Pharmacie Des Caillols) 홈페이지 (hauptbahnhofapo.de)

Interview ⑤ 파머시뒤락(Pharmacie du Lac)

43)

파머시뒤락

(Pharmacie du Lac)

전문가 소속

파머시뒤락

(Pharmacie du Lac)

소매업체

전문가 정보

Mr. Karim Saadi

(Manager)



44)

파머시뒤락(Pharmacie du Lac) Manager, Mr. Karim Saadi

Q. 회사와 취급 품목을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2012년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 보르도에서 오프라인 매장 1곳을 운영하고 있습니다. 멀티비타민, 다이어트 보조제, 유아용품, 반려 용품 등을 취급하고 있습니다.

Q. 멀티비타민 제품의 트렌드는 어떻게 되나요?

최근 코로나19로 면역력 강화의 효능을 원하는 소비자가 늘어남에 따라, 멀티비타민 제품의 수요가 증가하고 있습니다. 주로 30대 이상의 소비자가 멀티비타민 제품을 구매하고 프랑스 소비자들은 유기농 멀티비타민 제품을 가장 선호합니다.

Q. 취급 제품 중, 수요가 많은 제품은 무엇인가요?

취급 제품 중, 지오에이산테(GOA Sante)의 멀티비타민 제품의 수요가 매우 많습니다. 해당 제품은 식물로 만들어진 천연 제품으로, 프랑스 소비자들은 해당 제품의 성분이 우수하다고 생각합니다. 지오에이의 제품은 알약 제형으로, 30정에 12.90유로(약 1만 7,320원)입니다.

Q. 한국산 제품의 인지도는 어떠한가요?

최근 케이팝, 한류의 영향으로 프랑스 사람들 사이에서 한국산 제품의 인지도는 매우 높습니다. 한국에서 생산한 건강기능식품으로는 홍삼 제품이 유명합니다. 프랑스에는 선인장 추출액으로 만든 화장품이 있으나, 천연초, 선인장 추출액으로 만든 멀티비타민 제품은 없습니다. 프랑스 소비자들은 천연초, 선인장을 식용으로 생각하지 않아, 이를 매우 생소하게 느낄 것 같습니다.

43) 사진자료: 파머시뒤락(Pharmacie du Lac) 홈페이지 (www.pharmaciedulac-bordeaux.com)

44) 멀티비타민을 취급하고 있으나, 오프라인 매장인 관계로 홈페이지에는 해당 사진을 찾을 수 없음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 프랑스 국가 통계국(National Statistics and Economic Studies of France), 「Population Estimates(provisional data at the end of 2018)」, 2019.01.
2. 경제협력개발기구(OECD), 「Under Pressure: The Squeezed Middle Class」, 2019.
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Multivitamins in France」, 2019.10.
4. 「Compléments alimentaires : peu ou pas d'effets sur la santé, selon une étude」, Ouest France
5. 「Garcinia Cambogia : Les meilleures options pour 2020」, GUIDEDUSUPPLEMENT, 2020.02.05.
6. 「Compléments alimentaires : ils ont convaincu les Français」, Entreprendre, 2020.03.29.
7. 「Curcuma : Les meilleures options pour 2020」, GUIDEDUSUPPLEMENT, 2020.01.31.
8. 「Gingembre: les bonnes raisons de consommer quelques tranches」, Doctissimo, 2017.01.16.
9. 「Échinacée- Protège naturellement votre système immunologique」, HSNblog, 2019.08.30.
10. 「Auchan 2018 Annual Report」, Auchan, 2018.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 홈페이지(www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Centre 홈페이지(www.trademap.org)
3. 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr)
4. 프랑스 국가 통계국 홈페이지(www.insee.fr)
5. OECD 홈페이지(www.oecd.org)
6. 파라숍(Parashop) 홈페이지 (parashop.com)
7. 이사-콘소(Isa-conso) 홈페이지(www.lsa-conso.fr)
8. 시티팔마(Citypharma) 홈페이지(pharmacie-citypharma.fr)
9. 파라팔마시 라파예트(Parapharmacie Lafayette) 홈페이지(pharmacielifayette.com)
10. 레도페스(Ladepeche) 홈페이지(ladepeche.fr)
11. 몽쥬(Monge) 홈페이지(pharmacie-monge.fr)
12. 립글로스패스포트([lipglossandpassports](http://lipglossandpassports.com)) 홈페이지(lipglossandpassports.com)
13. 아마존(Amazon) 홈페이지(amazon.fr)
14. 오피스프로덕인터네셔널(Office Product International) 홈페이지(opi.net)
15. 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지(www.cdiscount.com)
16. 테크이유(Tech.eu) 홈페이지(tech.eu)
17. 이커머스맥(Ecommercemag) 홈페이지(www.ecommercemag.fr)
18. 까르푸(Carrefour) 홈페이지(carrefour.fr)
19. 르끌레어(E. Leclerc) 홈페이지(e-leclerc.com)
20. 리버레이션(Liberation) 홈페이지(liberation.fr)
21. 우에스트프랑스(OuestFrance) 홈페이지(ouest-france.fr)
22. 오상(Auchan) 홈페이지(www.auchan.fr)
23. 시스템유(Systeme U) 홈페이지(www.coursesu.com)
24. 루진누벨(L'usine Nouvelle) 홈페이지(www.usinenouvelle.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

25. 관세법령정보포털(UNIPASS) 홈페이지(unipass.customs.go.kr/csp/index.do)
26. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) 홈페이지(www.fas.usda.gov)
27. 유럽연합 집행위원회(EC) 홈페이지(ec.europa.eu)
28. EU법령정보포털(EUR-LEX) 홈페이지(eur-lex.europa.eu)
29. 한국 관세청 홈페이지(www.customs.go.kr)
30. 프랑스 경제부(Economie Gouv) 홈페이지(www.economie.gouv.fr)
31. KATI농식품수출정보(KATI) 홈페이지(www.kati.net)
32. 파라셀렉션(Paraselection) 홈페이지(www.paraselection.com)
33. 파머시하우스만(Pharmacie Hausmann) 홈페이지(www.pharmaciehausmannopera.com)
34. 파머시클레르몽페랑(Pharmacie Clermont Ferrand) 홈페이지(pharmacieducherrepublique.pharminfo.fr)
35. 파머시데카일로스(Pharmacie Des Caillols) 홈페이지(hauptbahnhofapo.de)
36. 파머시뒤락(Pharmacie du Lac) 홈페이지(www.pharmaciedulac-bordeaux.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.04.24.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

