

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 즉석 조리밥(Ready Meal)

Country : 프랑스(France)



CONTENTS

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 글로벌 수입 통계	7
3. 프랑스 수입 통계	8
4. 프랑스 시장 규모 및 성장률	9
II. 시장 트렌드	10
1. 시장 메가 트렌드	12
2. 소비 트렌드	13
3. 제품 트렌드	14
4. 정책 트렌드	15
III. 경쟁사 분석	16
1. 경쟁사 선정	17
2. 경쟁사별 현황 파악	18
IV. 경쟁제품 현지조사	23
1. 분석 제품 및 기준	25
2. 가격 정보	26
3. 포장용기 정보	27
4. 기타(성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)	28
5. 현지조사 데이터	30
V. 유통구조 현황	33
1. 현지 유통구조 map	34
2. 추천 진출 경로	35
3. 유통업체 담당자 인터뷰	36

CONTENTS

VI. 유통업체 현황	37
1. 주요 유통채널 개관	39
2. 주요 유통채널 핫이슈	40
3. 유통업체별 개요	41
- Carrefour	41
- Auchan	42
- E.lecrec	43
- Picard	44
VII. 라벨링 정보	45
1. 라벨 표기사항	47
2. 라벨링 예시	48
VIII. 식품첨가물 정보	49
1. 식품첨가물 규정	51
2. 잔류농약 규정	52



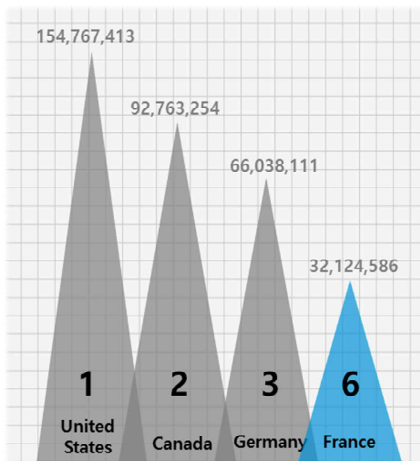
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입 통계
3. 프랑스 수입 통계
4. 프랑스 시장 규모 및 성장률

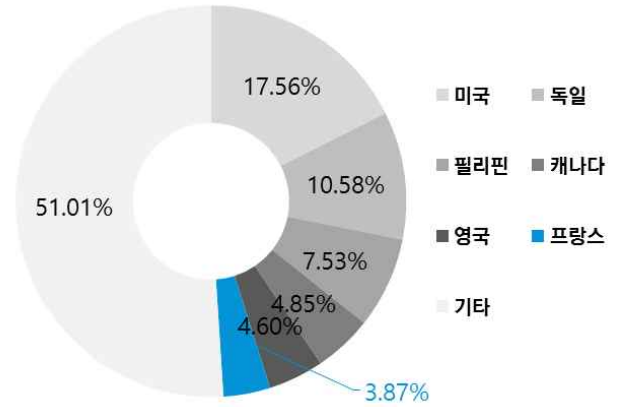
시장통계 OVERVIEW



▶ 2015년 글로벌 수입액 순위, US달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 프랑스 즉석식품 시장 규모, 백만 US달러 기준



글로벌 수입 규모 1위, 미국
프랑스, 글로벌 수입 6위
한국 수출상대국 25위
2015년 기준 시장 규모
28억 5,955만 달러

1. 통계분석 기준 설정(HS CODE)

즉석밥, HS CODE 2202.90.9100에 해당

글로벌 수입 통계 및 프랑스 수입 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘세계HS정보시스템’을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1904.90
프랑스 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1904.90.10
프랑스 시장 규모 및 성장률	Ready Meal(즉석식품)

표 1.2 프랑스 내 즉석밥 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.90	기타
	1904.90.9000	기타
프랑스	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.90	기타
	1904.90.10	쌀 소재 식품
	1904.90.80	기타

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 유럽연합 관세동맹(ec.europa.eu)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	UNI-PASS	portal.customs.go.kr
	유럽연합 관세동맹	ec.europa.eu

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입 규모 1위 국가, 미국

2015년 기준 글로벌 HS CODE 1904.90 수입 규모는 8억 7,651만 3,015 달러로 2013년부터 2015년까지 연평균성장률 -0.93%를 기록함. HS CODE 1904.90 수입 1위 국가는 미국으로, 2015년 기준 1억 5,476만 7,413 달러를 수입하였으며 2013부터 2015년까지 연평균¹⁾ 1.70% 성장함

2015년 기준 프랑스의 HS CODE 1904.90 수입액은 3,212만 4,586 달러로 2013년부터 2015년까지 연평균 -7.94%의 성장률을 보임

프랑스, 글로벌 수입 비중에서 약 3.67% 차지

2015년 기준, 프랑스의 HS CODE 1904.90 수입 비중은 전체에서 3.67%를 차지하는 것으로 파악됨. 프랑스의 수입액 순위는 글로벌 순위에서 6위에 해당하는 수치임

표 1.4 글로벌 HS CODE 1904.90 수입

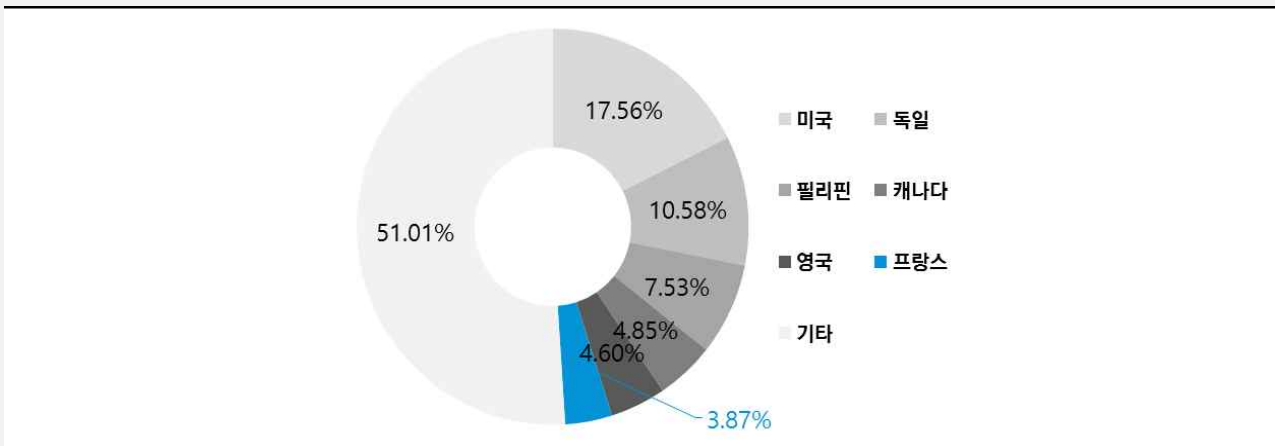
(단위: US 달러, %)

수입 국가	2013	2014	2015	연평균성장률 (2013 ~ 2015)
글로벌	901,307,587	920,613,765	876,513,015	-0.93
1 미국	147,119,971	157,001,996	154,767,413	1.70
2 캐나다	109,408,742	101,487,503	92,763,254	-5.35
3 독일	68,437,285	73,326,135	66,038,111	-1.18
4 영국	34,029,755	41,394,348	42,512,425	7.70
5 필리핀	32,061,094	27,112,062	40,313,041	7.93
6 프랑스	41,167,719	40,291,887	32,124,586	-7.94

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

표 1.5 국가별 HS CODE 1904.90 수입액 비중(2015년)

(단위: %)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

1) 2012 ~ 2014년 연평균성장률 = (최종/최초년도)^(1/년도)-1

3. 프랑스 수입통계

프랑스, HS CODE 1904.90.10 수입액 감소 추세

2015년 기준 프랑스의 HS CODE 1904.90.10 수입액은 2.319만 8.060 달러를 기록함. 2013년부터 2015년까지 프랑스의 HS CODE 1904.90.10 수입액은 연평균 -5.22%의 성장세를 기록함

프랑스의 對벨기에 수입액은 308만 9,092 달러로 전체 수입액의 13.32%의 점유율을 차지해 전체 수입액 1위를 기록함. 하지만 이탈리아, 덴마크, 스페인, 네덜란드 등 다른 수입 상위권 국가들의 점유율은 약 3%대에도 미치지 못해 전반적으로 프랑스 시장은 독점 국가 없이 경쟁이 치열한 시장인 것으로 사료됨

프랑스의 對한국 수입액은 3,843 달러로 전체 수입액의 0.02%에 그쳐 25위를 기록함

표 1.6 프랑스 HS CODE 1904.90.10 수입

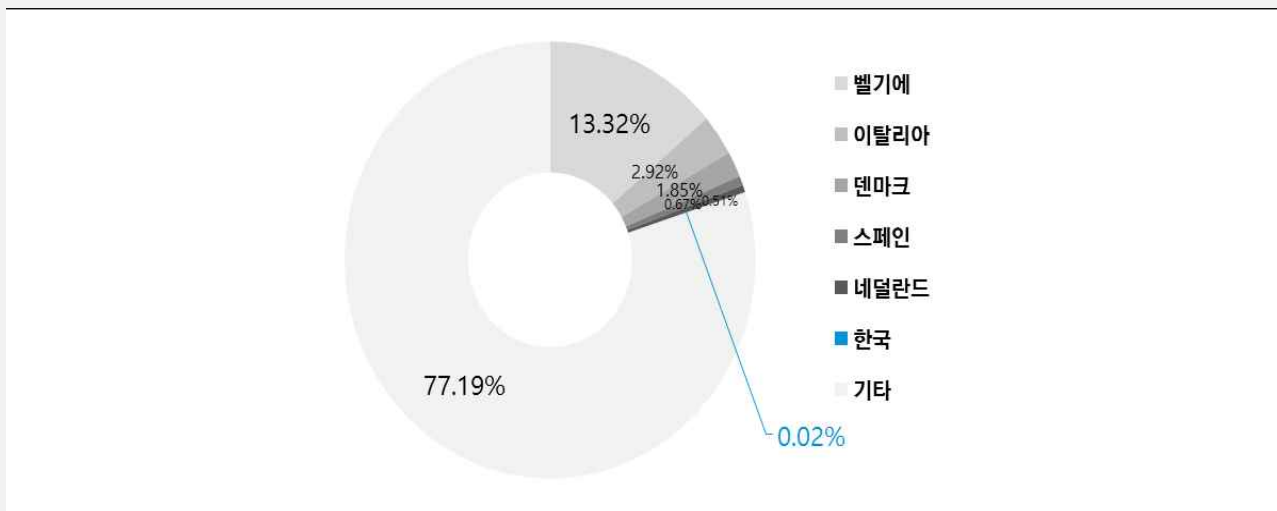
(단위: US 달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	시장점유율 (2015)
글로벌	27,250,743	27,649,038	23,198,060	100,00%
1 벨기에	1,082,848	1,165,117	3,089,092	13.32%
2 이탈리아	99,034	39,924	677,962	2.92%
3 덴마크	0	145,376	428,291	1.85%
4 스페인	326,920	572,631	155,547	0.67%
5 네덜란드	7,381	92,315	117,269	0.51%
25 한국	14,617	23,415	3,843	0.02%

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

표 1.7 프랑스 HS CODE 1904.90.10 수입액 비중(2015년)

(단위: %)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

4. 프랑스 즉석식품 시장 규모 및 성장률

프랑스 즉석식품 시장, 유럽 4위 기록

즉석식품 시장 규모(2015)

-	국가	시장 규모 (백만 달러)
1	영국	6,337
2	러시아	3,782
3	독일	3,187
4	프랑스	2,859
5	스페인	1,745

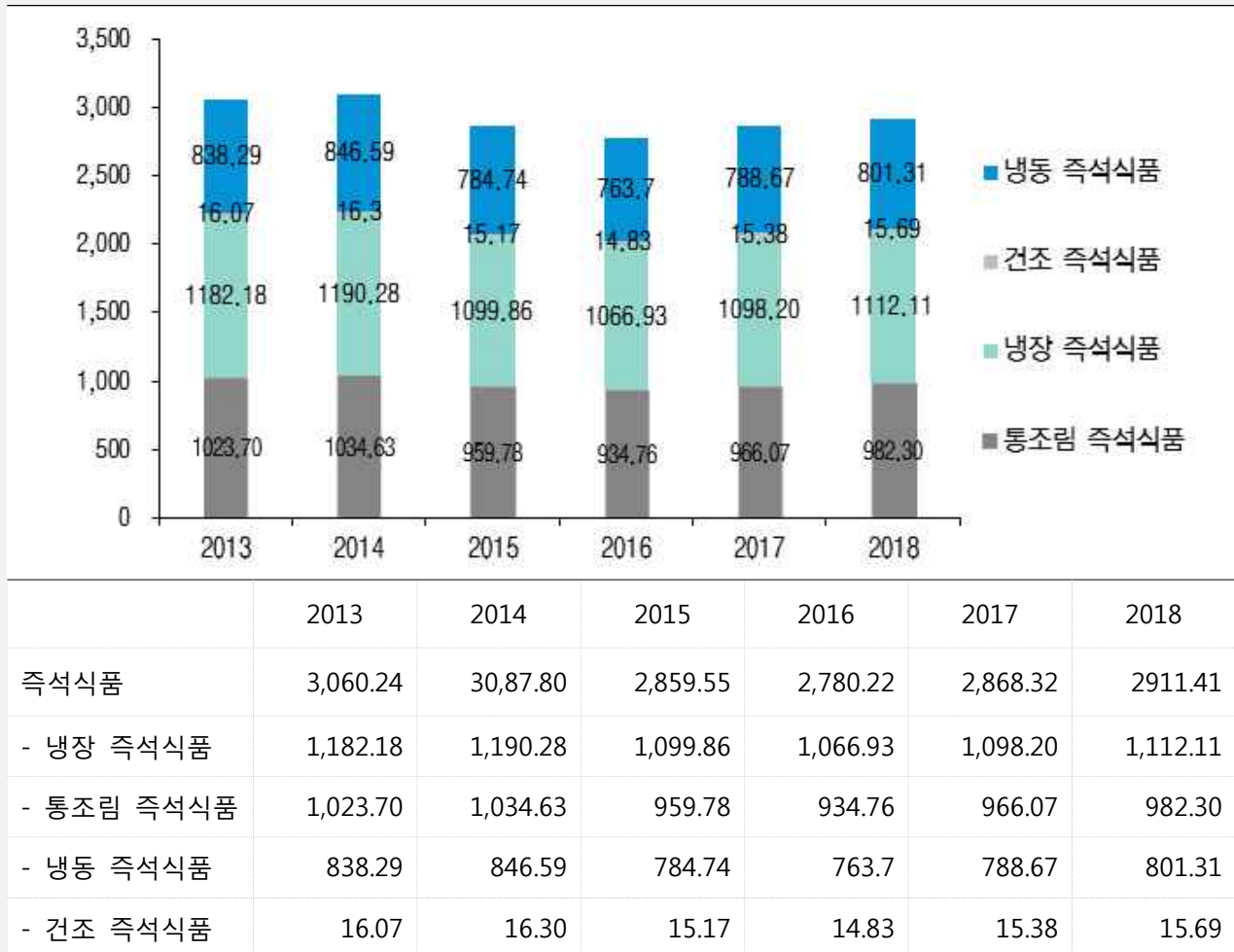
출처 : Canadean Intelligence
(intelligence.canadean.com)

글로벌 시장조사기관 캐내디언 인텔리전스(Canadean Intelligence)에 따르면 2015년 기준 프랑스의 즉석식품(Ready Meal) 시장은 약 28억 5,955만 달러를 기록해 영국과 러시아, 독일에 이어 유럽 4위를 기록함

즉석식품은 크게 통조림 즉석식품(Canned Ready Meals), 냉장 즉석식품(Chilled Ready Meals), 건조 즉석식품(Dried Ready Meals), 냉동 즉석식품(Frozen Ready Meals)로 세분됨. 프랑스 즉석식품 시장에서 냉장 즉석식품이 10억 9,986만 달러로 가장 높았으며 통조림 즉석식품이 10억 3,463만 달러, 냉동 즉석식품이 7억 8,474만 달러, 건조 즉석식품이 1,517만 달러를 기록함

표 1.8 프랑스 즉석식품 시장 규모

(단위 : 백만 US 달러)



출처 : Canadean Intelligence (intelligence.canadean.com)

※ 2016년~2018년은 전망치



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“비프버거 스캔들, 프랑스 즉석식품 시장에 악영향”

- 프랑스 즉석식품 시장은 2013년 비프버거 스캔들로 인해 큰 타격을 입었음
- 일부 즉석식품 선도업체들은 대량판매전략을 통해 겨우 회복세에 접어들었음

“실속형 소비 비중 증가”

- 저출산, 주말 요리를 선호하는 인구의 증가로 소비 패턴이 대량 구매에서 소량 구매로 변모함
- 이러한 이유로 프랑스 국민들은 제품을 구입하는데 있어 품질을 중시하게 됨

제품 트렌드

“유럽식 밥 요리, 편의식품 대부분 차지”

- 프랑스 현지 매장을 방문 조사한 결과, 판매제품들은 프랑스 또는 유럽의 전통적인 밥 요리가 대부분임
- 한편, 아시아식으로 판매되고 있는 제품은 확인할 수 없었음. 바이어들은 아시아 권역의 밥은 식당에서 조리되어 판매되는 경우가 많지 즉석밥으로 개발된 경우는 적다고 응답함

소비 트렌드

“프랑스, EU 편의식품 소비 선도”

- 2014년도 기준 프랑스는 EU 전체 편의식품 소비액의 약 26%를 차지해 가장 높은 순위를 기록함
- 가구 구성원의 감소, 노령화, 여성취업인구 증가로 편의식품시장의 전망은 밝은 편임

“전체 편의식품 중 프랑스식의 비중이 높아”

- 2013년도 편의식품 매출액을 조사한 결과, 프랑스식 편의식품의 매출액이 약 3억 2,990만 유로를 기록해 가장 높았음

정책 트렌드

“슈퍼마켓 內 유통기한 임박식품, 자선단체에 기부”

- 프랑스 상원은 대형 슈퍼마켓이 유통기한이 곧 임박한 식품을 자선단체에 반드시 기부해야만 하는 법안을 통과시킴
- 슈퍼마켓은 자선단체와 음식물 기부협약을 체결해야 하며 이를 위반할 시 최대 7만 5,000 유로의 벌금을 납부하거나 2년의 징역형을 받음

1. 시장 메가 트렌드

유럽發, '비프버거 스캔들'

프랑스 즉석식품 시장에 악영향 끼쳐

글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2015년 프랑스 즉석식품의 선도업체는 대량 판매 전략으로 2013년에 발생한 '비프버거 말고기 파동(Beef Burger Horse Meat Scandal)' 으로부터 가스로 벗어나 회복세에 접어들었²⁾

'비프버거 스캔들' 이란 2012년 영국에서 대형마트에서 판매 중인 비프버거의 패티에서 말고기가 검출되어 EU 국민들을 안전 공포증에 떨게 한 사건임. 루마니아산 말고기가 소고기로 탈바꿈되어 EU 전역에 공급된 것이 발단으로 해당 사건으로 인해 유럽내 식품 안전성 문제가 대두되었음

프랑스도 이번 스캔들로 인해 냉동 스파게티, 냉동 가공육 시장은 큰 타격을 입었음. '비프버거 스캔들' 이 영향을 주었던 2014 ~ 2015년 당시 프랑스의 냉동즉석식품 시장은 10% 이상 감소했음

연도	시장 규모 (백만 달러)
2013	838.29(▲)
2014	846.59(▲)
2015	784.74(▼)
2016	763.70(▼)
2017	788.67(▲)
2018	801.31(▲)

출처 : Canadean Intelligence
(intelligence.canadean.com)

'실속형 소비'를 추구하는 프랑스 국민들

- 대량 구매보다 소량 구매 선호, 제품 구입시 품질 중시

프랑스의 소비자들은 계속되는 경기침체로 인해 더 잘 소비하지만 더 적게 소비하는 실속형 소비를 추구하고 있는 것으로 조사됨.³⁾ 영국 시장조사기관인 칸타월드패널(Kanta World Panel)에 의하면, 계속되는 저출산으로 인한 가족 규모가 축소되고 주말 요리를 선호하는 인구가 증가해 프랑스인들의 소비패턴이 대량 구매에서 소량 구매로 변모하고 있다고 진단함. 최근 소형마트 및 생산자 직거래 사이트의 증가한 것도 소량구매의 확산에 긍정적인 영향을 주었음

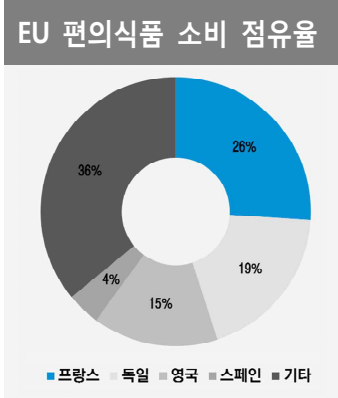
또한 프랑스 국민들이 제품을 구입하는 데에 있어 음식의 양보다 질 좋은 식재료를 선호함에 따라 구매의 우선순위에서 가격의 비중이 감소하고 있음. 칸타월드패널의 조사에 따르면 프랑스 소비자들은 식품을 구입하는 데 있어 가격보다는 식품 브랜드, 건강, 유기농 여부 등에 민감하게 반응하는 것으로 확인됨

2) Euromonitor, 'Ready Meal in France', 2015.11

2. 소비 트렌드

프랑스, EU의 편의식품 소비 주도

식품 전문 정보지인 Food For Thought가 발표한 자료에 의하면 2014년 EU의 편의식품 전체 소비의 약 60%를 프랑스와 독일, 영국이 차지함.⁴⁾ 프랑스가 전체 EU 편의식품 소비액의 26%를 차지했으며 독일이 19%, 영국이 15%를 기록함. 이외에는 스페인이 약 4%대의 점유율을 기록했으며 나머지는 36%는 기타 국가들이 점유함



출처 : Food For Thought
(www.foodforthought.com)

실제로 프랑스는 가구 구성원 수가 감소하고 있고, 계속되는 노령화와 여성 근로자의 증가로 인해 쉽게 조리할 수 있는 간편식인 냉동식품이나 즉석식품의 선호도가 증가하고 있는 추세임

한편 Food For Thought는 냉장 즉석식품과 냉동 즉석식품이 전체 EU 즉석식품 시장의 약 75%를 차지하고 있다고 발표했으며 앞으로 가장 전망이 밝은 품목으로는 캔 파스타 제품을 꼽음

프랑스 식품, 전체 즉석식품에서 매출액 최대

글로벌 컨설팅기관 ITC(International Team Consulting)가 2013년도에 1년 동안 프랑스 내 대형매장과 슈퍼마켓을 대상으로 판매된 조사한 결과, 즉석식품의 매출액은 약 7억 5,100만 유로이며 이 중 프랑스 요리가 3억 2,990만 유로로 가장 높은 비중을 차지함⁵⁾. 한국 제품이 해당되는 이국 요리의 경우 110.8만 유로로 그리 높은 비중을 차지하고 있지는 않았음

표 2.1 프랑스 즉석식품 소비액 매출

(단위 : 백만 유로, 개)

분류	매출액	판매 개수
즉석식품(Ready Meal)	751.0 백만 유로	146,099개
- 프랑스 요리(French dishes)	329.9 백만 유로	80,656개
- 세계 요리(World Food)	149.1 백만 유로	963개
- 파스타 기반 요리(Pasta Based dishes)	92.9 백만 유로	41,501개
- 이국 요리(Exoctic dishes)	110.8 백만 유로	22,979개

출처 : ITC(www.int-team.com)

3) 세계농업, '프랑스, 새롭게 떠오르는 식품 소비트렌드', 2016.03

4) FoodNavigator, 'European ready meal market dominated by France, Germany and UK', 2014.09.24

5) ITC, 'The Market for Ready Meals in France', 2015.09.10

3. 제품 트렌드

유럽식 밥 요리, 즉석밥의 대부분 차지

현지매장을 답사한 결과 판매되고 있는 즉석식품 제품들은 대부분 프랑스 또는 유럽의 전통적인 밥 요리가 대부분임. 그 종류로는 리조또(Risotto), 파예야(Paëlla), 블랑킷 도보(Blanquette de veau) 등으로 매우 다양함

한편 현지매장 답사 결과, 아시아식을 즉석밥으로 취급하고 있는 경우는 확인할 수 없었음. 즉석식품을 취급하는 수입업체들을 대상으로 인터뷰를 진행한 결과, 아시아 권역의 밥은 일부 식당에서 조리되어 판매되고 있긴 하지만 아직 즉석밥의 형태로는 보급되지 않은 상태임

표 2.2 현지 매장 답사 주요 제품

Duo de quinoa aux légumes (BJORG社)		Risotto au saumon (Weightwatcher社)	
			
인기 요인	여러 유기농 채소가 들어간 고급 즉석 조리밥으로 프랑스 유기농 인증마크인 AB인증을 취득함	인기 요인	매장 방문시 가장 많이 볼 수 있었던 Weightwatcher社 브랜드로 전자레인지를 통해 간편하게 리조또를 조리할 수 있음

출처 : 현지매장조사(프랑스 현지매장 촬영, 2016.06)

Interview Info

아시아식, 아직 즉석밥으로는 많이 판매되지 않아

“즉석밥을 판매하고 있지만 프랑스 현지인들에게는 인기가 없는 편이다. 프랑스 소비자들은 Ready Meal 제품으로 쌀을 잘 모르지 않는 편이며 그러한 류의 즉석밥 제품들은 주로 중국인이나 한국인들이 구매하는 편이다.”

-한국 및 일본 식품 수입업체 Inter-Burgo France S.A.S
Wilfrid Dupouy 인터뷰 中, 2016년 6월

“아시아의 음식들은 즉석밥류로는 아직 보급되어 있지 않는 상태이다. 아시아권역의 음식으로는 베트남이 가장 친숙하고 인기가 많다. 참고로, 프랑스의 Ready Meal은 전자레인지를 통해 먹기보다는 쌀을 봉지에 넣고 물에서 끓여 먹는 제품이 대부분이다.”

-즉석식품 수입유통업체 TOUPARGEL
구매담당자 인터뷰 中, 2016년 6월

프랑스 슈퍼마켓,

유통기한이 임박한 식품들을 자선단체에 기부하는 법안 통과

올해 2월 3일 프랑스 상원은 대형 슈퍼마켓에서 유통기한이 곧 임박한 식품을 자선단체에 기부해야 하는 법안을 통과시켰다.⁶⁾ 이번 법안 통과로 프랑스는 슈퍼마켓에서 팔리지 않은 식품의 폐기를 금지한 유일한 국가가 되었으며 식품 폐기 대신 푸드뱅크(food bank)⁷⁾에 기부협약을 체결하게 되었음

이번 법안이 적용되는 매장은 매장 규모가 400㎡ 이상인 슈퍼마켓임. 무조건적으로 해당 슈퍼마켓은 자선단체와 음식물 기부협약을 체결해야 하며 이를 위반할 경우 최대 7만 5,000유로의 벌금을 납부하거나 2년의 징역형을 받아야만 함

이번 법안을 상정한 아라쉬 데람바르쉬(Arash Derambarsh) 의원은 프랑스 일간지 인디펜던트(Independent)와의 인터뷰를 통해 “이번 법안을 EU 내의 모든 국가로 확장시키는 것이 목적이다. 음식물 쓰레기와의 싸움은 이제 시작이다. 우리는 식당, 베이커리, 학교 및 구내식당에서 배출되는 음식물쓰레기들과 싸워야만 한다.” 라고 역설함

유통기한이 비교적 짧은 냉동 또는 상온 즉석식품의 특성상 이러한 정책의 변화는 수출에 큰 영향을 끼칠 수 있으므로 유의가 필요함

6) the Guardian, 'French law forbids food waste by supermarket', 2016

7) 푸드뱅크(Food Bank) : 식품제조업체나 개인으로부터 식품을 기탁받아 이를 소외계층에 지원하는 식품지원 복지 서비스 단체



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

점유율 상위 기업 Fleury Michon, William Saurin
 온라인 스토어 확인기업 Fleury Michon, William Saurin
 현지조사 기업 Weight Watchers, BJORG

#1. Fleury Michon

기업타입	제조사	설립년도	1957년	
취급 품목 유형	냉동가공육, 냉동/냉장 즉석식품	홈페이지	www.fleurymichon.fr	
주요 제품	 <p>즉석밥 제품</p>			

#2. William Saurin

기업타입	제조사	설립년도	1987년	
취급 품목 유형	즉석식품(냉동, 캔)	홈페이지	www.william-saurin.fr	
주요 제품	 <p>즉석밥, 즉석 조리식품</p>			

#3. Weight Watchers

기업타입	제조업, 서비스업	설립년도	2010년	
취급 품목 유형	다이어트 제품 (샐러드, 간편식이요법 등)	홈페이지	www.weightwatchers.com/fr	
주요 제품	 <p>즉석밥</p>			

#4. BJORG

기업타입	제조사	설립년도	1988년	
취급 품목 유형	유기농 식품	홈페이지	www.bjorg.fr	
주요 제품	 <p>유기농 즉석밥</p>			

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

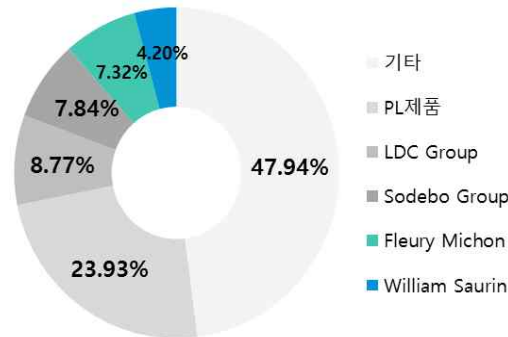
- ① 프랑스 즉석식품 시장 점유율 상위에 랭크된 기업
- ② 프랑스 온라인 스토어 내 제품 유통 중인 기업
- ③ 현지조사 시 확인된 제조 기업

시장 점유율 1, 2, 3위 기업, 라면 제품 분석

프랑스 기타의 즉석식품 시장 기업별 점유율에 따라 다양한 키워드를 통해 점유율 1, 2, 3위 기업의 판매 제품을 분석함

제품 선정기준은 온라인 스토어 내 판매되고 있는 제품 및 점유율 상위 기업의 제품을 전수 조사하여 의뢰사 제품과 동일·유사한 제품만을 분석 대상 제품으로 선정하는 것임

표 3.1 프랑스 즉석식품 시장 기업별 점유율(2014년 기준)



출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)

표 3.2 프랑스 온라인 스토어 내 유통제품 도출

키워드	plats cuisinés(Ready Meals), plats cuisinés surgelés(Frozen Ready Meal)
온라인 스토어	Amazon(www.amazon.fr) Auchan(www.auchandrive.fr) Carrefour(www.carrefour.fr)

표 3.3 프랑스 온라인 스토어 내 유통제품 도출

점유율 상위 기업	Fleury Michon, William Saurin
온라인 스토어 확인기업	Fleury Michon, William Saurin
현지조사 기업	Weight Watchers, BJORG

2. 경쟁사별 현황파악

Fleury Michon

2015년 기준 프랑스 즉석식품 점유율 7.32%를 기록해 3위에 해당되는 기업으로 프랑스의 대표적인 즉석식품 제조업체 중에 하나임. 프랑스 현지 매장 Intermarche, Monoprix을 방문할 때도 쉽게 찾아볼 수 있어 프랑스에 진출할 시 대표적인 경쟁기업이 될 것으로 판단됨

Fleury Michon는 즉석밥 홍보방안으로 페이스북, 트위터, 유튜브 등을 적극적으로 활용하고 있으며 회사 홈페이지 내 즉석식품 조리법 및 팁을 제공하고 있음

표 3.4 기업 개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	냉동가공육, 냉동즉석식품, 냉장즉석식품
설립년도	1957년
대표전화	+33 2516-63-232
이메일	-
주소	Boulevard des Chenats, 45550 Saint-Denis-de-l'Hôtel, France
홈페이지	www.fleurymichon.fr
기타 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 연 매출액 : 6억 700만 달러 - 순 이익 : 2억 3,200만 달러 - 직원 수 : 170명(본사 기준) - 자회사 : 총 8개

출처 : Fleury Michon(www.fleurymichon.fr)

표 3.5 제품 소개

즉석밥		
	les st-Jacques	Chilly Con Carne
		
	Paëlla Valenciana	Saumon à l'oseille et riz Basmati

출처 : Fleury Michon(www.fleurymichon.fr)

2. 경쟁사별 현황파악

William Saurin

2015년 기준 프랑스 즉석식품 점유율 4.20%를 기록해 4위에 해당되는 기업으로 Fleury Michon과 더불어 프랑스의 대표적인 즉석식품 제조업체 중에 하나임. 프랑스 현지 매장 Monoprix을 방문할 때도 William Saurin 회사의 즉석조리밥 제품을 확인할 수 있었음



최근 기업 이슈로는 올해 6월 쇠고기 스투 등의 즉석식품에서 미생물이 검출되어 판매회수조치를 취한 바 있음⁸⁾

표 3.6 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	즉석식품(냉동, 캔)
설립년도	1987년
대표전화	+33 76-503-293
이메일	info-wwboutique@weightwatchers
주소	65 B Rue La Fayette Paris, 75009 France
홈페이지	www.william-saurin.fr
기타 정보	- 연 매출액 : 42억 9,000만 달러(2014) - 총 자본금 : 32억 7,000만 달러(2014)

출처 : William Saurin(www.william-saurin.fr)

표 3.7 제품 소개

즉석 조리 식품	
	LES ASSIETTES BISTROT 시리즈
	
	LES BONS PLANS 시리즈

출처 : William Saurin(www.william-saurin.fr)

8) Euro Active, 'Des nanomatériaux dans la blanquette de veau', 2016.06.16

2. 경쟁사별 현황 파악

Weight Watchers

Weight Watchers는 체중 감량 프로그램 서비스업체로 전형적인 식품 제조업체로 보기에는 어려움이 있지만 Intermarche, Auchan 현지 매장 방문 시 확인이 가능했던 기업임

Weight Watchers의 제품과 다른 즉석식품 제조업체와 비교했을 때 두드러지는 차이점은 집에서 간편하게 저칼로리의 음식을 섭취할 수 있다는 점임. 즉석밥의 경우 유기농 쌀 등을 통해 칼로리가 상대적으로 낮다는 점을 강조함

표 3.8 기업개요

기업타입	제조업, 서비스업
취급 품목 유형	다이어트 제품(샐러드, 간편식이요법 등)
설립년도	2010년
대표전화	+33 76-503-293
이메일	info-wwboutique@weightwatchers
주소	-
홈페이지	www.weightwatchers.com/fr
기타 정보	- 북미 Weightwatcher의 프랑스 지사로 2010년도에 설립됨 - 온라인 쇼핑몰 운영 및 체중 다이어트 비법을 공개하고 있음

출처 : Weight Watchers(www.weightwatchers.com/fr)

표 3.9 제품 소개

즉석밥		
	Risotto au saumon	Poulet au curry & noix de coco
		
	Blanquette de Poulet	Mediterranean Gratin Tomato & Olive

출처 : Weight Watchers(www.weightwatchers.com/fr)

2. 경쟁사별 현황파악

BJORG

Carrefour 매장 방문시 확인이 가능했던 유기농 식품 제조업체로 GMO나 해충제 살포 없이 재배한 쌀로 제품을 만드는 것을 강조하고 있음. 또한 BJORG는 현재 프랑스 유기농 식품 점유율 25%를 차지하고 있는 프랑스 최대 유기농 식품 제조업체임

BJORG는 200개 이상의 제품을 취급하고 있으며 즉석식품으로도 큰 인기를 끌고 있음. 특히, 프랑스 유기농 인증인 AB 인증, CE 인증 등을 취득해 다른 경쟁업체와의 차별화를 꾀하고 있음

BJORG는 우수한 품질을 인정받아 작년에는 프랑스에서 “2015년 올해의 제품(2015 Products of The Year)” 을 수상하기도 했음

표 3.10 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	유기농 식품
설립년도	1988년
대표전화	+33 72-67-1060
이메일	franck.margerit@hautefeuille.com
주소	DISTRIBORG GROUPE - 217, chemin du Grand Revoyet, 69561 Saint Genis Laval
홈페이지	www.bjorg.fr
기타 정보	- 홈페이지에 따르면 약 20%의 프랑스 국민들은 Bjorg를 구입한 경험이 있음 - 전체 유기농 식품 시장의 25%를 차지하고 있음

출처 : Bjorg(www.bjorg.fr)

표 3.11 제품 소개

즉석밥		
	Duo de quinoa aux légumes	RIZ, SOJA LÉGUMES PRINTANIERES BIO
		
	Bjorg Perles de Blé Boulghour Légumes Bio	Bjorg Trio de blé

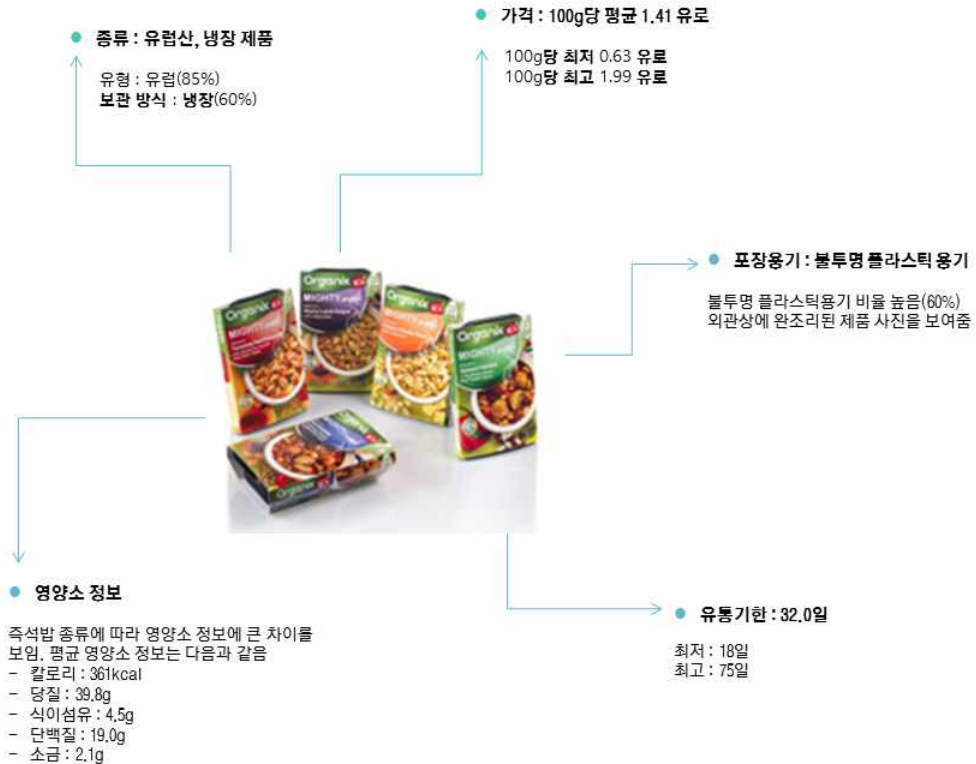
출처 : Bjorg(www.bjorg.fr)



Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기 정보
4. 기타 (성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)
5. 현지조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



분석 제품 상세

Weight Watchers		Fleury Michon	William Saurin		Picard (PB 브랜드)
Risotto au saumon	Poulet au curry & noix de coco	Chili con Carne	Paëlla	Blanquette de veau	Risotto aux cèpes

분석 지표 : 가격, 포장용기, 유통기한, 영양분, 중량

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 5개사 대표제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로, 현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

경쟁 제품



Weight Watchers社
Risotto au saumon



Weight Watchers社
Poulet au curry & noix de coco



Fleury Michon社
Chili con Carne



Fleury Michon社
Paëlla



William Saurin社
Blanquette de veau



Picard(PB 브랜드)
Risotto aux cèpes

경쟁 제품 선정

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
Carrefour	30 Avenue d'Italie 75013 Paris France	2016.06
		
Intermarche	17 Boulevard Saint-Martin	2016.06
		
Monoprix	53 Boulevard de L'Hôpital	2016.06
		
Picard	162-164 Av d'Italie 75013 PARIS	2016.06
		

출처 : 현지매장조사(Carrefour, Intermacher, Monoprix, Picard 2016.06)

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
Risotto au saumon	Weight Watchers
Poulet au curry & noix de coco	
Chili con Carne	Fleury Michon
Paëlla	
Blanquette de veau	William Saurin
Risotto aux cèpes	Picard(PB 브랜드)

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 용량, 100g당 가격 (유로), 포장형태, 영양소, 유통기한 총 5가지 항목을 분석함

2. 가격 정보

프랑스 내 유통되는 즉석밥, 100g당 가격 평균 1.42 유로

경쟁 제품들의 평균 용량은 315g으로 나타났으며, 100g당 가격은 1.42 유로로 분석됨

경쟁 제품 중 가장 많은 용량을 나타낸 것은 Paëlla 제품이었으며, 100g 당 가장 높은 가격을 보인 것은 Risotto au saumon임

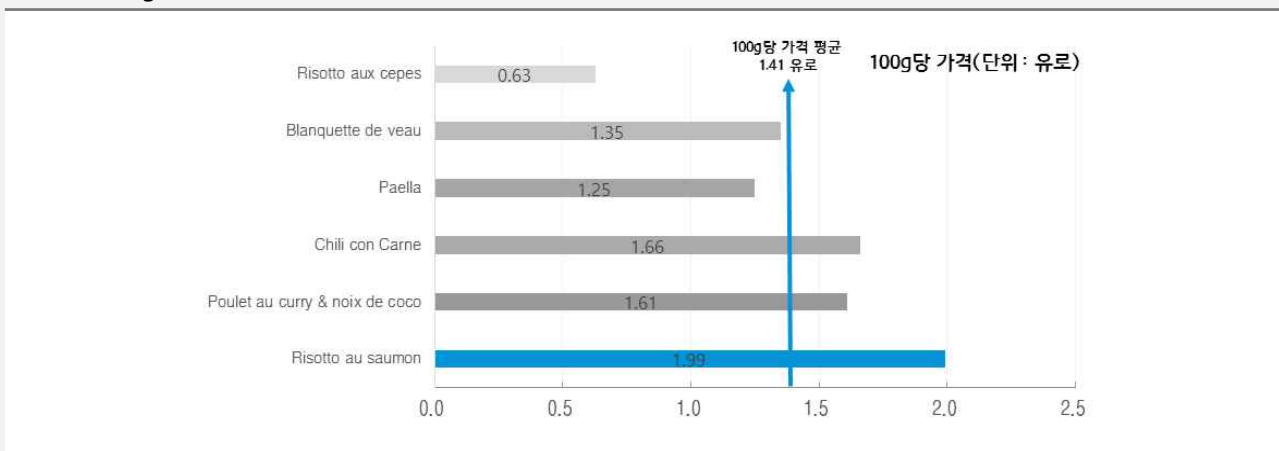
전반적으로 프랑스 즉석밥의 가격대는 300~400g 사이의 용기에서 100g당 1.2 ~ 1.9유로의 가격대를 형성하고 있음. 프랑스 시장 진출에 앞서 이러한 점을 고려해야할 것으로 보임

표 4.3 가격 비교

제품명	용량(g)	가격(유로)	100g당 가격(유로)
Risotto au saumon	290	5.77	1.99
Poulet au curry & noix de coco	300	4.82	1.61
Chili con Carne	300	4.99	1.66
Paëlla	400	4.32	1.25
Blanquette de veau	285	3.56	1.35
Risotto aux cèpes	500	3.15	0.63
평균	345	4.44	1.41

출처 : 현지매장조사(Carrefour, Intermacher, Monoprix, Picard 2016.06)

표 4.4 100g당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 현지매장조사(Carrefour, Intermacher, Monoprix, Picard 2016.06)

3. 포장용기 정보

불투명 플라스틱 용기의 사용이 많음

실제 판매 중인 경쟁 제품 6개 중 4개가 플라스틱 용기를 사용하고 있었고 1개 제품이 종이 박스, 그리고 나머지 1개 제품이 지퍼 백을 쓰고 있음. 6개 제품 모두 내부가 보이는 투명한 포장이 아니라 불투명한 포장을 택하고 있었으며 포장 겉면에 완조리된 제품 사진을 보여 주고 있음

4. 기타

유통기한 평균 32.4일

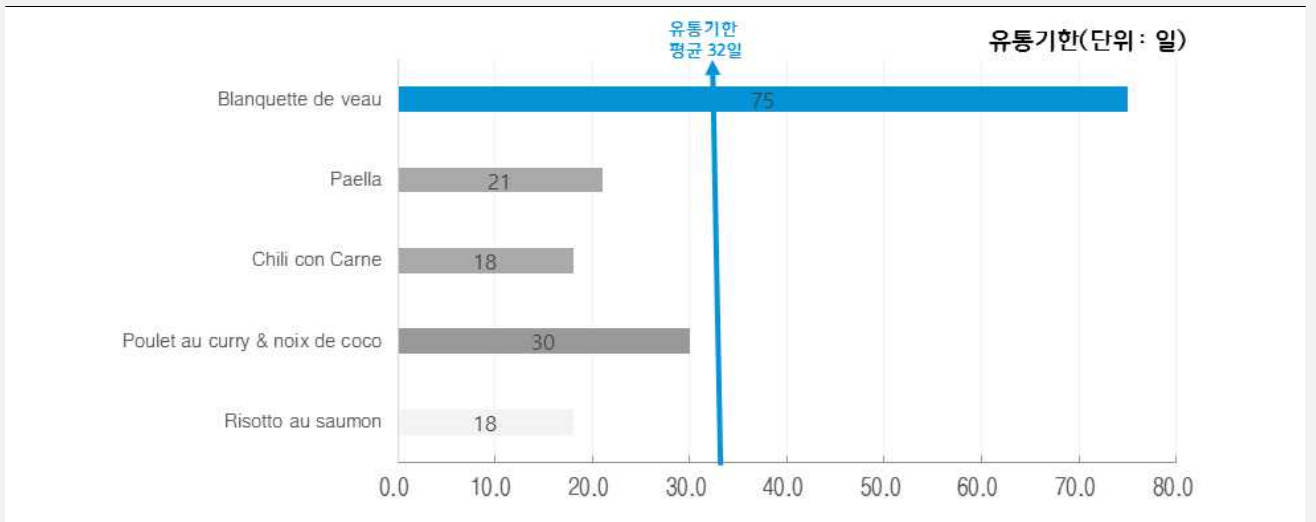
경쟁제품의 유통기한 최소 18일, 최대 75일이며 평균 유통기한은 평균 32.4일로 집계됨. 단, 냉동 즉석밥 브랜드인 Risotto aux cèpes의 경우 유통기한이 500일에 달하기 때문에 평균을 측정하는 데에는 배제함

표 4.5 패키지 샘플(경쟁제품 분석)

플라스틱 용기	종이 박스	지퍼 백
   		

출처 : 현지매장조사(Carrefour, Intermacher, Monoprix, Picard 2016.06)

표 4.6 유통기한 비교



출처 : 현지매장조사(Carrefour, Intermache, Monoprix, Picard 2016.06)

4. 기타

프랑스 즉석밥, 평균 칼로리 361kcal

경쟁사 제품의 영양소를 측정한 결과, 평균 칼로리는 약 361kcal 인 것으로 조사됨. 이외에도 당질은 39.8g, 식이섬유는 4.5g, 단백질은 19.0g, 소금은 약 2.1g에 이르는 것으로 확인되었음

프랑스 즉석밥의 경우 어떠한 요리를 기반으로 하는 지에 따라 칼로리나 영양소에서 큰 차이를 보임. 파에야(Paëlla)의 경우 육류, 해산물, 올리브 기름 등이 들어가 다른 제품 대비 칼로리가 높은 편임 한편 소고기에 계란을 넣고 익히는 블랑켓 드보(Blanquette de veau)의 경우 105kcal에 그쳤고 유통기한도 상대적으로 길었음

이외에 리조또, 카레 요리, 칠리 콘 카르네(Chili con Carne) 등의 제품의 칼로리는 200~400kcal 사이를 기록했음

표 4.7 제품별 영양소 비교

제품명	칼로리	당질	식이섬유	단백질	소금
Risotto au saumon(연어 리조또)	298kcal	38.0g	1.7g	17.0g	2.2g
Poulet au curry & noix de coco (야자 및 카레 볶음밥)	297kcal	33.0g	3.9g	20.0g	1.9g
Chili con Carne(칠리 콘 카르네)	378kcal	45.0g	7.8g	19.0g	2.3g
Paëlla(파에야)	728kcal	72.0g	4.4g	33.0g	3.1g
Blanquette de veau(블랑킷 드보)	105kcal	11.0g	N/A	6.0g	0.9g
Risotto aux cèpes(버섯 리조또)	381kcal	N/A	4.5g	9.4g	1.4g
평균	361kcal	39.8g	4.5g	19.0g	2.1g

출처 : 현지매장조사(Carrefour, Intermacher, Monoprix, Picard 2016.06)

표 4.8 제품별 요리 특징



■ 칠리 콘 카르네(Chili con Carne)
: 멕시코 가정요리로 소고기, 강낭콩, 마늘, 양파, 칠리 등을 넣고 끓인 스투 또는 밥



■ 파에야(Paëlla)
: 스페인 발렌시아 지역의 요리로 야채와 육류, 해산물을 샤프란으로 조리한 밥 음식



■ 블랑킷 드보(Blanquette de veau)
: 프랑스 부활절 요리로 소고기에 밀가루를 입혀 마늘, 계란 등을 넣고 익힌 음식

4. 기타

조사된 즉석밥 중 아시아 수입 제품 없음

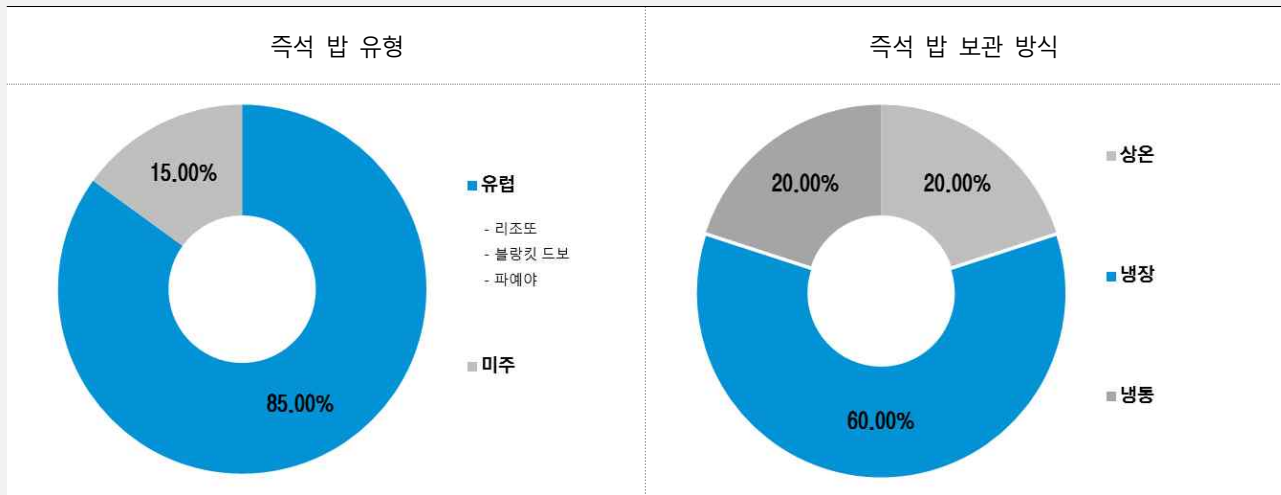
현지 제품을 20개를 조사한 결과, 조사된 즉석밥 중 아시아 수입 제품은 확인할 수 없었으며 프랑스산 제품이 대부분을 차지함. 일부 카레 제품이 유통되고 있기는 했지만 프랑스산 닭고기와 코코넛을 섞은 현지화된 제품이 대부분임

멕시코 가정요리인 칠리 콘 카르네 제품을 제외하고는 리조또, 블랑킷 드보, 퀴노아 듀오 등 프랑스식 요리가 많은 비중을 차지함

냉동보다는 냉장이 차지하는 비중이 높아

역시 현지 제품을 20개를 조사한 결과, 냉동식품보다는 냉장 또는 상온식품이 차지하는 비중이 큰 것으로 확인됨. 특히, 냉동즉석식품의 경우 냉동식품 전문유통매장인 Picard를 제외하고는 취급하고 있는 매장이 없었음

표 4.9 즉석밥 종류



출처 : 현지매장조사(Carrefour, Intermacher, Monoprix, Picard 2016.06)





5. 현지조사 데이터

제품 정보

프랑스 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품 기본 스펙 및 판매확인매장 정보를 하기와 같이 제공함

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Weight Whatchers社	
	제품명	Risotto au saumon	Poulet au curry & noix de coco
	용량(g)	290	300
	100g 당 가격(유로)	1.99	1.61
	포장형태	플라스틱 용기	플라스틱 용기
	영양소	칼로리 : 298kcal 당질 : 38g 식이섬유 : 1.7g 단백질 : 17g 소금 : 2.2g	칼로리 : 297kcal 당질 : 33g 식이섬유 : 3.9g 단백질 : 20g 소금 : 1.9g
	부재료	연어조각(8.6%), 껍질 벗긴 새우(8.6%), 생크림(4.4%), 양파, 옥수수 전분, 탈지분유, 천연 향료(생선, 우유, 셀러리)	염장한 닭고기(20.0%), 생크림(3%), 코코넛 파우더(2%), 건목이버섯, 건포도 (0.9%), 카레(0.5%), 옥수수 전분
유통기한(일)	18	30	
판매확인 매장	Intermache	Monopix	

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Fleury Michon社	
	제품명	Chili con Carne	Paëlla
	용량(g)	300	400
	100g당 가격(유로)	1.66	1.08
	포장형태	플라스틱 용기	종이 박스
	냉동/냉장여부	냉장	냉장
	영양소	칼로리 : 378kcal 당질 : 45g 식이섬유 : 7.8g 단백질 : 19g 소금 : 2.3g	칼로리 : 728kcal 당질 : 72g 식이섬유 : 4.4g 단백질 : 33g 소금 : 3.1g
	부재료	조리 쌀(30%), 강남콩(22%), 소고기(12%), 빨간 피망(12.0%), 토마토 퓨레, 양파(3.5%) 등	염장된 닭고기(21.6%), 쌀(19%), 홍합(8.7%), 오징어(6%), 빨간 피망(4.0%) 등
유통기한(일)	18	21	
판매확인 매장	Monopix	Monopix	

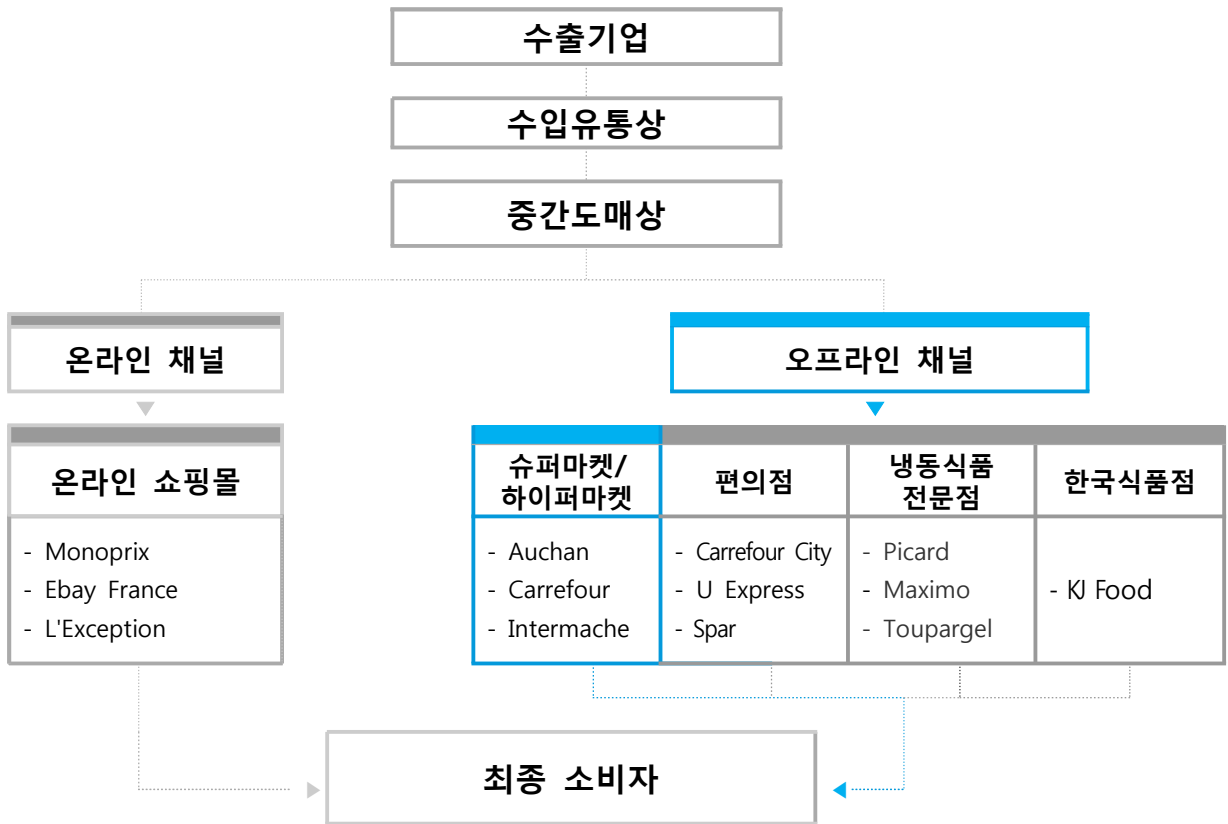
구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	William Saurin社	Picard(PB 브랜드)
	제품명	Blanquette de veau	Risotto aux cèpes
	용량(g)	285	500
	100g당 가격(유로)	1.35	0.63
	포장형태	플라스틱 용기	지퍼 백
	냉동/냉장여부	냉장	냉동
	영양소	칼로리 : 105kcal 당질 : 11g 단백질 : 6g 소금 : 0.9g	칼로리 : 381kcal 식이섬유 : 4.5g 단백질 : 9.4g 소금 : 1.4g
	부재료	소고기, 생크림, 레몬, 쌀	버섯 추출액, 식용 버섯, 치즈, 버터, 양파, 백포도주, 조리된 쌀
유통기한(일)	75	540	
판매확인 매장	Intermarche	Picard	



IV. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

1. 현지 유통구조 map



*출처 : 한국농수산물유통공사, '한국 농식품 프랑스 진출 길라잡이(2014)', 미국 농무부, 'Retail Foods Sector : France'(2012)

유통구조	특징	유통 점유율
슈퍼마켓/하이퍼마켓 ⁹⁾	- 프랑스 전체 식품 유통의 약 60% 이상을 차지하고 있음 - 최근 접근성과 소비의 효율성으로 하이퍼마켓의 비중은 감소하는 추세임	71.51%
편의점/주유소 ¹⁰⁾	- 편의성과 접근성을 기반으로 빠른 성장을 보이고 있는 채널임 - 간편함을 추구하는 소비자들의 방문 비중이 높은 편임	19.81%
식음료 전문상 ¹¹⁾	- 신선식품 전문점, 유기농식품 전문점, 냉동식품 전문점 등이 이에 해당됨 - 특정 품목의 제품을 전문적으로 취급함으로써 우수한 품질을 자랑함	4.82%
달러스 토어 및 일반 유통업체 ¹²⁾	- 1달러 미만의 저가제품 전문 취급매장을 지칭함 - 최근 대형매장의 사업확장으로 점유율이 감소 추세에 있음	1.70%
캐쉬앤캐리 및 웨어하우스 ¹³⁾	- 보통 대규모 할인매장을 지칭하며 최근 규모 및 매출이 감소하는 추세에 있음	1.08%
기타 유통채널 ¹⁴⁾	- 자동판매기, 매점, 약국, 드러그스토어 등이 이에 해당됨	1.08%

*출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com), 유통 점유율 'Prepared Meal' 품목 기준임

- 9) 슈퍼마켓/하이퍼마켓(Supermarket/Hypermarket) : 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장
- 10) 편의점/주유소(Convenience Store/Gas Station) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점을 지칭함
- 11) 식음료 전문상(Food & Beverage Specialist) : 특정 식품/음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점을 지칭함 ex) 냉동식품 전문점 등
- 12) 달러스토어 및 일반 유통업체(Dollars Store & General Retailers)
- 달러스토어 : 1달러 내외의 저가 상품을 위주로 판매하나 상품에 따라 1달러보다 비싼 제품도 판매하는 채널
- 13) 캐쉬앤캐리 및 웨어하우스(Cash and Carry & Warehouse)
- 캐쉬앤캐리 : 식자재 도매 판매점(점포형 유통), 고객이 직접 점포로 와서 식당 운영에 필요한 식자재를 구매해 가는 형태
- 웨어하우스 : 창고에 두고 대규모로 판매하는 방식의 유통채널
- 14) 기타 유통업체(Other Retailers) : 상기의 유통채널외 다른 채널들을 지칭함

2. 추천 진출 경로

프랑스 대형 마트

1. E.Leclerc



- 매장 수 : 585개 (14년)

2. Carrefour



- 매장 수 : 228개 (16년)

3. Auchan



- 매장 수 : 128개 (15년)

*출처 : 각 마트 홈페이지

ROUTE #1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

프랑스 전체 식품 유통의 약 60% 이상 차지

슈퍼마켓/하이퍼마켓은 전체 프랑스 식품 유통의 약 60% 이상을 차지하고 있는 대표적인 식품 유통 채널임.¹⁵⁾ Canadean Intelligence에서도 ‘Prepared Meal’의 유통점유율은 71.51%에 달해 참여기업의 조리밥 제품이 프랑스 내에서 가장 많이 유통되는 채널임을 짐작할 수 있음

최근 프랑스 국민들의 하이퍼마켓의 이용량이 점점 감소하고 있는 데 비해 슈퍼마켓의 수요는 꾸준히 증가하고 있음.¹⁶⁾ 이는 프랑스 국민들의 소비 방식이 접근성을 중시하고 실용성을 추구하는 방향으로 변화한 것이 주된 이유임. 최근 대형유통채널의 경우 가공식품/포장식품/냉동식품 등으로 구분해 아시아식품의 유통코너를 확장하고 있음¹⁷⁾

ROUTE #2. 편의점

편의성과 접근성을 기반으로 성장 중

Planet Retail이 발표한 ‘European Grocery Retailing’ 자료에 따르면 프랑스에서 편의점은 편의성과 우수한 접근성을 기반으로 프랑스에서 가장 빠르게 성장하고 있는 유통채널임.¹⁸⁾ Carrefour 등의 프랑스 내 유통 선도업체들도 Carrefour Express 등 편의점 브랜드로 적극적으로 사업을 확장함

ROUTE #3. 냉동식품 전문점

최근 아시아·멕시코 등 취급 품목 확대 중

유통채널이 발달한 프랑스는 품목에 따라 유통채널이 세분화되어 유기농식품 전문점, 냉동식품 전문점, 신선식품 전문점 등 식음료 전문매장이 발전함. 특히, 냉동식품 전문매장은 취급품목이 냉동식품으로 한정됨에도 불구하고 대형유통업체와 맞먹는 경쟁력을 지닌 것으로 평가받고 있음. 최근에는 취급 품목도 현지식 이외에 아시아, 멕시코식 등으로 확산하고 있는 추세임

특이사항으로 냉동식품을 집 또는 거래처까지 배달해주는 냉동식품 배달점이 존재함. 대표적인 업체로는 투파젤(Toupargel)과 막시모(Maximo)가 있음

15) 한국농수산물유통공사, ‘한국 농식품 프랑스 진출 길라잡이’, 2014.06.12

16) 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 차이점

- 슈퍼마켓(Supermarket) : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 보통 면적은 280~2,300m²임

- 하이퍼마켓(Hypermarket) : 일용잡화류외의 생활가전 등 공산품도 판매하며 가격이 저렴한 것이 특징임. 보통 면적은 2,300m² 이상임

17) 한국농수산물유통공사, ‘프랑스 유통업체 내 아시아 식품’. 2012

18) Planet Retail, ‘European Grocery Retailing’, 2014.05

3. 유통업체 담당자 인터뷰

대표 유통경로: 슈퍼마켓/하이퍼마켓

프랑스의 즉석식품 및 편의식품, 한국식품 취급 바이어들을 대상으로 인터뷰를 진행한 결과, 대부분의 현지 바이어들은 추천 유통경로로 슈퍼마켓을 꼽음

Q. 보통 즉석식품을 어디로 납품하고 있는가?

인터뷰 대상 및 일시

음료 및 한국 식품 취급
바이어 대상 인터뷰 진행
(2016년 6월 12일~6월 15일)

- 즉석식품 수입유통상
- 편의식품 음료 도매상
- 한국/일본 식품 유통상

“당사는 한국 및 일본 식품을 전문으로 취급하는 수입유통업체로 즉석식품의 주로 슈퍼마켓에 납품하고 있다.”

한국/일본식품 직수입업체 Inter-Burgo France S.A.S
Wilfrid Dupouy와의 인터뷰 中, 2016.06

“당사는 즉석식품을 주로 인근의 슈퍼마켓과 편의점에 납품하고 있다.”

즉석식품 수입유통업체 HAUDECOEUR
구매담당자와의 인터뷰 中, 2016.06

“당사의 경우 지역 내 현지 슈퍼마켓에만 유통을 하고 있다.”

즉석식품 수입유통업체 Angkor Store
구매담당자와의 인터뷰 中, 2016.06

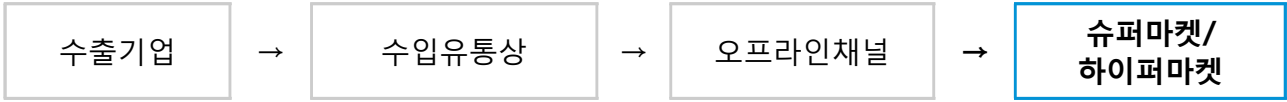


VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통업체 핫이슈
3. 유통업체별 개요
 - Carrefour
 - Auchan
 - E.lecrec
 - Picard

유통업체 현황 OVERVIEW




주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(대형 마트)

No.	유통업체	특징
1	Carrefour	까르푸는 프랑스 대형 유통업체 중 가장 큰 점유율을 가지고 있는 유통채널임. 환경 친화적인 제품과 독특한 제품들을 선발하여 매년 수상을 하고 있고, 중소기업 제품 박람회들을 개최함
2	Auchan	1961년에 사업을 시작해서 1981년 이후 국제화를 시도하여 스페인과 이탈리아와 같은 유럽에서 태국과 중국까지 진출하였음. 동유럽 지역인 러시아 루마니아, 우크라이나까지 진출함
3	E.lecrec	E.Lecrec는 프랑스 내에서 타 경쟁사와의 제품가격을 비교할 수 있는 사이트를 운영하고 있음. 이 사이트를 통해서 해당 지역 내의 경쟁사와 자사의 가격비교가 가능함
4	Monoprix	1932년에 설립된 무역 및 유통 전문 업체로 2013년 7월부터 Casino 그룹에 지분이 100% 인수되었음
5	Hyper U	System U 그룹의 대형 매장 체인으로 슈퍼마켓과 2013년 12월 31일 기준 시장점유율 10.2%로 프랑스에서 다섯 번째의 식품 소매업체로 꼽힘
6	Géant hypermarkets	Casino 그룹의 산하 대형 마트 매장으로, 단순히 매출을 올리는 데보다는 지역에 대한 이해를 바탕으로 고객을 먼저 생각하는 (People Oriented) 경영방침으로 저렴한 가격과 좋은 품질로 승부하고 있음

주요 유통업체 매장 운영현황

유통업체	유통업체	운영현황
Carrefour		까르푸는 현재 대형 마트, 슈퍼마켓에서부터 편의점까지 다양한 채널을 보유하고 있으며, 이를 통해서 소매시장에서 점유율을 점차 늘리고 있음
Auchan		오상은 전세계 16개국에서 대형 마트 매장을 운영하고 있으며, 슈퍼마켓 체인 또한, 운영하고 있음. 최근 전자상거래를 통해서 온라인으로 물품을 구매한 후 근처 매장에서 픽업을 하는 서비스를 제공하고 있음
E.lecrec		E.lecrec는 유럽 지역에 매장을 운영하고 있으며, 소매시장에서부터 여행, 자동차 임대까지 다양한 사업군을 보유하고 있음. 소매시장에서는 드라이브라는 서비스를 통해 구매는 온라인으로 하고 물품은 현장에서 픽업하는 O2O시스템을 도입하였음

1. 주요 유통채널 개관

드라이브 서비스



소비자들이 온라인으로 소비를 하고 지정된 장소에서 자동차로 픽업하는 서비스를 지칭함

* 이미지: 까르푸 드라이브 서비스

O2O 시장에 눈 뜨고 있는 프랑스 유통시장

‘O2O(Online to Offline) 시장¹⁹⁾’ 진출이 최근 프랑스 유통업체들에게 화두로 떠오르고 있음. 특히 소비자들이 온라인으로 쇼핑을 하고 쇼핑물품을 지정된 장소에 픽업하는 형태의 ‘드라이브 서비스’를 제공하려는 유통업체들이 늘어남. 2000년 Auchan이 프랑스 최초로 드라이브 서비스를 도입한 이래로 여러 하이퍼마켓 브랜드들이 드라이브 서비스를 도입하기 시작했으며 2014년 기준 프랑스에는 약 2,000개가 있는 것으로 확인되고 있음²⁰⁾

슈퍼마켓/하이퍼마켓 유통채널,

식품 유통점유율 1위... 프랑스 진출 시 고려 필수

프랑스에서 슈퍼마켓/하이퍼마켓 유통채널은 식품 유통의 중추적인 역할을 담당하고 있음. Carrefour, E.Leclerc, LesMousquetaries, Groupe Casino, Group Auchan, U 등의 대표적인 슈퍼마켓/하이퍼마켓 브랜드들이 전체 식품 시장의 약 80%를 점유하고 있음²¹⁾

시장조사기관 Canadean Intelligence에 따르면 ‘Prepared Meal’의 유통점유율은 71.51%에 달해 대부분의 식품 제품들이 슈퍼마켓/하이퍼마켓 채널을 통해 유통되고 있음. 프랑스 내 대부분의 냉동/냉장조리식품이 해당 채널을 통해 유통되고 있으므로 프랑스 진출 시 반드시 고려해야 할 유통채널임

표 5.1 유통업체 매장수 변화 추이

(단위 : 개)

구분	2012	2013	2014
하이퍼마켓(Hypermarket)	5,099	6,028	5,926
슈퍼마켓(Supermarket)	5,649	5,712	5,696
파격할인상점(Hard Discounter) ²²⁾	4,762	4,668	4,517
소형슈퍼마켓(Small Supermarket)	1,920	1,979	2,022
드라이브매장(Click & Drive)	542	1,251	2,031

출처: Nielsen(www.nielsen.com)

19) O2O(Online to Offline) : 온라인과 오프라인을 연결한 마케팅으로 상품이나 서비스를 주문하면 오프라인으로 제공되는 게 특징임

20) Ecommerce News Europe, ‘Click & Drive extremely popular in France’, 2014.04.03

21) 한국농수산식품유통공사, ‘한국 농식품 프랑스 진출 길라잡이’, 2014.06.12

22) 파격할인상점(Hard Discounter) : 대형마트보다 20~30% 더 저렴한 초저가 할인매장으로 유럽에서 강세를 보이고 있는 유통채널 중에 하나임. 대표 매장으로는 알디(Aldi), 리디(Lidi)가 있음

2. 주요 유통채널 핫이슈

애플페이



애플에서 제공하는 모바일 지불 및 디지털 지갑 서비스로 모바일 기기를 통해 POS 단말기나 iOS 앱에서 즉시 결제가 가능함

CARREFOUR

프랑스 까르푸, 애플페이 결제 도입

프랑스 대형유통시장에서 Auchan, E.Leclerc에 비해서 비교적 늦게 드라이브 서비스에 진출한 Carrefour는 2016년 6월을 기점으로 애플페이와 계약을 체결해 시장의 판도를 바꾸고자 하고 있음²³⁾

이번 계약을 통해 Carrefour는 프랑스에서 애플페이가 최초로 도입한 매장이 되었음. 올해 여름부터 본격적인 서비스가 착수될 것으로 전망되며 아이폰 6 이상 및 애플워치 소유주들은 단순 지문 등록으로 현장에서 즉시 결제가 가능함.²⁴⁾ Carrefour는 현재 Carrefour Banquet을 통해 소비자들을 관리하고 있으며 2016년 현재 약 250만 명이 가입해 있는 것으로 알려짐

AUCHAN

미디어 마케팅을 더욱 강화할 예정

프랑스의 대표적인 유통채널 브랜드인 Auchan은 자회사인 Imedia Center를 통해 매장과 온라인에서의 홍보를 강조하겠다고 발표함.²⁵⁾ Imedia Center는 Auchan Hypermarket, Auchan Drive and Web Portal, Immochan 등 모든 Auchan 유통채널에서의 마케팅을 담당하고 있음

상드링 끌리옹(Sandrine Clion) Imedia Center 운영이사는 “소비자와 Auchan간의 연계를 강화시키기 위해 매장 내 키오스크 설치, 무료 와이파이 제공, 드라이브 서비스용 온라인 쿠폰 발행 등의 마케팅을 추진할 예정이다.” 라고 밝힘

E.LECLERC

장애인 사회 참여 프로그램 진행 중

레온의 E.Leclerc 매장에서는 사회봉사단체인 ALFAEM과 함께 지역 장애인들의 생활에 도움을 주기 위한 프로그램을 진행하고 있음.²⁶⁾ E.Leclerc 매장에서는 장애인들을 임시직으로 고용해 여러 코너에서 직장 체험을 할 수 있는 기회를 제공함. 이러한 체험 프로그램을 통해 장애인들의 삶을 개선할 수 있도록 도우려는 것이 이번 프로젝트의 목적임. 이렇듯 E.Leclerc는 다년간 사회공헌활동을 진행하고 있으며, 이러한 노력들은 프랑스 소비자에게 브랜드 인식에 긍정적인 영향을 주고 있음

23) Carrefour, 'Apple Pay arrive dans les magasins Carrefour en France', 2016.06.13

24) Apple Insider, 'Apple Pay confirmed for France, Hong Kong & Switzerland in coming months'. 2016.06.14

25) European Supermarket Magazine, 'Auchan France Rolling Out Media Promotion Technology', 2016.06.23

26) ileon.com 'E. Leclerc León, implicado en la vida laboral de personas con discapacidad', 2016.06.21

3. 유통업체별 개요 – Carrefour

각종 프로모션 진행

까르푸 브랜드는 잡지형태의 전자 카탈로그를 자사의 홈페이지를 통해 매일 업로드 하고 있으며, 이를 통해 한정판 판매제품과 할인 제품들을 소개하고 있음. 소매 매장에서는 여러 중소기업의 혁신적이고 독특한 제품들을 매년 선정하여 판매하고 있음. 이런 제품의 경우, 한정판으로 판매하는 경우도 많아서 소비자들의 소비심리를 자극하는 것으로 나타남

표 6.2 매장 정보

기업 정보	매출액	2014년 기준 20억 달러	 Carrefour
	직원수	2014년 기준 6만 1,000명	
	점포수	2016년 기준 228개 매장	
	컨셉	타사와의 차별을 위해 제품의 차별화를 시도하고 있음(여러 중소기업제품 판매)	
	주소	30 Avenue d'Italie 75013 Paris France	
	전화	+33 1-45-80-87-80	
주요 판매품목		식료품 전반	
한국산 취급여부		취급 안함	
매장전경			
즉석밥 판매현황	<p style="text-align: center;">BJORG, Cereal Bio社 등 제품</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		

출처 : Carrefour(www.carrefour.fr)

표 6.3 Carrefour 전자 카탈로그



출처 : Carrefour(www.carrefour.fr)

3. 유통업체별 개요 – Auchan

온라인 마트, Drive 서비스 제공

Auchan은 드라이브 서비스를 제공하여 모바일 환경에 빠르게 적응하였으며 매장 내 멀티미디어 시설을 설치하여 온·오프라인으로 소비자들에게 양질의 서비스를 제공하고 있음

표 6.5 매장 정보

기업 정보	매출액	2013년 기준 18억 달러	
	직원수	-	
	점포수	2015년 기준 128개	
	컨셉	드라이브매장을 최초로 도입한 브랜드로 잘 활성화 되어 있음	
	주소	200 Rue De La Recherche, Villeneuve D'Ascq, 59650, France	
	전화	+33 04-4240-3730	
주요 판매품목		식품 전반, 가전제품, 전자기기 등 다양한 제품 판매	
한국산 취급여부		Mr.Min 이라는 브랜드의 한국 라면 판매(일부매장에서만 판매)	
매장전경			
즉석밥 판매현황		Mr.Min, Nissin Nouilles japonaises, Tanoshi cup nouilles 등	
			

출처 : Auchan(www.auchan.fr)

Auchan Drive 사이트



출처 : Auchan(www.auchandrive.fr)

3. 유통업체별 개요 -E.Leclerc

가격 비교 서비스 제공

E.Leclerc는 자사의 홈페이지를 통해서 근처의 매장에 있는 제품과의 가격 비교 서비스를 제공하고 있음. E.Leclerc 역시 O2O시스템을 도입해 모바일로 구매하고 현장에서 물품을 찾아가는 드라이브 서비스를 제공하고 있음

표 6.6 매장 정보

기업 정보	매출액	2014년 기준 4,575만 2천 유로	
	직원수	-	
	점포수	2014년 기준 585개	
	컨셉	매장별(경쟁사 포함) 가격비교 사이트를 운영해 수요자에게 유용한 정보 제공	
	주소	D916 60130 Saint-Just-en-chaussée	
	전화	+33 3-44-78-7811	
주요 판매품목		식품	
한국산 취급여부		취급 안함	
매장전경			
즉석밥 판매현황	Uncle Ben's, Lustucru 제품 등  		

출처 : E.Leclerc(www.e-leclerc.com)

E.Leclerc 지역별 매장 가격 비교 사이트








출처 : E.Leclerc(www.queistlemoinscher.com)

3. 유통업체별 개요 – Picard²⁷⁾

제품 조리법 설명

프랑스 최대 냉동식품 전문유통업체 Picard는 자사의 홈페이지를 통해 냉동식품 조리법을 자세히 설명하고 있음. 또한 현지 매장을 방문한 결과, 자사 PB 제품만을 냉동밥으로 판매 중임을 확인함


표 6.7 매장 정보

기업 정보	매출액	2015년 기준 16억 달러	
	직원수	2015년 기준 4,600명	
	점포수	2015년 기준 86개	
	컨셉	냉동식품전문 취급매장으로 요리법도 별도로 제공하고 있음	
	주소	37 B Rue Royale Fontainebleau, 77300 France	
	전화	+33 04 93 01 61 20	
주요 판매품목		식품	
한국산 취급여부		취급 안함	
매장전경	 		
즉석밥 판매현황	<p>Picard PB 상품만 취급하고 있었음</p>  		

출처 : Picard(www.picard.fr)

Picard 조리법

Carpaccio de mangue, crevettes, citron vert



Niveau : Très facile
Pour : 4 personnes
Préparation : 20 min
Mâtinade : 30 min

Écrivez le premier avis


Inspirer cette recette Ajouter à mes Favoris

PROVENEZ LA BONNE RECETTE À CONSCIENCE!


LES COURSES POUR CETTE RECETTE :

Personnes: 4 AJOUTER AU PANIER

Ajouter à ma liste Choisir une liste

 Mangues en tranches, importation
16 sacs de 400 g
12,22 €/kg

5.50 € Qté 2

 LA SÉLECTION DU MOIS
Queues crevette crue déco...
10 sacs de 250 g
24,89 €/kg

6.20 € Qté 1

[완조리된 사진]

[제품 재료 및 가격정보]

출처 : Picard(www.picard.fr)

27) 하이퍼마켓에 해당하는 매장은 아니지만 냉동식품 시장의 30%를 차지하고 있는 냉동식품 전문점임을 감안해 추가조사를 실시함



Ⅶ. 라벨링 정보

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

즉석밥 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 영양성분
- 구성성분
- 제조회사
- ▶ 제조공장
- 유통기한
- 보관 및 섭취 방법
- 순 중량

출처 : 현지방문조사(Carrfour, 2016.06)

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

즉석밥 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
표기 언어	반드시 프랑스로 명기할 것(제품의 경우, 국가에서 사용되는 제품명 가능)
제품명	법적인 제품의 공통 명칭을 기입해야 함
영양성분	필수표기항목(에너지 양, 지방, 탄수화물, 설탕, 지방, 소금)
구성성분	포함된 성분을 전부 명기할 것, 성분 함유량에 따라 큰 것부터 작은 순서로 표기해야 함
제조회사	제조회사 또는 EU 내 수입업체 이름과 주소
제조공장	생산 공장과 로트를 확인할 수 있는 정보를 표기해야 함
원산지	식품의 50% 이상을 차지하는 성분의 원산지가 다를 경우 성분의 원산지도 명기해야 함
유통기한	'Best Before'에 의거해 일/월/연도의 순으로 표기해야 함
보관방법	포장을 개봉한 이후 특별한 보관방법이 필요한 식품에만 해당
섭취법	별도의 섭취법에 대한 내용이 없을 경우 섭취가 어려운 식품에만 해당
기타	알레르기 유발 성분의 경우 이탤릭체나 색 글씨 변경을 권장함

1. 라벨 표기사항

프랑스어로 제작된 라벨 필수

프랑스의 식품 라벨링 규정은 Regulation(EU) No.1169/2011과 프랑스 소비자법 R 112-1 이하의 조항으로 구성됨. 식품 라벨링은 식품을 상업화하는 업체에게 그 의무와 책임이 있으며, EU 내 제조업체가 존재하지 않을 경우 그 책임은 수입업체에게 있음

본 규정에 따르면 프랑스에서 유통되는 식품들의 라벨 표기사항은 반드시 프랑스어로 기록되어야만 함. 단, 제품 이름의 경우 수출 국가에서 판매 시 사용되는 제품명도 허용됨

강화된 알레르기 유발성분 지침

새로 시행될 소비자 식품 정보 제공에 관한 규정에서는 기존의 라벨링 규정인 ‘Regulation No 2000/13/EC’ 에서 알레르기 유발성분의 범위를 가공식품에서 식당이나 카페에서 제공하는 요리까지 확대함

알레르기 유발성분에 대해서는 ‘Regulation No 1169/2011’ 의 부록 2에 기재되어 있음

표 7.1 프랑스 라벨 표기사항 상세

항목	설명
1	표기 언어 - 반드시 프랑스어로 명기할 것(제품의 경우, 국가에서 사용되는 제품명 가능)
2	제품명 - 법적인 제품의 공통 명칭을 기입해야 함
3	영양성분 - 필수표기항목(에너지 양, 지방, 탄수화물, 설탕, 지방, 소금)
4	구성성분 - 포함된 성분을 전부 명기할 것, 성분 함유량에 따라 큰 것부터 작은 순으로 표기함
5	제조회사 - 제조회사 또는 EU 내 수입업체 이름과 주소
6	생산공장 - 생산 공장과 로트를 확인할 수 있는 정보를 표기해야 함
7	원산지 - 식품의 50% 이상을 차지하는 성분의 원산지가 다를 경우 성분의 원산지도 명기해야 함
8	유통기한 - ‘Best Before’에 의거해 일/월/연도의 순으로 표기해야 함
9	보관방법 - 포장을 개봉한 이후 특별한 보관방법이 필요한 식품에만 해당
10	섭취법 - 별도의 섭취법에 대한 내용이 없을 경우 섭취가 어려운 식품에만 해당
11	기타 - 알레르기 유발 성분의 경우 이탤릭체나 색 글씨 변경을 권장함

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

2. 라벨링 예시

제조 로트
: 생산공장에 한해 발행되는 로트 정보

제품명
: 영어/프랑스어 병기

조리방법
 > 전자레인지: 2분 30초
 > 냄비: 15분

영양성분
: 필수표기항목 기재 (에너지, 지방, 탄수화물, 설탕, 지방, 소금)

구성성분
: 성분함유량에 따라 표기함

제조사명/주소

Valuers moyennes	pour 100 g	par portion (300 g)
Valuers énergetiques	99 kcal (417 kJ)	297 kcal (1250 kJ)
Matières grasses	2,8 g	8,4 g
Dont acides gras saturés	1,6 g	4,9 g
Glucides	31 g	93 g
Dont sucres	2,6 g	7,8 g
Fibres alimentaires	1,3 g	3,9 g
Protéines	6,8 g	20 g
Sel	0,64 g	1,9 g

냉장보관온도
: 0~4°C

CE 72.64.003
: 냉동조리식품에 해당되는 품질 검사

유통기한
: 'Best Before' 적용 '일/월/년' 표기

출처 : 현지방문조사(Carrfour, Intermache, 2016.06)



Ⅷ. 식품첨가물 정보

1. 식품첨가물 규정
2. 잔류농약 규정

식품첨가물 정보 OVERVIEW

프랑스 즉석밥 성분 예시



▶ 성분(예시)

바스마티(Basmati) 쌀, 대서양산 연어, 크림, 유채유, 백포도주, 버터, 쌀 전분, 레몬 주스, 심황, 피망 등등

출처 : 현지방문조사(Monoprix, 2016.06)

즉석밥 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물 기준치

제품명	성분	기준	
식품첨가물	E425 Konjac	10,000mg/kg	
	E620 Glutamic Acid		
	E621 Monosodium Glutamate		
	E622 Monopotassium Glutamate		
	E623 Calcium Digluamate		
	E624 Monoammonium Glutamate		
	E625 Magnesium Diglutamate		
	E626 Guanylic Acid		500mg/kg
	E627 Disodium Quanylate		
	E628 Dispotassium Quanylate		
	E629 Calcium Quanylate		
	E630 Inosinic Acid		
	E631 Disodium Inosinate		
	E632 Dipotassium Inosinate		
	E633 Calcium Inosinate		
E634 Calcium 5`-Ribonucleotides			
E635 Disodium 5`-Ribonucleotides			
색소	Quantum Satis	150mg/kg	
농약잔류물	Oryza glaberrima(아프리카 쌀)	0.5 mg/kg	
	Oryza sativa(하이브리드 네리카)	0.05 mg/kg	
	Oryza glaberrima(하이브리드 네리카)		
	Zizania aquatica(인디언 쌀)	20 mg/kg	

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

1. 식품첨가물 규정

프랑스, 유럽연합(EU) 식품위생 및 안전 관련 법규 제정

유럽연합(EU) 집행위원회 산하 보건 및 소비자보호총국(Directorate General for Health and Consumer Protection)은 식품첨가물에 대해 세부내용을 담은 새로운 규정 ‘Commission Regulation 1130/2011’을 제정하여 2013년 6월 1일부터 운용함

‘Commission Regulation 1130/2011’에는 유럽식품과학위원회(EU/scientific Committee on Food)와 유럽식품안전성당국(European Food Safety Authority)에 의해 승인된 식품첨가물이 기재되어 있으며, ‘Commission Regulation 1130/2011’에 기재되어 있지 않은 식품첨가물은 유럽시장에서 유통·판매에 어려움이 있음

표 8.1 곡류 또는 곡류 조제품 식품첨가물 정보

종류	성분	최대 허용치
식품첨가물	E425 Konjac	10,000mg/kg
	E620 Glutamic Acid	
	E621 Monosodium Glutamate	
	E622 Monopotassium Glutamate	
	E623 Calcium Diglutamate	
	E624 Monoammonium Glutamate	
	E625 Magnesium Diglutamate	
	E626 Guanylic Acid	500mg/kg
	E627 Disodium Quanylate	
	E628 Dispotassium Quanylate	
	E629 Calcium Quanylate	
	E630 Inosinic Acid	
	E631 Disodium Inosinate	
	E632 Dipotassium Inosinate	
	E633 Calcium Inosinate	
E634 Calcium 5`-Ribonucleotides		
E635 Disodium 5`-Ribonucleotides		
색소	Quantum Satis	150mg/kg

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

※ 자세한 식품첨가물 기준은 하기에 검색 가능함

www.webgate.ec.europa.eu/sanco_foods/main/?event=category.view&identifier=85

2. 잔류농약 규정

프랑스 잔류농약 규정

2008년 유럽연합(EU)은 식품 및 사료에 대해 잔류농약 기준을 설정하는 Regulation 396/2005에 의해 통일됨. 신선식품의 경우 378종을 설정하여 잔류농약기준을 적용하고 있으며, 가공식품의 경우 원재료인 신선식품의 잔류농약기준이 동일하게 적용됨

프랑스의 경우 쌀 유형별로 각기 다른 농약잔류물 규정이 적용되고 있음

표 8.2 프랑스 쌀 제품의 농약잔류 허용량 기준

쌀 종류	농약 종류	잔류량 기준치
아프리카인 쌀(African Rice)	Oryza glaberrima	0.5 mg/kg
하이브리드 네리카(Hybrid Nerica)	Oryza sativa	0.05 mg/kg
	Oryza glaberrima	0.05 mg/kg
인디안 쌀(Indian Rice)	Zizania aquatica	2.0 mg/kg

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

※ 자세한 잔류 농약 기준은 하기에서 검색 가능함

http://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database-redirect/index_en.htm

※ 참고 문헌

1. 'Ready Meal in France'	Euromonitor	2015. 11
2. 'Retail Food Sector : France'	미국 농무부	2012. 03
3. '한국 농식품 프랑스 진출 길라잡이'	한국농수산물유통공사	2014. 06
4. 'European Grocery Retailing'	Planet Retail	2014. 05
5. 'Regulation No 1169/2011'	유럽연합 집행위원회	2011. 12

※ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털	unipass.customs.go.kr
2. 유럽연합 관세동맹	ec.europa.eu
3. Global Trade Atlas	www.gtis.com/gta
4. Datamonitor	intelligence.canadean.com
5. Euromonitor	www.euromonitor.com
6. Food Navigator	www.foodnavigator.com
7. Guardian	www.theguardian.com
8. Fleury Michon	www.fleurymichon.kr
9. William Saurin	www.william-saurin.fr
10. Weight Watchers	www.weightwatchers.com/fr
11. Bjorg	www.bjorg.fr
12. Carrefour	www.carrefour.com
13. Auchan	www.auchan.fr
14. E.Leclerc	www.E.Leclerc.fr
15. 한국무역협회	www.kita.net