



No. 2022-223  
품목 볶은 커피(Roasted Coffee)  
HS CODE 0901.21.0000  
국가 프랑스(France)



# C.O.N.T.E.N.T.S

<b>I</b>	<b>시장 현황 및 통계</b>	<b>3</b>
	1. 시장 규모 및 현황 2. 수출입 통계	
<b>II</b>	<b>트렌드</b>	<b>10</b>
	1. 정책 및 규제 2. 유통 트렌드	
<b>III</b>	<b>유통</b>	<b>18</b>
	1. 유통채널 현황 2. 주요 유통업체 분석	
<b>IV</b>	<b>통관 및 인증</b>	<b>29</b>
	1. 통관 및 검역 2. 인증 3. 라벨링 4. 위생요건	
<b>V</b>	<b>시사점</b>	<b>43</b>

# I

## 시장 현황 및 통계



# 01 시장 규모 및 현황

## 커피 시장 규모 및 전망

Euromonitor International에 따르면, 2022년 프랑스 커피 시장 규모는 소매 판매액 기준 전년 대비 10.8% 증가한 49억 5,800만 유로(약 6조 8,830억원)를 기록했으며, 소매 판매량 기준으로는 전년 대비 0.8% 감소한 19만 9,008톤을 기록함. 프랑스 커피 시장의 소매 판매량이 전년보다 감소했음에도 판매액 기준으로 두 자릿수 증가를 나타낸 것으로 보아 단가가 상승한 것으로 보임

최근 5년간 프랑스 커피 시장의 판매액은 꾸준히 증가하는 추세를 보이며 연평균 7.9% 성장했는데, 코로나19 발생 이후 2020년 기준 전년 대비 9.0% 급성장한 것으로 분석되며, 2021년(6.3%), 2022년(10.8%)에도 지속적으로 빠른 성장세를 이어가고 있는 것으로 보임

프랑스 커피 시장 규모는 인스턴트 커피와 원두 커피 시장으로 분류되며, 원두 커피 시장은 다시 분쇄 커피와 홀빈 커피 시장으로 분류됨. 2022년 판매액 기준으로 프랑스 전체 커피 시장에서 원두 커피의 비중은 90.2%로 대부분을 차지하고 있으며, 반면 인스턴트 커피의 비중은 9.8%를 기록함

커피 시장 규모는 소매 판매액 기준 향후 5년간(2023-2027년) 연평균 2.5% 증가하여 2027년 기준으로는 56억 6,490만 유로(약 7조 8,644억원)의 규모에 이를 것으로 전망됨

2022년 판매액 기준으로 프랑스 원두 커피 시장에서 분쇄 커피의 비중이 92.5%로 압도적으로 높으며, 홀빈 커피의 비중은 7.5%를 차지함

한편, 2022년 프랑스 원두 커피 시장 규모는 최근 5년간 연평균 8.6% 성장한 44억 7,290만 유로(약 6조 2,096억원)를 기록했는데, 원두 커피 세부 시장인 분쇄 커피 시장의 연평균 성장률은 7.4%로 전체 시장의 연평균 성장률을 하회한 반면, 홀빈 커피 시장은 연평균 성장률 32.0%를 나타내며 전체 원두 커피 시장의 성장을 견인한 것으로 분석됨

- 2022년 판매액 기준 프랑스 분쇄 커피 시장 규모는 41억 3,880만 유로를 기록했으며, 원두콩 커피 시장 규모는 3억 3,410만 유로를 기록함



표 1

프랑스 커피 판매액 규모 및 전망(2018-2027년)

(단위: 백만 유로)



자료: Euromonitor International



표 2

프랑스 커피 판매량 규모 및 전망(2018-2027년)

(단위: 천 톤)



자료: Euromonitor International

# 02 수출입 통계

## 조사 대상 품목의 HS CODE 정보

지원 기업의 조사 대상 품목은 볶은 커피로 HS CODE는 다음과 같음

국가별 HS CODE

- 글로벌: 0901.21
- 프랑스: 0901.21
- 한국: 0901.21.0000 카페인을 제거하지 않은 것


## 글로벌 수입 규모

볶은 커피(HS CODE 0901.21) 제품의 글로벌 전체 수입액은 2017년 이후 2019년까지 최근 3년간 글로벌 볶은 커피 수입액은 약 105억 달러의 비슷한 수준을 유지했으나, 2020년 전년 대비 5.8% 증가한 111억 6,656만 달러를 기록함. 또한, 2021년에도 증가 추세를 이어가며 전년 대비 14.1% 증가한 수입액 127억 4,541만 달러를 기록함. 코로나19로 2020년 이후 주요 외식업이 침체는 겪는 와중에도 글로벌 커피 수입량은 사상 최대치를 기록하고 있음. 팬데믹 이후 글로벌 수입량이 오히려 증가한다는 것은 커피 소비가 뒷받침되고 있다는 의미로 해석이 가능함. 코로나19 사태로 재택근무자가 늘고 집에서 머무르는 시간이 길어지면서 '홈카페'의 수요가 증가하면서 볶은 커피의 수요도 같이 증가한 것으로 분석됨

2021년 기준으로 볶은 커피 제품을 가장 많이 수입한 국가별 비중을 살펴보면, 1위는 프랑스(17.5%), 2위는 미국(11.7%), 이어서 독일(6.5%), 네덜란드(5.5%), 캐나다(4.8%) 순으로 나타났으며, 한국은 글로벌 전체 수입액의 2.6%의 비중을 차지하며 11위를 기록함

상위 5개국의 최근 5년간(2017-2021년) 수입액 연평균 성장률은 미국(11.8%), 독일(9.0%)은 전체 글로벌 볶은 커피 수입액의 연평균 성장률(5.0%)을 상회하는 수준을 나타냄. 미국, 독일의 수입액 증가가 전체 글로벌 수입액의 증가를 견인한 것으로 분석됨. 한편, 네덜란드(3.5%), 프랑스(3.1%), 캐나다(3.0%)는 글로벌 전체 연평균 성장률을 하회하는 수준이지만, 플러스 성장을 기록하며 시장 규모가 꾸준히 증가하고 있음

- 한국의 경우에는 2017년 수입액 1억 5,810만 달러를 기록한 이후, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률 19.9%를 기록하며 꾸준히 수입액이 증가하고 있음. 커피 수입액은 그동안 꾸준히 증가하는 추세를 보였는데, 2021년 기준 수입액은 전년 대비 무려 30.0% 증가하며 가장 높은 수입액 3억 2,647만 달러를 나타냄. 이처럼 국내 시장에서 커피 수입량이 꾸준히 증가하는 것은 커피가 단순 기호식품을 넘어 문화생활의 한 부분으로 자리잡고 있는 것으로 판단됨

 표 3 글로벌 볶은 커피 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	10,500,768	10,496,838	10,557,056	11,166,560	12,745,412	5.0
1 프랑스	1,977,919	2,040,158	1,991,656	2,074,244	2,236,601	3.1
2 미국	949,543	876,348	1,011,581	1,053,779	1,485,707	11.8
3 독일	586,796	612,766	638,484	754,337	829,441	9.0
4 네덜란드	612,940	665,683	604,674	649,618	702,251	3.5
5 캐나다	540,337	530,598	538,723	555,301	607,010	3.0
11 한국	158,104	181,281	214,818	251,127	326,471	19.9

자료: ITC

## 프랑스 수입 규모

볶은 커피(HS CODE 0901.21) 제품의 프랑스 수입 규모는 2017년 수입액 19억 7,792만 달러를 기록한 이후 증감을 반복하다가 2021년 기준 수입액 22억 3,660만 달러를 기록함

2021년 스위스로부터의 수입액은 13억 2,339만 달러를 기록하여 전체 수입 비중의 절반을 상회하는 59.2%를 차지함. 이어서 독일(11.5%), 네덜란드(10.9%), 이탈리아(6.8%) 순으로 수입 비중이 높게 나타났으며, 한국으로부터의 수입액은 4만 1,000달러로 미미한 수준으로 조사됨

표 4 프랑스 볶은 커피 수입 규모 추이(2017-2021년)

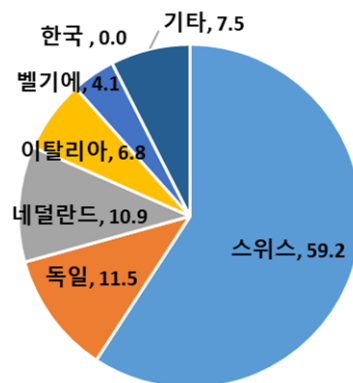
(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	1,977,919	2,040,158	1,991,656	2,074,244	2,236,601	3.1
1 스위스	1,199,498	1,264,339	1,238,411	1,300,946	1,323,385	2.5
2 독일	202,463	189,944	204,548	205,812	257,813	6.2
3 네덜란드	191,341	237,276	222,931	227,449	242,932	6.1
4 이탈리아	154,182	151,330	139,065	127,075	152,762	-0.2
5 벨기에	82,855	80,963	77,149	78,102	91,940	2.6
38 한국	6	7	10	33	41	61.7

자료: ITC

표 5 프랑스의 국가별 볶은 커피 수입 규모 비중(2021년)

(단위: %)




자료: ITC



## 한국 수출 규모

볶은 커피(HS CODE 0901.21) 對글로벌 수출액은 2017년 267만 4,000달러를 기록했으며, 최근 5년간 증감을 반복하며 2021년 기준으로는 수출액 344만 7,000달러를 기록함

홍콩으로의 수출 비중이 전체의 25.4%를 차지하며 1위를 기록했으며, 몽골(16.0%), 중국(11.2%), 사우디아라비아(9.8%), 말레이시아(8.5%) 순으로 높게 나타남. 한편, 프랑스로의 수출액은 1,000달러로 전체 비중의 0.0%를 나타내며 25위를 기록함

 표 6 한국 볶은 커피 국가별 수출 규모(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	2,674	4,034	2,925	2,639	3,447	6.6
1 홍콩	190	313	505	618	875	46.5
2 몽골	113	135	230	262	553	48.7
3 중국	869	1,143	487	416	387	-18.3
4 사우디아라비아	165	223	196	162	337	19.5
5 말레이시아	482	261	283	270	292	-11.8
23 프랑스	0	0	0	0	1	-

자료: ITC

# II

## 트렌드



# 01 정책 및 규제

## 친환경 캡슐 용기

프랑스인은 에스프레소를 즐겨서 마시며, 가정에서 커피를 즐길 때 원두 및 분쇄 커피를 이용해서 마시는 경우가 대부분임. 그러나 몇 년 전부터 전체 가정의 60%는 캡슐커피 머신을 보유할 정도로 캡슐커피 소비가 활발한 것으로 나타남



표 7

프랑스 가정 내 주로 소비되는 캡슐 원두커피 제품

		
Nespresso	Senseo	Tassimo

그러나 환경 문제로 인해서 캡슐커피(포드) 용기에 대한 우려가 커지고 있음에 따라, 프랑스 정부는 2017년 7월부터 환경 회복을 위해서 일부 일회용품 플라스틱 품목에 대해서 판매금지를 발표한 바 있음

업계에서는 캡슐커피의 용기를 친환경적으로 교체하는 움직임을 보이고 있으며, 한 캡슐커피 제조사는 재활용 정책으로 소비자가 사용한 커피를 매장에 가져오면 플라스틱을 분리하고 있음

- Cafes Meo, San Marc 등의 일부 브랜드에서도 비료로 사용할 수 있는 친환경 캡슐 제품을 사용하고 있음

## 잔류허용기준 도입

EU는 커피의 아이소페타미드, 티아벤다졸, 톨클로포스메틸<sup>1)</sup>의 최대 잔류허용기준을 제정함. 한편 국내에서는 해당 3가지 물질에 대한 잔류허용기준이 마련되어 있지 않으므로, 프랑스로 커피 또는 커피 함유 제품을 수출 시, 해당 물질의 최대 잔류허용기준에 주의해야 함

 표 8 EU 유해물질 제개정사항

식품 유형	물질명	변경 전	변경 후
커피	아이소페타미드 (Isofetamid)		0.05 mg/kg
	티아벤다졸 (Thiabendazole (R))	-	0.05 mg/kg
	톨클로포스메틸 (Tolclofos-methyl (F))		0.05 mg/kg

자료: KATI농식품수출정보

1) 농작물에 사용되는 살균제로써, 국내 설정된 사용기준 정보는 <https://residue.foodsafetykorea.go.kr>에서 확인이 가능함(시행일: 2022.08.17.)

# 02 제품 및 유통 트렌드

## 제품 트렌드

프랑스에서 유통되는 커피 제품은 캡슐커피, 원두콩 커피, 분쇄 원두커피 등의 형태로 판매됨

(캡슐 커피) Nestlé사의 네스프레소. Migros GenossenschaftsbundeG의 CAFE ROYAL 브랜드에서 캡슐 커피 제품을 판매하고 있음

(홀빈 커피) Meo Sa에서는 Organic coffee beans CAFES MEO 원두콩 커피 제품을 500g 용량에 7.69유로(약 1만 675원)에 판매하고 있으며, Cafe Royal 브랜드의 Coffee beans Honduras Intense CAFE ROYAL 제품은 동일한 500g 용량의 원두콩 커피를 9.85유로(약 1만 3,675원)에 판매하고 있어서, 100g당 가격 단가는 Meo 브랜드(1.54유로(약 2,140원))가 Cafe Royal(1.97유로(약 2,735원))에 비해서 더 저렴한 것으로 분석됨


Lavazza 브랜드의 Lavazza Café en Grains Qualita Rossa는 1,000g 용량에 13.19유로(약 1만 8,310원)에 판매하고 있어서, 100g당 가격 단가는 1.31유로(약 1,820원)로 원두콩 커피 제품 중에서는 단위 가격이 가장 낮음

(분쇄 커피) Illy Caffé 브랜드의 illy Coffee Ground Decaffeinated Coffee 제품은 250g에 24.00유로(약 3만 3,320원)에 판매하고 있어서, 100g당 가격 단가는 9.60유로(약 1만 3,330원)로 홀빈 커피보다 약 6배 비쌈



표 9

## 프랑스에서 유통되는 커피 제품

이미지			
제품명	Coffee capsules Compatible Nespresso Espresso CAFE ROYAL	Organic coffee beans CAFES MEO	Coffee beans Honduras Intense CAFE ROYAL
제조사	Migros GenossenschaftsbundeG	Meo SA	Migros GenossenschaftsbundeG
제품 형태	캡슐커피	원두콩 커피	원두콩 커피
가격	9.26유로(약 1만 2,860원)	7.69유로(약 1만 680원)	9.85유로(약 1만 3,680원)
중량	-	500g	500g
이미지			
제품명	8 x 10 caps (80 caps)	Lavazza Café en Grains Qualita Rossa	illy Coffee Ground Decaffeinated Coffee
제조사	Nestlé	Lavazza SpA, Luigi	Illycaffè SpA
제품 형태	캡슐커피	원두콩 커피	분쇄 원두커피
가격	20.61유로(약 2만 8,610원)	13.19유로(약 1만 8,310원)	24.00유로(약 3만 3,320원)
중량	460g	1,000g	250g

자료: carrefour.fr, amazon.fr

## 유통 트렌드

프랑스에서는 노천카페 위주의 커피전문점이 발달한 상황인데, 최근에는 베이커리류 등을 판매하는 미국식 커피전문점 형태의 매장이 등장하고 있음

- 프랑스에서는 건물 밖에 테이블, 의자 등을 놓고 차 또는 음료를 마실 수 있는 노천카페가 발달되어 있는 국가로, 테라스 카페를 쉽게 접할 수 있음. 프랑스 내의 유명한 노천카페식 커피 전문점에는 레 드 마고, 카페 드 플로르 등이 있음
- 기존의 프랑스의 커피전문점 문화는 오래 앉아서 공부 또는 일을 하는 문화보다는 커피 및 대화를 즐기는 문화였음. 최근 파리에 브런치 및 베이커리류를 판매하는 미국식 카페가 들어서고 있음. 프랑스 내 유명한 베이커리류 커피 전문점은 마리 블라쉴르가 대표적임



표 10

프랑스 노천카페식 커피 전문점 매장(좌), 베이커리류 커피 전문점 매장(우)

카페 드 플로르(Cafe de Flore)

마리 블라쉴르(Marie Blachère)



자료: en.parisinfo.com, boulangeries.marieblachere.com

## 빅데이터 분석

### 1. 개요


프랑스 내 웹트래픽 수가 높은 아마존에서 볶은 커피에 대한 분석을 진행함

- 분석의 단계는 데이터 수집, 데이터 정제, 데이터 분석 순임
- 수집 항목은 제품 소개란(성분, 홍보 문구), 소비자 반응(리뷰)이며 총 수집 건수는 제품 69건, 소비자 반응 1만 1,411건임

### 2. 제품 특성 주요 키워드 추출

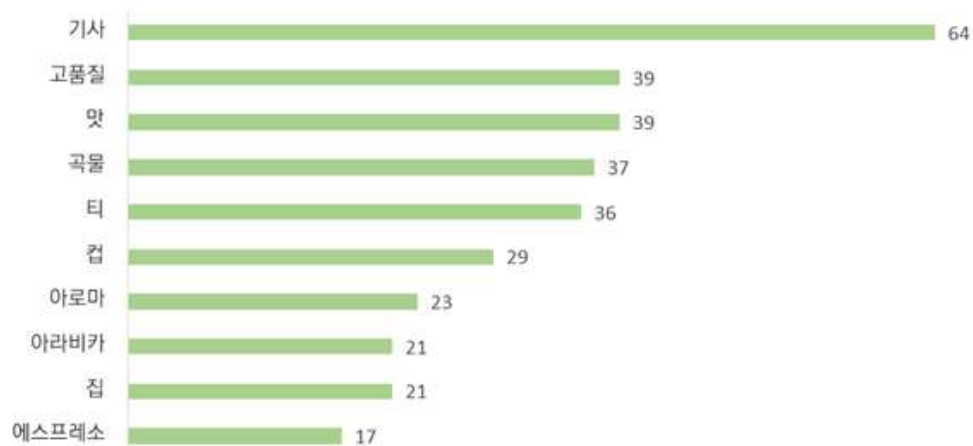
볶은 커피 제품 소개 출현 단어빈도는 '기사' 64건, '맛' 39건, '고품질' 39건 순임. 그 뒤로 '곡물', '티', '컵', '아로마', '집', '아라비카', '에스프레소' 등 이 출현함

볶은 커피 소개 시 커피 음용을 위한 도구와 커피 추출을 위한 재료에 대한 언급이 높았음

 표 11 제품 특성 출현 단어 빈도

순위	출현 단어	출현 빈도
1	기사	64
2	맛	39
3	고품질	39
4	곡물	37
5	티	36
6	컵	29
7	아로마	23
8	집	21
9	아라비카	21
10	에스프레소	17

 표 12 제품 특성 출현단어 빈도





### 3. 동시출현단어 분석

동시출현단어 빈도는 아래 같으며 가장 자주 나타난 키워드는 커피 곡물, 그 뒤로는 기사, 고품질, 커피메이커, 아라비카 커피, 아로마, 스타벅스, 우유 설탕, 에스프레소 카푸치노, 등이 도출됨. 볶은 커피에 대한 제품 소개 시 커피 제조에 필요한 여러 가지 요소들과 관련된 향신료가 검색됨. 또한, S사 커피에 대한 키워드도 도출됨.



표 13

제품 특성 연관단어 출현빈도

순위	연관단어	빈도
1	커피 곡물	15
2	기사 커피	10
3	고품질 커피	10
4	커피 메이커	9
5	아라비카 커피	6
6	제안 기사	6
7	아로마 커피	4
8	S사 커피	4
9	우유 설탕	4
10	에스프레소 카푸치노	4

### 4. 리뷰 출현 단어 분석

소비자들의 리뷰에서는 볶은 커피 구매 시 맛, 가격, 커피 머신 등이 주로 검색됨. 에스프레서 머신이 함께 검색되며, 아침에 음용하기 위해 구입하는 경우가 높다는 것을 알 수 있음. 또한, 캡슐 형태도 판매되는 것을 찾을 수 있었음



표 14

소비자 반응 연관단어 키워드 빈도

순위	연관단어	빈도
1	커피 콩	538
2	커피 맛	403
3	커피 가격	338
4	커피 머신	336
5	커피 메이커	237
6	에스프레소 머신	123
7	아로마 커피	67
8	크림 아로마	57
9	아침 커피	54
10	캡슐 커피	33

# III

유통




# 01

## 유통채널 현황

### 식품 시장 규모

2021년 프랑스 신선식품 시장 규모는 1,255억 1,000만 달러를 기록했는데 이는 전체 식품 시장의 약 64.7%에 달함. 프랑스의 전체 신선식품 시장 중에서는 육류 시장의 비중이 39.5%로 가장 높게 나타났으며, 2021년 프랑스 육류 시장 규모는 전년 대비 9.1% 증가한 496억 1,000만 달러로 집계됨

- 다음으로 뒤를 이어서 프랑스 전체 신선식품 시장 중에서 유제품 및 난류, 채소류, 수산물, 과일 및 견과류, 유지류 순으로 시장규모가 큰 것으로 조사됐으며, 시장 비중은 각각 20.6%, 14.6%, 11.0%, 10.6%, 3.7%를 기록함
- 세부 시장별 성장률 현황을 보자면 신선식품 전체 세부 시장별로 모두 성장세를 나타내고 있음. 그 중에서도 특히 수산물 시장이 전년 대비 9.8% 증가세를 기록하며 가장 높은 성장률을 기록하고 있음

 표 15 프랑스 식품 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 십억 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
<b>육류</b>	<b>42.65</b>	<b>45.19</b>	<b>43.62</b>	<b>45.49</b>	<b>49.61</b>	<b>3.9</b>
- 유제품 및 난류	22.22	23.53	22.71	23.67	25.81	3.8
- 채소류	15.62	16.58	16.03	16.75	18.30	4.0
- 수산물	11.50	12.28	11.93	12.54	13.77	4.6
- 과일 및 견과류	11.37	12.07	11.67	12.20	13.33	4.1
- 유지류	3.98	4.23	4.10	4.29	4.69	4.2
<b>신선식품 합계</b>	<b>107.34</b>	<b>113.88</b>	<b>110.06</b>	<b>114.94</b>	<b>125.51</b>	<b>4.0</b>
- 빵 및 시리얼류	24.54	25.84	24.78	25.69	27.84	3.2
- 과자 및 스낵류	19.39	20.83	20.39	21.53	23.78	5.2
- 간편식품	7.26	7.74	7.52	7.89	8.65	4.5
- 소스 및 향신료	3.76	3.99	3.85	4.03	4.40	4.0
- 스프레드 및 당류	3.88	3.98	3.71	3.76	3.98	0.6
<b>가공식품 합계</b>	<b>58.83</b>	<b>62.38</b>	<b>60.25</b>	<b>62.90</b>	<b>68.65</b>	<b>3.9</b>
<b>전체 식품시장</b>	<b>166.18</b>	<b>176.26</b>	<b>170.31</b>	<b>177.79</b>	<b>194.12</b>	<b>4.0</b>

자료: Statista(2022년 5월 31일 기준)

## 1인당 식품 소비현황

2021년 기준 프랑스 1인당 식품 소비액은 전년 대비 8.9% 증가한 2,967.35달러로 조사됨

프랑스 신선식품 소비액은 1인당 1,918.45달러로 조사되었는데, 이 중에서 육류 소비액이 약 40%의 비중을 차지하며 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 조사됨

- 프랑스 1인당 육류 소비액은 758.30달러를 기록했으며, 뒤를 이어서 높은 비중을 차지하는 신선식품 세부 품목은 유제품 및 난류, 채소류, 수산물, 과일 및 견과류, 유지류 순으로 나타남

프랑스 가공식품 소비액은 1인당 1,049.29달러로 조사됨

- 이는 신선식품 소비액과 비교적 유사한 수준으로 판단됨
- 세부 품목별 소비액을 보자면 빵 및 시리얼류 1인당 소비액이 425.60달러로 가장 높으며, 뒤를 이어서 과자 및 스낵류, 간편식품, 소스 및 향신료, 스프레드 및 당류 순으로 조사됨

전체 프랑스 식품시장 규모에서 신선식품 시장의 비중이 64.7%에 달하는 것으로 조사됨

- 2021년 프랑스 신선식품 시장규모는 1,255억 1,000만 달러를 기록함
- 프랑스의 전체 신선식품 시장 중에서는 육류 시장의 비중이 39.5%로 가장 높게 나타났으며, 2021년 프랑스 육류 시장 규모는 전년 대비 9.1% 증가한 496억 1,000만 달러로 집계됨
- 다음으로 뒤를 이어서 프랑스 전체 신선식품 시장 중에서 유제품 및 난류, 채소류, 수산물, 과일 및 견과류, 유지류 순으로 시장규모가 큰 것으로 조사됐으며, 시장 비중은 각각 20.6%, 14.6%, 11.0%, 10.6%, 3.7%를 기록함
- 세부 시장별 성장률 현황을 보자면 신선식품 전체 세부 시장별로 모두 성장세를 나타내고 있음. 그 중에서도 특히 수산물 시장이 전년 대비 9.8% 증가세를 기록하며 가장 높은 성장률을 기록하고 있음

한편 프랑스 가공식품 시장규모는 전년 대비 9.1% 증가한 686억 5,000만 달러를 기록함

- 전체 프랑스 식품시장에서는 약 35.4%의 비중을 차지하는 것으로 나타남
- 프랑스 가공식품 시장은 빵 및 시리얼류, 과자 및 스낵류, 간편식품, 소스 및 향신료, 스프레드 및 당류 시장으로 구성되며, 세부 시장별 비중은 각각 40.6%, 34.6%, 12.6%, 6.4%, 5.8%를 기록함
- 프랑스 가공식품 세부 시장별로 성장률 현황을 보자면, 가공식품 시장에서 가장 성장률이 높게 나타난 세부 시장은 과자 및 스낵류 시장으로 전년 대비 10.5% 성장률을 기록함



표 16

프랑스 1인당 식품 소비 규모(2017-2021년)

(단위: 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
육류	657.70	695.30	669.70	697.00	758.30	3.6
유제품 및 난류	342.70	362.10	348.60	362.60	394.60	3.6
채소류	240.90	255.10	246.10	256.60	279.70	3.8
수산물	177.40	188.90	183.20	192.00	210.50	4.4
과일 및 견과류	175.30	185.70	179.20	186.80	203.70	3.8
유지류	61.45	65.14	62.91	65.67	71.65	3.9
<b>신선식품 합계</b>	<b>1655.45</b>	<b>1752.24</b>	<b>1689.71</b>	<b>1760.67</b>	<b>1918.45</b>	<b>3.8</b>
빵 및 시리얼류	378.40	397.60	380.50	393.60	425.60	3.0
과자 및 스낵류	299.10	320.60	313.00	329.90	363.50	5.0
간편식품	112.00	119.10	115.40	120.80	132.20	4.2
소스 및 향신료	57.94	61.35	59.17	61.68	67.22	3.8
스프레드 및 당류	59.77	61.19	56.96	57.55	60.77	0.4
<b>가공식품 합계</b>	<b>907.21</b>	<b>959.84</b>	<b>925.03</b>	<b>963.53</b>	<b>1049.29</b>	<b>3.7</b>
<b>전체 식품시장</b>	<b>2562.67</b>	<b>2711.95</b>	<b>2614.27</b>	<b>2724.69</b>	<b>2967.35</b>	<b>3.7</b>


자료: Statista(2022년 5월 31일 기준)

## 오프라인 식품 유통채널 규모

2021년 오프라인 유통채널 식품시장 규모는 2,346억 6,360만 유로를 기록함. 전체 오프라인 유통채널에서 현대식 유통채널이 차지하는 비중은 79.3%를 차지함. 최근 5년간 시장규모는 연평균 1.1% 증가를 나타냄

현대식 유통채널에서 하이퍼마켓의 비중이 38.5%로 가장 높으며, 매출액은 902억 3,650만 유로로 조사됨. 뒤를 이어서 슈퍼마켓, 할인점, 편의점, 포코트 리테일러 순으로 비중이 높게 나타냄. 비중은 각각 28.5%, 7.9%, 3.7%, 0.7%를 기록함

한편 2021년 기준 전통식 유통채널 매출액은 484억 9,620만 유로를 기록하며 전체 오프라인 식품시장의 20.7%의 비중을 나타냄

 표 17 프랑스 오프라인 식품 유통채널별 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 유로, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
<b>현대식 유통채널</b>	<b>178,446.6</b>	<b>179,979.1</b>	<b>180,782.8</b>	<b>186,159.0</b>	<b>186,167.4</b>	<b>1.1</b>
- 하이퍼마켓	90,661.0	89,328.4	89,519.0	89,966.6	90,236.5	-0.1
- 슈퍼마켓	60,681.6	63,523.2	63,713.7	67,409.1	66,937.3	2.5
- 할인점	17,490.4	17,087.5	17,531.8	18,373.3	18,648.9	1.6
- 편의점	7,724.2	8,171.4	8,179.6	8,891.2	8,704.5	3.0
- 포코트 리테일러	1,889.3	1,868.7	1,838.8	1,518.8	1,640.3	-3.5
<b>전통식 유통채널</b>	<b>47,125.9</b>	<b>49,717.8</b>	<b>51,109.9</b>	<b>47,685.5</b>	<b>48,496.2</b>	<b>0.7</b>
<b>합계</b>	<b>225,572.5</b>	<b>229,696.9</b>	<b>231,892.7</b>	<b>233,844.5</b>	<b>234,663.6</b>	<b>1.0</b>

자료: Euromonitor International(2022)

## 온라인 식품 유통채널 규모

온라인 식품 시장 규모는 2017년 이후 최근 5년간 연평균 16.1% 증가하여, 2021년 기준 573억 4,030만 유로를 기록함. 프랑스 소비자들이 온라인 유통채널을 이용 시, 가장 중요하게 생각하는 요소로는 상품의 다양성, 품질, 빠른 배송, 명확한 상품 설명 등인 것으로 보임

2021년 기준 프랑스 전체 온라인 식품시장의 96.9%가 전자상거래 시장이 차지했으며, 홈쇼핑 비중은 3.1%에 불과함. 2021년 프랑스 전자상거래 식품시장 규모는 전년 대비 18.3% 증가한 555억 7,770만 유로를 기록함. 이는 최근 5년간 연평균 17.3% 성장한 수치로 분석됨

- 2021년 프랑스 홈쇼핑 식품시장 규모는 전년 대비 4.1% 감소한 17억 6,260만 유로를 기록함. 이는 최근 5년간 연평균 5.2% 감소한 수치임

 표 18 프랑스 온라인 식품 유통채널별 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 유로, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
- 전자상거래	29,391.6	33,094.9	36,503.7	46,980.3	55,577.7	17.3
- 홈쇼핑	2,185.1	2,073.7	1,932.7	1,838.0	1,762.6	-5.2
합계	31,576.7	35,168.6	38,436.4	48,818.3	57,340.3	16.1

자료: Euromonitor International(2022)

## 커피 유통채널 비중

2022년 커피 제품의 유통구조는 크게 점포 기반 소매(Store-Based Retailing)과 무점포 기반 소매(Non-Store Retailing)로 분류할 수 있으며, 각각 전체 유통채널의 87.4%, 12.6%를 차지하고 있음

- 세부 유형별 유통채널 점유율은 하이퍼마켓(30.8%), 슈퍼마켓(24.6%), 식음료 담배 전문점(16.4%), 할인점(12.9%) 편의점(1.2%) 순으로 높게 나타남
- 커피 제품의 경우 주로 하이퍼마켓과 슈퍼마켓에서 주로 판매되는 것으로 조사됨

따라서 커피 제품이 대부분이 유통되고 있는 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 온라인 유통채널을 포함하여 중점적으로 분석함

 표 19 프랑스 커피 산업 유통채널별 판매 비중 추이(2017-2021년)

(단위: %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
<b>1. 점포 기반 소매</b>	<b>93.2</b>	<b>90.8</b>	<b>87.9</b>	<b>86.8</b>	<b>87.4</b>
① 식료품 소매점	92.2	89.8	87.0	86.0	86.6
- 하이퍼마켓	36.1	33.9	31.7	30.6	30.8
- 슈퍼마켓	25.4	25.3	25.5	24.9	24.6
- 식음료 담배 전문점	16.5	16.5	15.5	16.0	16.4
- 할인점	12.5	12.5	12.6	12.6	12.9
- 편의점	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2
- 현지 소형 식료품점	0.6	0.6	0.6	0.7	0.8
② 비식료품 소매점	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6
- 드러그스토어	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6
③ 자판기	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
<b>2. 무점포 기반 소매</b>	<b>6.8</b>	<b>9.2</b>	<b>12.1</b>	<b>13.2</b>	<b>12.6</b>
- 전자상거래	6.8	9.2	12.1	13.2	12.6
<b>합계</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

자료: Euromonitor International






# 02 주요 유통업체 분석

## 오프라인 유통채널: (1) 하이퍼/슈퍼마켓

코로나19로 이동에 제약이 발생하면서 하이퍼마켓을 방문하는 소비자가 감소하자 주요 하이퍼마켓 브랜드에서는 소비자의 접근성 향상을 위해서 노력하고 있음. 주요 하이퍼마켓 브랜드에서는 소비자의 접근성을 높이기 위해서 온라인 플랫폼을 활용하는 등 다양한 운영 전략을 펼치고 있는 상황으로 보임

표 21 주요 하이퍼마켓




매장명	E Leclerc	Carrefour	Intermarché
사진			
설립연도	1948년	1963년	1973년
점유율	6.6%	4.9%	6.6%

자료: Euromonitor International(2022)

프랑스 주요 슈퍼마켓 브랜드는 변화하는 소비 트렌드에 부합하기 위한 제품, 서비스를 제공하고 있음

- 프랑스 주요 슈퍼마켓 브랜드에는 Intermarché, Carrefour Market, Metro 등이 있음

표 22 주요 슈퍼마켓

매장명	Intermarché	Carrefour Market	Metro
사진			
설립연도	1973년	1963년	1964년
점유율	6.6%	4.9%	-

자료: Euromonitor International(2022)

1) 까르푸(Carrefour)

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>  - 1959년 까르푸 그룹이 설립됐으며, 1963년 첫 매장을 오픈함 - 대형 프랜차이즈 할인매장으로, 벨기에, 스페인, 이탈리아, 중국, 대만 등 여러 국가에서 매장을 운영 중임 - 현재 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 물 등 운영 중 - 2020년 11월 유기농 식품 전문 판매점인 비오세봉을 인수함
<b>업체명</b>	까르푸	
<b>연락처</b>	+33-(0)69-39-70-00	
<b>홈페이지</b>	www.carrefour.fr	<b>본사 소재지</b> 프랑스 파리  <b>매출액 및 점포 수</b> 2021년 기준 매출액: 878억 8,800만 달러 2021년 기준 점포 수: 1,319개  <b>입점 절차</b>
1) 이메일을 통한 등록 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 ② 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 사진, 할인가, 소비자가격 등 ③ 제품 경쟁력 보고서: 까르푸에 이익을 가져다줄 수 있는지를 어필한 보고서, 카탈로그  2) 문의처 - 전화: +33-(0)69-39-70-00 - 이메일: become_vendeur@carrefour.com		

2) 르플레어(E.Leclerc)

		<b>간략 소개 및 주요 이슈</b>  - 1948년 브르타뉴 지방에 설립된, 대표적인 프랑스 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드 - 2020년 하이퍼마켓 브랜드 점유율 33.9%로 1위를 기록했으며, 슈퍼마켓 브랜드도 함께 운영함 - 합리적인 가격으로 넓은 제품 카테고리를 제공하는 것이 성공 비결로 분석됨 - 프랑스 온라인 식료품 시장의 선두주자로서, 드라이브스루 시스템을 적극 활용함
<b>업체명</b>	르플레어	
<b>연락처</b>	+33-(0)9-69-32-42-52	
<b>홈페이지</b>	https://www.e.leclerc/	<b>본사 소재지</b> 프랑스 파리  <b>매출액 및 점포 수</b> 2019년 기준 매출액: 568억 7,000만 달러 2020년 기준 점포 수: 547개  <b>입점 절차</b>
1) 홈페이지를 통한 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 'Contactez-nous' 클릭 - 'Envoyez-nous un message' 통해 문의사항 등록 - 홈페이지 기입 정보: 매장명, 담당자명, 이메일, 주소, 연락처, 문의내용 등  2) 문의처 - 전화: +33-(0)9-69-32-42-52 - 각 매장마다 자체적인 판매 및 마케팅 정책을 실시하므로 입점을 희망하는 매장으로 직접 문의		

## 온라인 유통채널

2021년 기준 온라인 유통 규모는 최근 5년간 연평균 16.1% 증가한 573억 4,030만 유로를 기록함. 프랑스 식료품의 전자상거래 시장의 성장세가 눈에 띄는데, 코로나19로 기존 이용자의 로열티가 증가할 뿐만 아니라, 노년층 등 새로운 사용자의 유입으로 인해서 기존보다 크게 활성화된 것으로 분석됨. 이외에도, '드라이브' 서비스가 기타 배송 서비스의 인기 역시 성장세의 요인인 것으로 보임

- '전자상거래 침투율'이란 전체 소비 지출에서 전자상거래가 차지하는 비중을 뜻하는데, 2021년 프랑스 전자상거래 침투율은 69%에 달하는 것으로 나타남

2021년 온라인 유통업체 중에서 매출액 기준으로 1위를 차지한 기업은 아마존(Amazon)으로 매출액은 59억 270만 달러를 기록했으며, 2위를 차지한 기업은 비피(Veepee)로 매출액은 22억 7,830만 달러를 기록함



표 23

프랑스 주요 온라인 유통채널 업체

순위	업체명	2021년 매출액
1	아마존(Amazon)	59억 270만 달러
2	비피(Veepee)	22억 7,830만 달러
3	씨디스카운트(Cdiscount)	21억 2,750만 달러
4	오상(Auchan)	13억 2,810만 달러

자료: eCommerceDB

1) 아마존(Amazon France)

		<p><b>간략 소개 및 주요 이슈</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년 설립된 글로벌 최대 온라인 쇼핑 중개업 업체이며, 프랑스 시장은 2000년 진출함</li> <li>- 유럽 본사는 룩셈부르크에 위치함</li> <li>- 프랑스 내 물류센터 5개를 운영함</li> <li>- 2019년 11월 프랑스 내, 아마존 비즈니스 프라임(Business Prime)을 론칭함</li> <li>- 2019년 8월, 프랑스 디지털세 도입에 따라서 아마존 플랫폼 등록 사업자에 대한 수수료 3%를 인상함</li> </ul>
<b>업체명</b>	아마존	
<b>홈페이지</b>	www.amazon.fr	<p><b>매출액 및 점포 수</b></p> <p>2021년 기준 매출액: 878억 8,800만 달러 2021년 기준 점포 수: 3,959개(까르푸에서 운영 중인 전체 편의점 브랜드 매장 수)</p>
<b>입점 절차</b>		
<p>1) 이메일을 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소</li> <li>② 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 사진, 할인가, 소비자가격</li> <li>③ 제품 경쟁력 보고서: 제품이 까르푸에 이익이 되는지에 대한 내용, 카탈로그</li> </ol> </li> </ul> <p>2) 문의처</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화: +33-(0)69-39-70-00</li> <li>- 이메일: become_vendeur@carrefour.com</li> </ul>		

2) 씨디스카운트(Cdiscount)

		<p><b>간략 소개 및 주요 이슈</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1998년 프랑스 보르도에서 설립됐으며, 현재는 프랑스 대형 유통기업인 카지노 그룹의 자회사임</li> <li>- 온라인 플랫폼인 'C 르마르셰(C le Marché)'를 운영함</li> <li>- 일평균 약 85,000건의 거래가 발생함</li> <li>- 2017년 시로봇기업인 엑소텍솔루션즈(Exotec Solutions)의 스카이팟 로봇(Skypod Robots)을 자사 물류창고에 활용함</li> <li>- 2개의 물류센터를 운영 중이며, 프랑스 내 약 22,000여 개의 무인 배송함을 운영 중임</li> </ul>
<b>업체명</b>	씨디스카운트	
<b>홈페이지</b>	www.cdiscount.com	<p><b>매출액 및 직원 수</b></p> <p>매출액(2021년 기준): 21억 2,750만 달러 직원 수(2021년 기준): 약 2,000명</p>
<b>입점 절차</b>		
<p>1) 홈페이지를 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'DECOUVREZ NOTRE MARKETPLACE' 메뉴의 'Vendre sur Cdiscount' 클릭</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보: 공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소</li> <li>② 공급 제품 정보: 브랜드 이름, 제품 이름, 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등</li> <li>③ 참고 자료: 회사 소개서, 카탈로그</li> <li>④ 기타 서류: 신분증 사본, 은행계좌정보 등</li> </ol> </li> </ul> <p>2) 문의처</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: info.marketplace@cdiscount.com</li> </ul>		

# IV

## 통관 및 인증



# 01 통관 및 검역

## 한국 수출 통관 절차

### 출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

### 수출신고 서류 준비

- ① 정식 수출신고:
  - 목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출
- ② 목록통관:
  - 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
  - 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
  - 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음
- ③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음
  - FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
  - 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

## 한국 수출 통관 절차도



### 서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

### 수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

### 수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

### 세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
  - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

### 선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

## 프랑스 통관 절차

### 개요

프랑스는 EU 회원국으로서 기본적으로 모든 EU의 지침, 규정 및 의무를 준수함. EU는 관세동맹에도 해당되기 때문에 EU 역내로 수입되는 동일한 상품에 동일한 세율이 적용됨. 프랑스의 식품 안전 관리 기관은 DGCCRF(General Direction for Competition, Consumption and Frauds)로서, 국경 입항(국)지에 사무실을 두고 있음. 아래에서는 식품 수입 시 EU 회원국에 적용되는 공통 규정을 바탕으로 프랑스에서 별도로 시행 중인 규정을 함께 안내하고자 함

### EORI 번호

#### ① 개요

EORI(Economic Operator's Registration and Identification Number) 번호는 한국의 사업자등록번호와 유사한 것으로 EU 역내에서 관세 관련 경제주체를 효과적으로 관리하기 위해 도입한 번호임. 해당 번호를 발급받으면 EU 전역에서 생산, 수출입, 유통 등의 경제활동이 가능함. 대부분의 경우 수입자가 EORI 번호를 발급받으나, 수출자가 직접 수입통관을 진행하려는 경우에는 EORI 번호를 발급받아야 함. 프랑스에서 EORI 번호는 주로 물품 통관과 관련된 온라인 절차(전자 신고)에 사용됨. 다른 EU 회원국에서 EORI 번호를 발급받지 않은 경우에만 프랑스에서 발급받을 수 있음. 발급 여부는 [ec.europa.eu](https://ec.europa.eu)<sup>2)</sup>에서 확인할 수 있음

#### ② 발급 절차

- 온라인 서비스 SPORON EORI<sup>3)</sup>에서 신청
- 프랑스 통관 절차를 진행하는 경우 세관 사무소(the customs office)에서 발급

#### ③ 발급 형식

EU 회원국이 아닌 국가의 사업자는 “FR + 해당 국가의 두 글자 ISO 국가 코드 + 세관 번호(최초 등록 시 세관에 의해 할당됨)”

2) EORI 번호 확인

[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/eos/eori\\_validation.jsp?Screen=0&EoriNumb=&Expand=false&Lang=en&parentfolder=.%2f](https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/eos/eori_validation.jsp?Screen=0&EoriNumb=&Expand=false&Lang=en&parentfolder=.%2f)

3) 온라인 서비스 SPORON EORI

<https://www.douane.gouv.fr/service-en-ligne/demande-dautorisation-douaniere-et-fiscale-soprano>



## 프랑스 수입 통관 절차도

1. 신규 식품 허가 및 EORI 발행, 물품 관련 수출국 인증서 등 사전 준비



2. EU 역내 최초 도착 국경 검사소(BIP)에서 물품 검사

- 동물성 식품 및 공식통제를 높인 비동물성 식품의 경우 검사소에 사전 통지 필요
- 화물이 항구에 도착하기 적어도 하루 전에 국경 검사소에 통지(원본 문서로만 가능)
- 수입 식품에 대한 검사는 EU 국경 지역에 집중되어 있음



3. 수입신고

- 동물성 식품 및 공식 통제를 높인 비동물성 식품은 검사 통과 후 수입신고
- 그 외 식품은 EU 역내 도착 후 입항지 세관에서 수입통관 진행



4. 관세 납부

- 검사 통과 및 관세 납부 후 EU 전역에서 자유롭게 이동 가능
- 관세와 함께 부가가치세를 납부하며, 주류를 제외한 모든 식품의 부가가치세율은 5.5%



5. 물품 반출

- 국경 지역 검사 이후 어떤 유통 단계에서든 식품 검사 가능
- 수입 후 검사는 일반적으로 DGCCRF의 검사관이 담당

서류는 모두 프랑스어로 작성되어야 함. SAD는 EU 수입자 신고서 역할을 하며, 세관에서 제공하는 양식으로 작성할 수 있으며, 물품 특성을 포함하는 상업적/공식 문서로 대신할 수 있음. 위생 증명서(sanitary certificate)는 수출국 관할 당국이 발급한 서류를 제출하며, 식용·의약품·사료용인지 불문함

〈수입 신고 시 제출 서류〉

- SAD(Single Administrative Document)
- 상업송장(commercial invoice)
- 선하증권
- 원산지 증명서
- 위생 증명서(sanitary certificate)

# 02 인증

## 식품별 수입 요건(필수)

### 1. 개요

프랑스는 EU 회원국으로서 식품 위생 및 통제 EU 통일 규정을 준수함. 식품 관련 EU 규정에는 (EC) No. 852/2004, 853/2004, 178/2002 및 882/2002 등이 있음. 관련 규정에 대한 지침 EU 식품 위생 및 통제 지침<sup>4)</sup>에서는 식품을 동물성, 비동물성, 복합 식품 3가지로 구분하며, 모든 식품 공통 규정 및 식품별 개별 규정을 안내하고 있음

아래에서는 식품 관련 규정 및 지침을 바탕으로 안내함

### 2. 식품별 수입 요건

#### 1) 공통 규정

##### ① 식품 수입업자의 의무

- 수입한 식품이 요건을 준수하지 않는다고 판단하는 경우 해당 식품 회수 절차를 즉시 개시하고, 당국에 통지해야 함

##### ② 식품 위생 공통 요구사항<sup>5)</sup>

- EU 회원국 외 제3국의 모든 식품업자는 아래 규정을 준수해야 함

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 및 공정의 안정성 모니터링</li> <li>- 식품에 대한 미생물 관리</li> <li>- 식품에 대한 온도 관리</li> <li>- 콜드체인 유지</li> <li>- 샘플 및 분석</li> <li>- HACCP 원칙 및 절차 준수(인증 - HACCP 파트 참조)</li> <li>- 관할 당국에 등록 또는 승인된 식품 제조업자일 것</li> </ul> |
|---|

4) EU 식품 위생 및 통제 지침

[https://food.ec.europa.eu/system/files/2016-10/biosafety\\_fh\\_legis\\_guidance\\_interpretation\\_imports.pdf/](https://food.ec.europa.eu/system/files/2016-10/biosafety_fh_legis_guidance_interpretation_imports.pdf/)

5) (EC) No. 852/2004 제 3~6조 참조

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324>

## 2) 동물성 식품

## ① 정의

- 가공 여부 관계없이 동물에서 유래했거나 동물에서 유래된 식품. 여기에는 시장에서 소비를 위해 판매되는 살아있는 동물(예: 바닷가재, 살아있는 연체동물)이 포함됨

## ② EU 역내 반입 요건

- 동물성 식품은 EU 회원국이 아닌 제3국의 업체 중 EU에서 공시한 리스트의 업체만 EU로 수출이 가능함. 현재 한국은 말, 달걀, 가금류 및 유제품(발굽이 있는 포유류)의 육이 리스트에 등록되어 있음<sup>6)</sup>
- EU 역내로 수입 시 국경 지역의 지정 검사소에서 검사를 받아야 함
- 검사소에 물품이 EU 역내에 도착했다는 사전 통지를 위해 CVED(the Common Veterinary Entry Document)와 물품 관련 제3국에서 발급한 인증서(Animal Health Certificate 등)를 제출해야 함
- 리스트에 등록된 제3국에서 수출되고 검사 결과가 양호해야만 역내 반입이 가능함
- 위 절차는 식품 수입자의 의무이나 수출자는 원활한 검사 통과를 위해 서류 제공 등 협조가 필요함
- 원칙적으로 한 회원국에서 합법적으로 판매되는 제품은 EU 모든 회원국에서 판매 가능

## 3) 비동물성 식품(Food of Non-Animal Origin)

## ① 정의

- 과일, 채소, 시리얼, 음료(우유, 계란 등 동물성 제품 및 특정 우유 기반 음료가 포함하거나 이를 기반으로 제조한 음료는 제외)
- 광물성 식품(예: 소금), 향신료, 조미료 등

## ② EU 역내 반입 요건

- 동물성 식품 외의 대부분 식품은 특정 통관 장소 규제가 없으며, EU 모든 지역을 통해 반입 가능
- 특정 수입 조건, 사전 통보 요건(pre-notification requirement), 수출 당국의 인증 요건이 요구되지 않음
- 비동물성 식품은 EU 리스트에 해당하지 않더라도 EU 회원국으로 수출이 가능함
- EU에서는 비동물성 식품 중 공식적인 통제(the public controls)를 높여야 하는 목록<sup>7)</sup>을 국가와 식품별로 공시하고 있음. 해당 목록에 지정될 경우, 특정 반입 장소가 지정되고, 물품의 EU 도착과 그 특징을 사전에 통보해야 함

6) (EU) 2021/404 Annex 4, 15, 19 참조

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R0404&from=EN>

7) (EC) No. 669/2009 Annex 1 참조

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02009R0669-20191017&from=EN>

## 4) 복합 식품(Composite Products)

## ① 정의

- 비동물성 제품과 동물성 가공 제품을 모두 포함하는 식품

## ② EU 역내 반입 요건

- 복합 식품에 포함된 동물성 성분은 동물성 식품의 규정을 충족해야 함

## 신규 식품 허가(Novel Food Authorizations)(필수)

### 1. 개요

EU 내 신규 식품을 판매하기 위해서는 사전에 유럽 집행위원회(European Commission)의 신규 식품 허가(Novel Food Authorisations)를 받아야 함. 허가 신청은 온라인<sup>8)</sup>으로 진행되며, 신청부터 허가까지 최대 16개월이 소요될 수 있음

### 2. 허가 절차

1. 집행위원회에 온라인 허가 신청 온라인 허가 신청<sup>9)</sup>

- 전자 제출 시스템을 통해 제출부터 결과까지 확인 가능
- 서류는 영어로 작성하며, 그 외 언어로 제출 시 영어 번역본이 요구될 수 있음
- 권고 파일 형식은 PDF



2. 집행위원회가 EFSA(European Food Safety Authority)에 위험 평가 수행 요청

- 신규 식품이 인간의 건강에 영향을 미칠 가능성이 있는 경우에 해당



3. EFSA가 의견 채택

- EFSA가 집행위원회로부터 신청을 받은 날부터 9개월 후에 의견 채택



4. 집행위원회가 신규 식품의 시장 판매 가능 목록 업데이트 초안 제출

- 집행위원회가 EFSA의 의견이 발표된 날부터 7개월 이내 초안을 식물·동물·식품 및 사료 상임위원회에 제출



5. 목록에 대해 상임위원회 찬성 및 집행위원회 채택 후 EU 역내 판매 가능

8) European Commission - Novel Food Authorisations

[https://food.ec.europa.eu/safety/novel-food/authorisations\\_en](https://food.ec.europa.eu/safety/novel-food/authorisations_en)

전자 제출 시스템을 통해 온라인으로 신규 제품 허가를 신청할 경우 제공할 정보는 다음과 같음

- 식품명, 식품 설명
- 허가 신청인의 이름/회사명, 이메일, 전화, 웹사이트, 우편번호, 주소, 국가
- 허가 신청 담당자의 연락처
- 생산자 연락처
- 기밀성(Confidentiality) (예/아니오)
- 데이터 보호 (예/아니오)
- 사용 조건(식품 카테고리, 최대 사용 수준)
- 특정 라벨링 요구사항
- 기타 요구사항
- EU 역외 규제 상태
- 제출 서류의 요약본(Summary of the dossier)
- 적용 범위(기존 허가의 조건 변경 신청의 경우)

## HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 필수)

### 1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)와 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해섭 또는 식품안전관리인증기준이라 함

식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 하며, 국제적으로 인정받고 있는 위생관리체계임

한국에서는 식품의약품안전처 산하 공공기관인 한국식품안전관리인증원<sup>10)</sup>에서 진행하며, 아래 절차 등은 동 기관에서 제공하는 정보를 기초로 함

HACCP은 크게 식품, 축산물, 사료공장 분야로 나뉘며, 식품에 식품 제조·가공업이 포함됨. EU는 공통 식품 위생 규정을 운영하고 있으며, 해당 규정 제5조<sup>11)</sup>에서 EU 회원국이 아닌 제3국의 모든 식품제조업체는 HACCP의 원칙에 따라 제품 및 공정을 관리해야 한다고 명시하고 있음

9) 링크

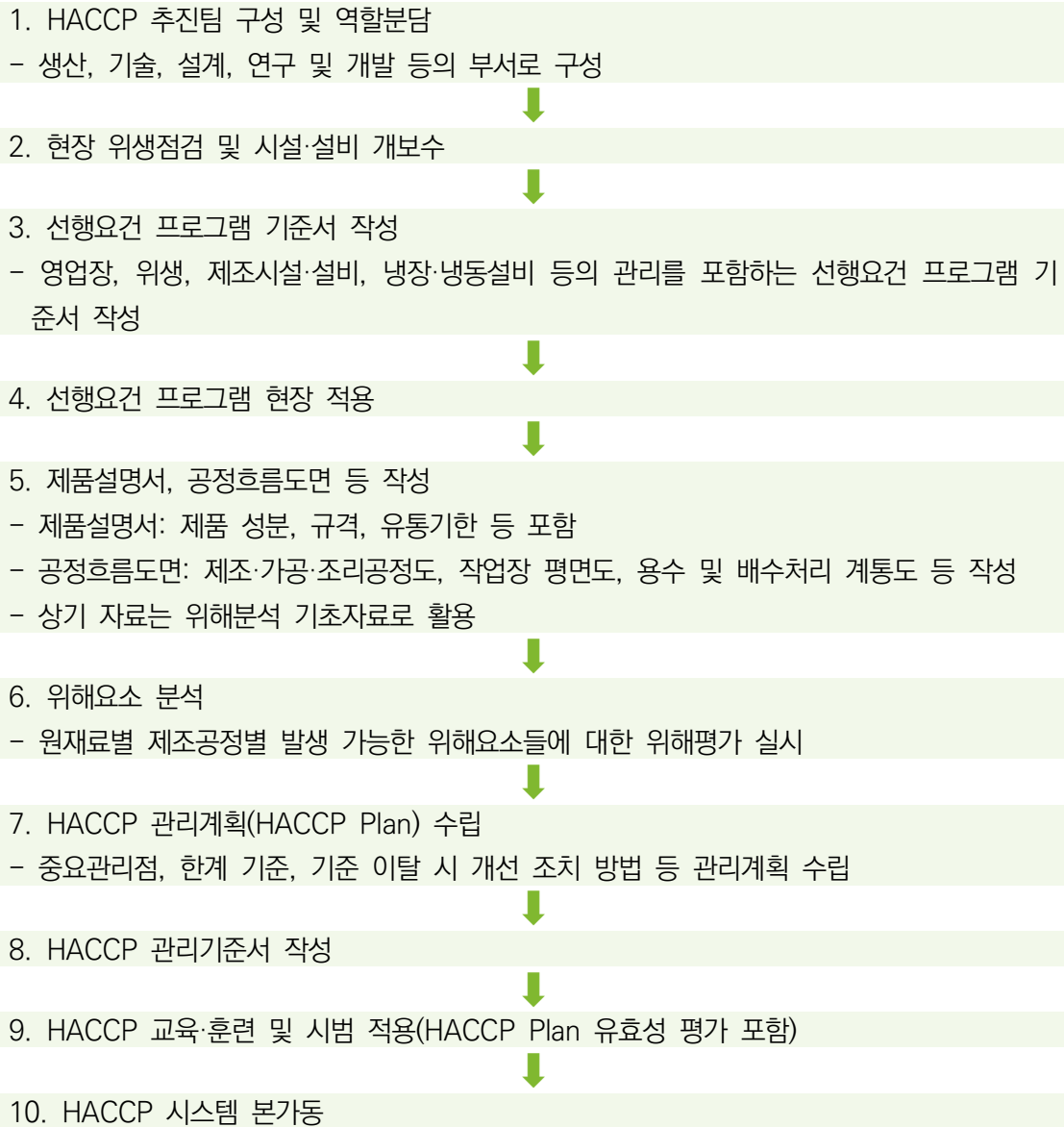
[https://food.ec.europa.eu/safety/novel-food/e-submission-accordance-new-novel-foods-regulation\\_en](https://food.ec.europa.eu/safety/novel-food/e-submission-accordance-new-novel-foods-regulation_en)

10) 한국식품안전관리인증원 <https://www.haccp.or.kr/>

11) (EC) No. 852/2004 제 5조 HACCP

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02004R0852-20210324>

## 2. 인증 절차<sup>12)</sup>



## 3. 처리 기한 및 수수료 - 한국식품안전관리인증원

### ① 처리기한

- 처리 기한: 신청서 접수 후 40일(최초 인증), 60일(연장)
- 보완: 서류 미비로 보완 시 15일 이내

### ② 수수료<sup>13)</sup>

12) 식품제조업체 HACCP 적용절차  
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5>

13) 식품 HACCP 수수료  
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/process/haccpProcess.do?tp=4>

- 수수료 부과 대상: 인증심사, 연장심사, 인증변경
- ③ 대상 업종: 전 품목, 전 업종(식품 유형별 또는 업소별 부과)
  - 인증심사: 20만 원
  - 연장심사: 20만 원
  - 인증 변경: 10만 원

#### 4. 제출 서류

- HACCP 인증 신청서<sup>14)</sup>
- 안전관리인증 계획서(HACCP Plan) 1부
- 영업등록증 사본(앞, 뒤) 1부
- 사업자등록증 사본 1부


14) 식품HACCP 인증 신청서  
<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/process/haccpProcessMinwonDetail.do?board=81&post=84395>

# 03 라벨링

## 라벨링 의무표시사항

유럽 연합(EU) 회원국인 프랑스는 2014년 시행된 EU 식품 라벨링법을 따르고 있음

해당 규정은 전반적인 식품 라벨링의 외양, 식품 광고, 영양 정보, 알레르기 항원인자, 원산지 표기 방법 등을 규정하고 있음. 라벨링 의무 표기 사항은 다음과 같음

 표 24 프랑스 라벨링 의무표시사항

- 제품명	- 보관 방법
- 제품 성분(원료) 리스트	- 회사명 및 주소
- 알레르기 항원인자	- 원산지
- 특정 성분의 함유량	- 사용법
- 제품 실 중량(Net Weight)	- 도수(알코올 도수가 1.2%를 초과하는 경우)
- 유통기한(Best Before)	- 영양 정보

자료: KATI

영양 정보의 경우 의무 기재사항 및 추가 기재사항(선택 기재사항)이 존재함

 표 25 프랑스 영양정보 기재사항

구분	표시사항
의무 기재사항	- 열량 - 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량
추가 기재사항 (선택 기재사항)	- 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 혹은 미네랄 함량

자료: KATI



# 04 위생요건

## 식품 첨가물 규정

프랑스의 커피 제품의 식품첨가물 및 유해물질은 유럽연합(EU) 규정의 음료류·커피 제품과 관련된 물질을 조사함. 관련된 식품 첨가물은 총 149건이 검색되며, 하기 표는 유럽 커피류 제품에 적용되는 식품 첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인이 가능하며, 유럽연합 집행위원회의 첨가물, 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인이 가능함

 표 26 음료류·커피 제품에 적용되는 식품 첨가물 기준

물질명	식품 유형	최대 허용량(mg/kg)
benzoic acid	커피 및 커피 추출물	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5 mg/kg
calcium benzoate	커피 및 커피 추출물	단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5 mg/kg
carbon dioxide	커피 및 커피 추출물	GMP
Decorticated grains of <i>Digitaria exilis</i> (Kippist) Stapf	커피 및 커피 추출물	모든식품에 이용 가능
helium	커피 및 커피 추출물	GMP

자료: KATI농식품수출정보

## 유해물질

음료류·커피 제품과 관련된 유해물질은 총 19건이 검색되며, 하기 표는 유럽 커피제품 관련 유해물질의 일부 기준임. 더욱 자세한 프랑스 유해물질 관련 기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인이 가능하며, 유럽연합 집행위원회의 첨가물, 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인이 가능함



표 27

## 음료류·커피 제품에 적용되는 유해물질 기준

유해물질명	식품 유형	잔류 허용기준
acrylamide	로스팅한 커피콩, 분쇄 로스팅 커피 (인스턴트 커피 제외)	400 µg/kg (로스팅된 상태)
Ochratoxin A	로스팅한 커피콩, 분쇄 로스팅 커피 (인스턴트 커피 제외)	5.0 (µg/kg)
acrylamide	로스팅한 커피콩, 분쇄 로스팅 커피 (인스턴트 커피 제외)	400 µg/kg (로스팅된 상태)
Ochratoxin A	로스팅한 커피콩, 분쇄 로스팅 커피 (인스턴트 커피 제외)	5.0 (µg/kg)
isofetamid	커피	0.05mg/kg
Thiabendazole	커피	0.05mg/kg
Tolclofos-methyl	커피	0.05mg/kg

자료: KATI농식품수출정보

V

시사점



# 01 시사점

## 프랑스 시장의 특징

지원 기업의 커피 제품은 Euromonitor International의 분류에 따라 볶은 커피 중 분쇄 원두커피로 분류됨

- 커피(100%) > 인스턴트 커피(9.8%)와 볶은 커피(90.3%) > 분쇄원두 커피(92.5%)와 원두콩 커피(7.5%)

(시장 규모) 프랑스의 커피 시장규모는 2022년 소매액 기준 49억 5,800만 유로로 전년 대비 10.8% 증가하였으며, 향후 5년간(2023-2027) 연평균 2.5% 증가할 것으로 전망됨. 전체 커피 시장에서 90.3% 비중을 차지하는 볶은 커피 시장규모는 최근 5년간 연평균 8.6% 성장률을 보이며 빠르게 성장하고 있음

- 볶은 커피 시장에서 분쇄 원두커피 시장은 연평균 7.4% 성장한 반면, 원두콩 커피시장의 연평균 성장률은 32.0%로 빠르게 성장하고 있음
- 코로나 팬데믹 이후 재택근무자 및 집에 머무는 시간이 늘어나면서 홈카페 수요 증가로 볶은 커피 수요 증가하고 있음

(수출입) 글로벌 볶은 커피 최대 수입국은 프랑스(17.5%)이며, 다음으로 미국(11.7%), 독일(6.5%), 네덜란드(5.5%), 캐나다(4.8%) 순서이며, 한국(2.6%)은 제11위임.

프랑스의 볶은 커피 수입규모는 2021년 기준 22억 3,660만 달러이며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 3.1% 성장하였음. 프랑스의 볶은 커피 수입국은 스위스(전체의 59.2% 비중), 독일(11.5%), 네덜란드(10.9%), 이탈리아(6.8%) 순서이며, 한국(0.002%)으로 부터는 4만 1,000달러로 미미한 수준임

한국의 볶은 커피 수출규모는 2021년 기준 3,44만 7,000달러로 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 6.6% 성장함. 한국은 볶은 커피를 홍콩, 몽골, 중국 등 아시아 국가로 수출하고 있으며, 프랑스 등 유럽으로 수출액은 미미한 수준임

- 한국의 볶은 커피 수출국: 홍콩(25.4%), 몽골(16.0%), 중국(11.2%), 사우디아라비아(9.8%), 말레이시아(8.5%), 프랑스(0.03%)

(트렌드) 프랑스인은 에스프레소를 즐겨 마시고, 가정에서는 원두 및 가루커피를 이용하는 경우가 많으나, 최근에는 캡슐커피 소비가 활발해져 전체 가정의 60%가 캡슐커피머신을 보유하고 있음

- 그러나 캡슐머피(포드) 용기에 대한 환경문제 우려가 대두되면서, 2017년 7월 일회용품 플라스틱 품목 판매금지와 함께 캡슐커피 용기를 친환경적으로 교체하거나 비료로 활용하는 움직임이 있음
- 프랑스에서 유통되는 커피 제품은 캡슐커피, 원두콩커피, 분쇄 원두커피 형태임
- 노천카페 위주 커피 전문점이 발달되었으나, 최근 브런치 및 베이커리를 판매하는 미국식 카페가 들어서고 있는 추세임

(유통) 프랑스 식품 소매유통채널 점유율은 하이퍼마켓/슈퍼마켓(53.8%), 온라인(19.6%), 전통식 유통채널(16.6%), 할인점(6.4%), 편의점(3.0%) 순서임. 코로나19이후 오프라인 매장 이용률이 감소하면서 온라인 매장 이용율 크게 활성화되고 있어, 하이퍼마켓/슈퍼마켓도 온오프라인 매장을 함께 운영하고 있음

- 프랑스 온라인 전자상거래는 코로나19 이후 노년층 인구의 유입으로 크게 활성화되고 있으며, 최근 5년간(2017-2021) 연평균 17.3% 성장하였음

프랑스 커피 산업의 유통채널 점유율은 하이퍼마켓(30.8%), 슈퍼마켓(24.6%), 식음료 담배전문점(16.4%), 할인점(12.9%), 편의점(1.2%) 순서로 높으며, 무점포 기반 소매형태인 전자상거래 비중이 2018년 6.8%에서 2022년 12.6%로 크게 증가함

## 통관 및 제도

(통관 및 검역) 프랑스의 식품 수입에 대한 통관은 유럽연합 관세청과 프랑스 관세청이 담당함. 한국은 비 EU 회원국으로 프랑스 관세청에 수출업체 식별번호 EORI 번호를 발급받아야 하며, 식품 수입 통관 절차 간소화(신속통관, 세관검사 면제 등)를 위한 사전 AEO 등록도 가능함

- EU 역내에서 관세 관련 경제주체를 효과적으로 관리하기 위해 도입한 EORI 번호는 통관 고유번호로 사용되며, 한국의 사업자등록번호와 유사한 제도임. EORI 번호를 부여받으면, EU 전역에서 생산, 수출입, 유통 등 경제활동이 가능함
- 통상 수입자가 EORI 번호를 발급받으나, 수출자가 직접 수입 통관을 진행하려면 프랑스 세관당국에서 EORI 번호를 발급받아야 함(신청 완료 후 최대 30일 소요)
- 수출입안전관리 우수공인업체(AEO): 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역 관련 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하여 공인한 기업
  - 프랑스는 AEO제도 시행국가로 수입통관 시 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

(인증 및 라벨링) EU는 HACCP 인증이 필수이며, 라벨링은 EU 식품 라벨링법을 따르고 있음. 식품 라벨링은 제품명, 성분 리스트 및 특정 성분의 함유량, 유효기간, 원산지, 알레르기 유발물질, 영양성분 등이 프랑스어로 기재되어야 함

(위생요건) EU 식품 첨가물 및 유해물질 관련 규정은 “음료류·커피 제품에 적용되는 식품 첨가물”과 “유해물질” 기준을 확인하는 것이 필요함

- 음료류·커피 제품에 적용되는 식품 첨가물 규정은 총149건 물질
- 음료류·커피 제품에 적용되는 유해물질 규정은 총 19건 물질

(잔류허용기준) EU는 커피의 아이소페타이드, 티아벤다졸, 톨클로포스메틸의 최대 잔류허용기준을 0.05mg/kg으로 설정하고 있음

- 한편, 한국은 해당 3가지 물질에 대한 잔류허용기준을 설정하고 있지 않고 있어, 프랑스를 비롯한 EU로 커피 제품을 수출 시 해당 물질의 잔류허용기준을 확인할 필요가 있음

## 수출 확대 방안

프랑스는 글로벌 볶은 커피 수입시장에서 최대 수입국임. 현재 프랑스는 스위스(전체의 59.2% 비중), 독일(11.5%), 네덜란드(10.9%), 이탈리아(6.8%) 등 주변 국가에서 주로 수입하고 있으며, 한국(0.002%)으로부터 수입액은 미미한 수준임

- 한국의 볶은 커피의 수입단가가 현재 프랑스로 주로 수입되는 스위스, 독일, 네덜란드, 이탈리아의 볶은 커피의 수입단가보다 저렴하여 가격 경쟁력이 있다면, 한국 볶은 커피의 수출가능성은 있을 수 있음
- 다만, 커피 글로벌 브랜드의 시장 장악력이 높기때문에 볶은 커피 시장의 주류를 공략하기 보다는 고유의 특색을 가진 맛 또는 포장 및 패키지 디자인, 인플루언서 홍보 등으로 접근하여 틈새시장을 공략하는 것이 바람직해 보임

프랑스는 최근 지속가능성, 가치소비 또는 신념 소비가 주요 구매요인이면서 웰빙 트렌드가 있음. 따라서 프랑스 소비자들의 지속가능한 소비트렌드, 웰빙 트렌드에 맞도록 친환경 포장재 등을 활용하거나 공정무역 거래 제품 이미지를 강조할 필요가 있음

프랑스는 식품 수입 통관 절차 간소화(신속통관, 세관검사 면제 등)를 위한 사전 AEO 등록제도를 시행하고 있기 때문에 이를 적극적으로 활용할 필요가 있음. 프랑스 관세당국으로부터 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 공인받은 수출입안전관리 우수공인업체가 수출·운송 등을 함으로써 수입 통관 절차를 간소화(신속통관, 세관검사 면제 등)하고, 현지 수입업체와의 협업을 통해 수출 및 제품 홍보 전략을 모색할 필요가 있음

## 참고문헌



### □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. 농식품수출정보(KATI)
4. Statista
5. en.parisinfo.com
6. boulangeries.marieblachere.com
7. auchan.fr
8. www.carrefour.fr
9. <https://www.e.leclerc/>
10. <https://www.amazon.fr/>
11. <https://www.cdiscount.com/>
12. D&B Hoovers

## 수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023. 02

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