

프랑스, 식품품질인증제도 개요

김 정 섭*

EU 집행위원회 연합연구센터(Joint Research Center)는 프랑스를 비롯한 몇몇 유럽 국가들의 품질인증제도에 관한 연구 결과를 발표한 바 있다. 프랑스는 세계에서 가장 많고 복잡한 품질인증제도들을 갖고 있는 나라이다. 그 현황을 소개한다.

1. 민간부문 농식품 품질인증 체계

프랑스에서는 농식품 부문 기업들 간의 민간부문 협약들이 많이 존재한다. 그 중에서도 가장 중요한 것은 개별생산자와 마찬가지로 품질인증체계를 운용할 수 있는 생산자 단체(협동조합 등)이다. 품질인증과 관련하여 생산자 조직 간의 조정 메커니즘이 형성된 것은, 어떤 품목의 경우에는 프랑스가 최초의 사례로 기록되기도 한다. 예를 들면 *syndiats d'appellations for the AOC*나 *groupements de qualités for the labels* 같은 것들이 있다.

프랑스 와인의 경우가 가장 대표적인 사례이다. ‘샹파뉴 와인 사업자 위원회(CIVC, Interprofessional Council of the Campaign's Wine)’는 50년 동안 와인 업계의 변화하는 환경에 적응하는 법을 배워왔다. 이 조직은 와인 생산자와 상인들 간의 표준 계약을 재정의하고 품질 기준을 설정하는 방식을 끊임없이

* 한국농촌경제연구원 jskkjs@empal.com 02-3299-4252

개정해왔다. 그렇게 해서 “AOC Champagne”라는 품질보증체계를 구성하여 집단적으로 샹파뉴산 와인의 가치를 제고할 수 있었다. 여타의 와인 사업자 연합 조직들도 이 조직의 품질보증체계 모델을 거의 그대로 따르고 있다. 이러한 예들은 기업들 간의 조율에 기초하여 품질 정책을 경제적으로 운용하는 일이 얼마나 필수불가결한 일인지를 보여주는 것이다.

이러한 방식으로 프랑스의 농식품 공급사슬마다 수평적 관계와 수직적 관계가 서로 얽혀 있다. 수직적 관계의 대표적인 사례는 몇몇 품목에서 형성되어 있는 ‘사업자 연합 조직’이다. 그런 관계들이 품질보증체계 구축을 위한 조직화와 분위기 조성의 토대가 되었다. 프랑스의 대규모 소매업체들(특히, 상위 5대 기업들)이 사업자 연합 조직에 참여하는 경우는 거의 없다. 여기에서는 와인부문과 과일·채소 부문의 생산자 조직과 사업자 연합 조직을 몇 가지 소개하고, 대형 소매업체들의 품질보증체계에 대해 개관한다.

1.1. 공급사슬 조직

프랑스의 신농업농촌기본법 제1632조가 사업자 연합조직의 법률적 근거이다. 프랑스에서는 대부분의 농식품 부문에서 사업자 연합조직을 발견할 수 있다.

1.1.1. 와인

지역 수준에서 사업자 연합 조직이 가장 발전한 부문은 와인이다. 대부분의 와인 사업자 연합조직이 EU 공동시장조직(Common Market Organization)이 제공하는 ‘질적 비축(qualitative reserves)’ 규모 결정권을 갖고 있다. 그렇기 때문에 사업자 연합 조직은 지리적 기원이 표시된 와인을 취급하는 상인이나 포도 재배자들에게 영향력을 발휘할 수 있다. 프랑스 와인 부문의 대표적인 사업자 조직인 ‘샹파뉴 와인 사업자 위원회(CIVC, Interprofessionnel du vin de Champagne)’를 소개하자면 다음과 같다.

샹파뉴 와인 사업자 위원회(CIVC)

이 사업자 연합 조직은 와인 재배자들과 상인들이 원하는 정책을 수립할 책임을 진다. 특히 다음과 같은 사항들이 주요 관심사이다.

- 조직화와 관계의 투명성
- 품질에 대한 지속적인 추구
- 상파뉴 라벨의 가치 증진과 보호

CIVC의 두 명의 공동 의장이 상임위원회를 구성한다. 각 사업자 부문을 대표하는 6명이 자문위원회를 구성한다. 프랑스 농업부 장관이 지명하는 정부 위원이 CIVC 내에서 일반 대중의 권리를 대변한다. 그리고 전문가들로 구성된 다음과 같은 특별위원회들이 있다.

- 와인 및 포도주 양조학에 관한 기술 위원회
- 상파뉴 라벨과 커뮤니케이션 위원회
- 포도밭 정비 위원회
- 보건사회 위원회
- 수확 후 품질 모니터링 위원회

CIVC 내에서 의사결정을 모니터링하고 그것을 실행할 임무를 지는 백 명 정도의 상근 직원이 일하고 있다. 그들이 수행하는 경제사업 업무는 다음과 같다. 사업자 연합의 의사결정 내용을 실행하며, 생산과 시장의 투명성을 보장하는 책임을 진다. 그리고 품질을 향상하기 위해 비축한 와인을 등록하는 업무를 수행하며, 수출업체를 지원한다. 그리고 통계자료를 산출한다. 기술사업 업무도 있다. 그것은 와인용 포도 재배와 양조에 관한 실험과 연구를 수행하는 것이다. 그렇게 해서 상파뉴 지역의 사업자들에게 기술적 지원을 제공한다. 커뮤니케이션 업무는 두 가지로 나뉜다. 하나는 가치증진 업무이며 다른 하나는 상파뉴 지리적 표시를 보호하는 업무이다.

1.1.2. 과일 및 채소

(1) 생산자 조직

과일 생산자 전국 연합(FNPF, Fédération Nationale des Producteurs de Fruits)

1946년 과일 생산자들이 주도하여 창립한 FNPF의 목적은 과일 생산자들을 하나로 묶고 그 이익을 대변하며 그들의 활동을 뒷받침하는 것이다. FNPF는 프랑스의 도(département) 수준에 54개의 지부들을 갖고 있으며 품목별로는 5개의 전문화된 연합조직(가공용 체리, 스트로베리, 키위, 땅콩, 자두, 디저트용 포도)을 거느리고 있다. 이 조직의 집행위원회에는 CNJA의 두 명의 대표자와 네 명의 경제 조직 대표자가 참여한다.

채소 생산자 전국 연합(FNPL, Fédération Nationale des Producteurs de Légume)

1946년에 창립된 FNPL은 그 가입자들의 권익을 보호하고 상품을 판촉하는 것을 목적으로 한다. 신선채소 시장에서 판매되는 모든 채소 생산자들이 여기에 회원으로 가입되어 있다. 47개 도의 53개 직능조합(trade-union)들이 참여하고 있다. FNPL은 특히 다음과 같은 활동에 초점을 두고 있다.

- 비즈니스 비용(노동 비용, 에너지 비용 등) 절감
- 경영체 내 인적 자원 교육훈련
- 생산자와 공급사슬 내 기업체들의 경제적 조직화
- 시장 조직과 관리
- 상품 가치 증진(대중 판촉, 전략적 시장분할, 사업자간 협약, 소비자에게 정보 제공 등)
- 프로젝트 지원

(2) 사업자 연합 조직

유럽 공동시장조직 정책에 따라 사업자 연합 조직이 두번째로 발달한 부문이 바로 과일 및 채소 부문이다. 다음과 같은 사업자 연합 조직이 대표적이다.

과일 및 채소 사업자 연합(INTERFEL, Interprofession de la filière des Fruits et Légumes Frais)

INTERFEL은 신선 과일 및 채소 부문 생산과 유통 두 분야의 전문조직 위원회로 구성되어 있으며, 동등하게 권리를 보장하고 있다. INTERFEL은 공공 부문의 권한을 위임받은 신천 과일 및 채소 부문의 유일한 전국 수준 사업자 연합조직이다. 1996년 11월 21일 유럽연합으로부터 승인받았다.

INTERFEL의 주요 사업내용을 요약하면 다음과 같다.

- 시장 관련 지식
- 법규 관련 사업
- 상품 품질 관련 사업
- 상품 가치 증진 관련 사업

채소 및 과일 사업자 연합 기술센터(CTIFL, Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes)

CTIFL은 실험, 연구, 교육훈련 등과 관련된 프로그램을 운영하며 기술 지원을 제공한다. 이것은 과일 및 채소 공급사슬 내 기업체들의 경제적·기술적 성과를 향상시키기 위한 것이다.

1.2. 프랑스 대형 소매유통 업체들의 품질보증체계

신선 식품 부문(육류, 과일, 채소, 어류)에서 유통업체 브랜드가 발달한 것은 최근의 일이다. 유통업체 브랜드의 출현은 최근 몇 년 사이에 있었던 여러 가지 식품위생 관련 파동과 관계가 있다. 식품위생 관련 사태들이 발생하자 새로운 위생 감독 메커니즘들이 만들어졌고, 공식적인 식품 품질 정책 측면에서도 생산과 취급에 관한 규제가 더 엄격해졌다. 이와 동시에 유통 부문에서는 몇몇 유통업체들이 새로운 전략을 실행하기 시작했다. 처음에는 ‘광우병 파동’으로부터 직접 영향을 받은 육류 부문에서 유통업체들의 품질보증체계 전략이 출현하여, 나중에는 과일, 채소, 가공식품 부문으로까지 확산되었다.

이 과정은 소비자들에게 상품의 안전성과 영양학적 품질을 보증하려는 유통업체들의 바람을 반영하는 것이다. 여기에서는 프랑스의 대표적인 대형 소매유통업체인 까르푸, 르끌레르, 오상의 품질보증체계에 관해 살펴본다.

1.2.1. 까르푸의 FQC(Filière Qualité Carrfour)

1991년에 구축된 까르푸의 품질보증체제인 FQC는 다음과 같은 활동을 추구한다.

- 지역 농업이 종자와 품종을 보전하도록 촉진하기 위해 상품의 맛과 진정성을 보증한다.
- 모든 이에게 지속적이고 신뢰할 수 있는 관계 속에서 품질 좋은 상품을 공급하기 위해 공급사슬 내 주요 행위자들과 지속적인 파트너십을 유지한다.
- 생산 현장에서부터 식탁에 이르기까지 일정한 품질을 유지한다.
- 환경보호를 추구한다.

FQC가 적용되는 범위는 프랑스 국내에서와 국외로 나누어 살펴볼 수 있다. 프랑스 국내에서는 250개의 공급사슬로 연결된 3만 5000명의 생산자들이 생산하는 57 종류의 상품에 FQC가 적용된다. 전통 치즈, 육류, 와인, 과일, 채소, 유기농 과일, 유기농 채소, 어류, 패류가 대표적인 FQC 적용 상품군이다. 국제적으로는 약 350개 공급사슬에서 150 종의 상품에 FQC가 적용되고 있다.

육류 부문 FQC의 주요 내용

FQC는 프랑스 내에서 출생하고 사육되고 도축된 육류임을 보증하고 있다. 축산 경영체가 FQC의 파트너이다. 공급사슬의 여러 단계마다 독립적인 조직들이 정기적으로 품질을 관리한다. 사전경고의 원칙에 따라, 까르푸는 1995년 이후 육골분 사료 사용을 금지했다. 그리고 환경보호, 비료의 합리적 사용, 작물 윤작, 동물복지, 자연자원 보존 등이 육류 부문 FQC의 주요 관심사항이다.

과일 및 채소 부문 FQC의 주요 내용

환경을 보호하기 위한 엄격한 규정과 작업 방식에 따라 주의 깊게 재배된 과일 및 채소가 FQC 인증을 받는다. 생산의 여러 단계에 걸쳐, 필지마다 정기적인 관리가 이루어진다. FQC 인증을 받는 과일 및 채소에는 수확 후 화학 물질을 처리해서는 안 된다. 신선도와 속도를 보증하기 위해서 매장에는 1일 단위로 상품이 공급된다.

1.2.2. 르끌레르의 마끄 르페르(Marque Repère)

“Marque Repère” 표시가 부착된 상품은 소비자들이 여러번 검증한 상품이며, 독립적인 실험실에서 엄격하게 관리하는 상품이다. 경쟁 상품의 품질과 비교할 때 적어도 그 품질이 동등하거나 더 우수한 수준일 경우에 표시를 부착한다. 생산 단계에서부터 최종 포장 단계에 이르기까지, “Marque Repère” 표시 상품은 환경 보호와 관련하여 엄격한 규정에 따라 관리된다.

1.2.3. 오샹

오샹은 품질보증체계와 관련하여 고유한 브랜드를 갖고 있지 않다. 그러나 프랑스의 대형 소매유통업체들 중 오샹이야말로 유기농 상품 마케팅에 가장 많이 투자한 업체라 할 수 있다.

1.3. 민간부문 품질인증

프랑스에서는 법규에 따라 COFRAC에 등록된 민간 조직이 품질보증체계를 인증할 수 있다. 품질보증이란 구매자에게 적절한 신뢰를 제공하기 위해 수행하는 사전에 정립되고 체계적인 활동이라고 정의할 수 있다. 품질보증체계에 대한 인증은 다음과 같은 측면에서 상품에 대한 인증과는 다르다.

- 완전히 민간부문에서 진행되는 활동이다.
- 구매자 또는 주요 유통업체와 관련이 있는 것으로, 최종 소비자와 직접 관련이 있는 것은 아니다.
- 사업체와 그 환경에 대해 인증을 하는 것으로, 상품 자체에 대한 인증이

아니다.

이처럼 품질보증체계 인증과 상품에 대한 인증은 확연히 다르지만, 그 두 가지가 실은 상호보완 관계 속에 놓여 있다. 품질보증체계를 확립한 사업체는 자연스럽게 그 상품의 품질에 관심을 갖기 때문이다.

사업체에 대한 인증

사업체에 대한 인증은 주로 국제적인 수준의 규정에서 그 근거를 마련하고 있다. 즉, ISO의 규정이 그 대표적인 사례이다. ISO 인증에는 사업체의 두 가지 분야 활동에 따라 구별되는 네 가지 유형이 존재한다.

- 품질과 관련되지 않은 비용을 줄이기 위한 활동
- 안전성 측면에서의 리스크를 줄이기 위한 활동

이것이 바로 품질보증에 대한 인증이라고 부르는 이유이다. ISO 인증은 원칙적으로 경제 행위자가 신뢰할 수 있는 관계를 형성하고 협상을 더 쉽게 할 수 있도록 돕는 수단이다. 상품에 대한 인증이 최종 소비자들을 대상으로 한 것과는 다르다.

한편, 문자 그대로의 ‘농장에 대한 인증’은 존재하지 않았었다. 그런데, 프랑스에서는 ‘아그리-콘피앙스(Agri-Confiance) 프로그램’이 도입됨으로써, 농장에 대한 인증이 가능해졌다. 농장을 인증함에 있어 일반 기업을 인증하는데 사용되는 국제적인 기준들을 그대로 적용하는 것은 불가능한 일이다. 그래서 아그리-콘피앙스 프로그램은 협동조합에 소속된 농장들만 획득할 수 있도록 하고 있다.

아그리-콘피앙스 프로그램

1992년 CFCA가 확장한 아그리-콘피앙스 프로그램의 목적은 농산물 공급사슬의 초기 단계에 초점을 둔 품질보증체계를 개발하고 확립하는 데 있다. 그

리고 그것은 농업협동조합 고유의 품질보증체계이다. 이 프로그램은 농업인들과 그들이 소속된 협동조합 사이의 협약에 기초하여 운영된다. 1996년 이후 아그리-콘피앙스는 환경적인 문제에도 관심을 두고 개정되기 시작했다.

2005년 현재 아그리-콘피앙스 프로그램 운용 현황을 요약하면 다음과 같다.

- 10개 지역, 4000 명의 생산자들을 인증했다.
- 66개 지역, 8500명의 생산자들이 인증을 받기 위한 과정을 시작했다.
- 67개 지역이 시작 단계에 들어갔다.

현재 150개가 넘는 협동조합들이 아그리-콘피앙스 프로그램을 시작했다. 이는 프랑스 농업인구의 거의 3%에 달하는 3만 5000명의 생산자들을 포함하는 것이다.

품목 부문별로 살펴본다면, 가공 과일·채소 그리고 포아그라(foie gras) 부문의 아그리-콘피앙스 프로그램 적용 비중이 29%로 가장 크다. 그 다음으로는 육류 14%, 곡물 13%의 순이며, 과일 및 채소 부문의 아그리-콘피앙스 프로그램 적용 비중은 7%이다. 우유 부문 또한 최근 그 비중이 11%로까지 상승했으며, 가금류 또한 8%까지 증가했다. 그러나 와인 부문, 설탕 부문, 임산물 부문은 각각 4%, 3%, 8%에 머물면서 그다지 증가하지 않고 있다.

2. 품질 보증 및 표시 체계를 관장하는 프랑스의 공적 제도

2.1. 표준화

프랑스의 관련 법규(Décret n°84-74 du 26 janvier 1984)에 따르면 ‘표준화란 품질 관련 정책과 원산지 관련 정책을 보완하기 위한 수단으로서, 농산물의 외관에 표시를 함으로써 시장의 투명성을 증진하는 필수적인 수단’이라고 정의된다.

표준화 정책의 목적은 다음과 같다.

- 집단적인 규칙을 정교화하고 적용함으로써 그리고 거래의 장애물을 제거함으로써 생산자, 유통자, 소비자 간의 파트너십을 발전시킨다.
- 상품, 재화, 서비스의 품질을 형성하고 차별화한다.
- 소비자를 보호한다.

표준화의 세 가지 원칙은 다음과 같다.

- 대중들이 상품 표준에 접근할 수 있어야 한다. 많은 사람들이 표준을 활용할 수 있을만큼 효율적이어야 한다. 경제 생활을 영위하는 파트너들 사이의 계약 관계를 단순화하고 명료화하는 논쟁의 여지가 없는 준거로서 활용될 수 있어야 한다.
- 일반적으로 상품 표준은 자발적으로 실행하는 것으로서 규제와는 다른 성격을 갖는다. 어떤 경우에는(특히, 공공 시장에서 유통되는 상품의 안전성과 관련해서) 공권력이 표준화를 의무화할 수 있다.
- 기술 진보에 따라서, 법규의 발전에 따라서, 시장의 변화에 따라서 표준은 진화하고 수정될 수 있다.

상품 표준화는 다음과 같은 7단계의 과정을 거쳐 이루어진다.

- 파트너들의 요구 식별: 다음과 같은 두 가지의 질문에 근거하여 표준화의 기술적·경제적 타당성과 기회를 분석한다. “상품 표준이 해당 부문에 기술적·경제적 도움을 제공할 수 있는가?” “표준을 설계하기에 충분한 지식을 보유하고 있는가?”
- 집단적 프로그래밍: 식별된 요구, 가용한 수단, 우선순위 등에 대해 검토하고 관련 표준화 프로그램을 도입할 것을 의사결정한다.
- 표준화 프로젝트에 대한 전문가들의 합의
- 타당성 검증: 표준화 프로젝트가 일반 대중의 이익에 부합하고 중대한 반대에 부딪히지 않도록 보장하기 위해 관련 경제 주체들을 대상으로 사전 조사를 하고 광범위하게 자문을 구한다. 사전 조사결과와 자문 내용을 검토한다. 표준화의 내용을 제한된 텍스트로 최종 작성한다.

- 국가 표준으로 공표하기 위해 표준화 조직이 텍스트를 승인한다.
- 감독: 상품 표준의 적용 실태를 정기적으로 평가한다. 그렇게 함으로써 새로운 요구에 상품 표준이 잘 부합하는지를 모니터링한다.

이상과 같은 틀 속에서 ‘프랑스 표준화 위원회(AFNOR, Association Française de Normalisation)’가 농식품 부문 표준을 개발하기 시작했으며 NF Agroalimentaire 제도를 만들었다. 이 제도는 농식품 표준의 기초로서 다음과 같은 목적 하에 운용된다.

- AFNOR, 생산자, 제조자, 유통자, 소비자 협회, 공권력 사이의 공동 협약에 의해 표준으로 설정된 식품 특성의 적합성을 보증한다.
- AFNOR의 책임 하에 독립적이고 전문적인 실험실과 검사원이 상품 품질 요구를 충족하는지 여부를 정기적으로 검사한다.
- 생산자, 제조자, 유통자들이 품질 관련 절차를 실제로 완벽하게 이행하도록 독려한다.
- 소비자에게 일정 수준으로 보증된 품질의 상품을 선택할 기회를 제공한다.
- 생산자나 제조자가 보유한 생산, 사육, 가공 관련 노하우의 가치를 현실화한다.

프랑스 표준화 위원회(AFNOR)

AFNOR는 1926년에 창설되었으며 산업부 장관의 감독이 승인한 위원회로서 산업부의 통제를 받는다. 여기에는 약 3000여 사업체들이 회원으로 가입되어 있다. AFNOR는 표준화와 관련하여 31개의 부문별 사무소, 공공기관, 2만 명의 전문가들로 구성된 중앙표준화체계이다.

2.2. 상품 인증

2.2.1. 상품 품질인증 정책 관련 기관

프랑스에서는 다음과 같은 3개의 조직이 품질 정책을 관장하고 있다.

- 국가 원산지 표시 기관(INAO, Institut national des appellations d'origine)
- 농식품 표시 및 인증 국가 위원회(CNLC, Commission nationale des labels et des certifications de produits agricoles et alimentaires)
- 연합 위원회(Commission mixte)

(1) INAO

INAO는 1935년 법규에 의해 창설된 기구이다. INAO는 AOC(프랑스의 대표적인 지리적표시제도)를 승인 권한을 위임받았다. 와인, 생수, 유제품, 기타 농식품 등에 대한 AOC 표시를 부여할 수 있다. 그리고 1994년 이후로는 EU가 시행하는 농산물의 지리적 기원 보호(PDO) 표시와 지리적 표시 보호(PGI) 관련 업무를 주관하게 되었다.

법률이 명시하고 있는 INAO의 임무는 다음과 같다.

- AOC 정책 관련 일반 사항 의사결정
- AOC 표시 승인
- AOC 상품 표시 관련 국가 법률에 대한 조언
- AOC 관련 문의사항에 대한 조언
- 프랑스 및 해외에서 AOC, PDO, PGI 홍보 및 보호

INAO는 농어업부 장관과 소비자 부 장관의 감독을 받는 공공행정기관이다. 다음과 같은 4개의 조직으로 구성되어 있다.

- 사업자 대표, 행정기관 대표, 소비자를 대표할 수 있는 자격 있는 중요 인사들로 구성된 3개의 국가 위원회
 - 와인, 생수, 시드르(ciders), 배, 시드르 베이스 아페리티프, 배 베이스 아페리티프, 와인 베이스 아페리티프 담당 국가 위원회
 - 유제품 담당 국가 위원회
 - 기타 농식품 담당 국가 위원회
- 국가 위원회와 동일한 형태로 구성된 상설 위원회. AOC의 일반 정책과

예산을 결정한다.

INAO 산하에는 국가 위원회와 동일한 방식으로 구성된 지역 위원회들과 26개의 지역 집행조직이 있다.

(2) CNLC

CNLC는 1995년 설립되었다. 품질 정책을 관리하는 것이 아니라 다음과 같은 기능을 관리함으로써 과거와는 근본적으로 다른 방식으로 운영된다.

- 상품의 사양과 표시 점검
- 인증 기구 등록 사무

CNLC는 다음과 같은 세 개의 부서로 구성되어 있다.

- 기준 점검 부서: 상품의 사양, 표시, 지리적 기원 보호, 상품의 고유성 인증 등에 관하여 조언한다.
- 유기농업 부서: 유기 축산물 생산에 관해서 그리고 유기농업 관련 법규에 관해서 조언을 제공한다.
- 인증기관 등록 부서: 표시를 발행하는 인증기관의 등록, 적합성 인증, 유기농 생산방식 등에 관한 문의에 답한다.

모든 부서들은 인증체계와 관련된 주요 행위자들(생산자, 농업 투입재 공급자, 가공자, 유통자, 제조자, 소비자, 행정기관 등)을 대표할 수 있도록 구성된 위원회로 이루어져 있다. 그리고 CNLC의 의장과 감독관청 대표자들이 참여하는 상설 위원회를 갖추고 있다.

CNLC의 역할은 상품의 사양이나 인증기관에 대한 조언을 제공하는 것에 그치지 않는다. 농업부 장관과 소비자부 장관에게 표시 개발 및 부여 절차를 개선할 수 있는 방안, 유기농 생산방식 개선 방안, 기술적·과학적·법률적 발전사항을 반영할 수 있는 방안을 제출할 의무를 갖고 있다.

(3) 연합위원회

1995년 창설된 연합위원회는 다음과 같은 구성원들로 조직되어 있다.

- CNLC 의장이 임명한 5명의 대표자
- INAO 의장이 임명한 5명의 대표자
- 공공기관을 대표하는 4명

이 위원회의 의장은 농업부 장관과 소비자부 장관의 명령에 의해 임명된다. 연합위원회는 다음과 같은 사항과 관련하여 지리적 표시 보호 등록에 관한 요청에 응한다.

- 상품명
- 상품과 지리적 기원 사이의 연관성

3. 품질 보증 및 표시 체계에 관한 국가 및 지역 법규

프랑스에서는 농어업부가 문화적 전통에 의해서 형성된 노하우에 의해 특별한 가치를 지니는 식품을 식별하고 그 가치를 현실화하기 위한 품질 관련 관측 및 승인 정책을 30년 이상 주도했다. 프랑스 농어업부는 Label Rouge, Agriculture Biologique, Certification de conformité 등의 공식적인 품질보증체계를 구축했다. 이 인증 표시는 CNLC의 자문을 통해 발행된다. 그 외에도 지리적 표시 보호를 위한 등록 정책(AOC)을 수행하고 있는데, INAO가 그 승인 권한을 갖고 있다.

품질 또는 지리적 기원 관련 표시를 획득하려면 해당 상품은 다음과 같은 사항을 검증받아야 한다.

- 품질의 우수성
- 고유하고 지속적인 특징
- 유기농 표시의 경우, 환경을 보호하는 생산 방식

○ 지리적 기원 표시의 경우, 지역 또는 인적 요소와 관련된 전형성

이 같은 프랑스 농어업부의 정책은 유럽연합이 지리적 표시 관련 제도들(PDO, PGI, TSG)을 개발하는 데에도 큰 영향을 끼쳤다.

프랑스 정부가 인정하는 공식적인 품질 및 기원에 관한 인증 제도는 다음의 네 가지이다.

- AOC(Appellations d'Origine Contrôlées): 1919년 와인 부문에서 시작하여 유제품 부문까지 확대되었고, 1990년에는 모든 농식품 부문으로 확대되었다.
- 1960년에 만들어진 농산물 인증 표시제도: 국가 수준에서는 'Label Rouge'라는 명칭으로 불리우고 있으며, 지역 수준에서도 인증 표시제도가 존재한다.
- 1980년에 공식적으로 인정된 "Agriculture Biologique"
- 1990년에 시작된 "certification de conformité"

이 제도들은 소비자들에게 직접 제공되는 상품 또는 중간 사용자들에게 제공되는 상품(제과점에 원료로 공급되는 밀가루, 소 비육 농가에 공급되는 송아지, 도매상에게 판매되는 물고기 등)에 적용된다.

AOC를 제외한 나머지 3개의 품질 인증 체계는 다음과 같은 특징으로 인해 '상품 인증'이라 할 수 있다.

- 인증 과정이 자발적이며 표시를 획득하려면 반드시 집단적인 활동이 수반된다.
- 해당 상품은 품질에 의해 또는 상품 사양에 대해 기록한 문서에 의해 보통의 상품과 차별화되며, 공권력의 검증을 받는다.
- 정부 부처의 명령에 의해 등록된 인증기관 또는 유럽연합 규정을 근거로 사후 승인된 인증 기관이 수행하는 제3자의 감독을 받는다.
- 소비자에게는 상품 표시, 보증 문구, 인증 문구 등의 근거를 제공한다.

- 이 표시를 획득하여 사용하려면 먼저 공권력의 승인을 받아야 한다.

AOC는 상품 인증일 뿐만 아니라 생산과정 인증이라고도 할 수 있다. 마찬가지로 자발적인 절차에 따라 진행되며 집단적인 활동을 수반한다. INAO가 AOC 인증 과정을 감독하며 AOC 인증 상품에 부여된 지리적 명칭의 보호를 책임진다.

품질 및 지리적 기원에 관한 정책은 주로 그리고 기본적으로 자발적인 과정에 기초한다. 사업자들이 그러한 과정을 밟아야 할 의무를 부여하는 것이 아니라, 사업자들이 선택을 하는 경우에 한하여 품질 및 지리적 기원을 보장하는 국가 법규에 의해 엄격한 관리가 이루어지는 체계에 참여하게 되는 것이다. 그러한 엄격한 감독은 상품의 품질 또는 고유성을 보증하기 위한 것이다. 그러한 감독은 상품의 가치를 높여주는 수단이기도 하다.

4. 프랑스의 품질인증표시제도

프랑스의 품질인증표시제도는 다음과 같은 네 가지 유형으로 나눌 수 있다.

- 공적 품질인증 표시
 - 농산물 표시(Label Rouge와 지역 표시)
 - CCP
 - Agriculture Biologique
 - AOC
- * 이상 네 가지의 품질인증 표시 제도에 관해 상세히 설명할 것이다.
- 가치현실화를 위한 품질인증 표시
 - Montagnue
 - ecolabel
 - NF Agroalimentaire

* 이 표시들은 일정부분 품질보증체계에 대한 인증 표시이자 해당 상품이 생산되는 환경을 표시하는 것이다. 그와 동시에 법규에 기초한 상품 인증이라고도 볼 수 있다. 여기에서는 Montagnue 표시에 대해서만 설명한다.

○ 민간 품질인증 표시

- FQC: 가장 대표적인 민간부문 품질인증 표시이다.

- Filière Auchan: 잘 알려져 있지 않은 품질인증 제도이다.

* 프랑스의 대형 소매유통업체들이 운용하는 품질인증 제도들이다. 대형 소매유통업체들은 제 각기 하나 이상의 품질인증 제도를 운용하고 있다. 공적 품질인증 제도에 비하면 관련 정보를 일반 소비자가 접근하기가 상대적으로 더 어렵다.

○ 품질보증체계에 대한 민간부문 인증 제도

- Agri-Confiance: 농산물 품질 관리 과정에 대한 집단적 인증이다.

- Qualification Agriculture Raisonnée: 농기업 경영 과정에 대한 개별 인증이다.

이 가운데 공공부문의 품질인증 표시 제도들을 중심으로 살펴본다.

4.1. 우수 농산물 표시

4.1.1. Label Rouge



1960년에 만들어진 이 표시는 농산물 또는 식품이 우수한 수준이 품질을 지니고 있음을 보장하는 프랑스 최초의 인증이다. 이 인증 표시가 부착된 상품은 일반적으로 판매되는 동일 범주의 상품들과 그 자체로 차별화된다. 특히, 생산 또는 제조의 조건 측면에서 차별화된다. 보통의

상품과 비교할 때 품질 차이는 최종 소비자들이 직접 인지할 수 있어야 한다.

국가 수준에서의 표시를 ‘Label Rouge’라고 부른다. 이 표시의 소유권은 농어업부가 갖고 있다. 이 표시의 권리는 집단적인 구조를 갖는 조직이 보유할 수 있다. 일반적으로는 흔히 ‘품질 그룹(quality group)’이라고 부르는 해당 상품의 공급사슬 내에서 활동하는 주체들의 연합 조직이 보유한다.

상품은 특히 관능 검사와 풍미 검사를 통해 우수한 품질을 가졌음을 입증해야 한다. 생산 사양을 제출하여 공공기관이 검토하는데, 연구기관과 전문적 기술 기관 출신의 자격을 갖춘 중요 인사들이 검토 작업을 수행한다. CNLC의 ‘농식품 인증 및 표시 국가 위원회’ 소속 기준점검 부서가 그 생산 사양에 대한 소견을 제출한다. 그 소견이 긍정적인 경우에 장관 명령에 의해 승인받는다. COFRAC이 승인하고 CNLC의 인증기관 등록 부서가 소견을 제출하여 당국에 등록된 인증 기관이 관련 주체가 인증을 받은 사양을 그대로 적용하여 취급하는지 여부를 관리하고 감독한다.

이 표시가 부착된 상품은 주로 고급품 시장에서 거래된다. 그래서 다른 상품들과의 상당한 품질 차이를 유지하기 위해 기술 진보를 고려하여 표시 기준을 주기적으로 업데이트한다. 이는 특히 해당 상품 범주에 대해 준수해야 할 최소한의 생산기준을 규정하고 있는 ‘국가 기술 지침(national technical guide)’ 개정을 통해 이루어진다. 이 기술지침 또한 장관 명령에 의해 승인되는 것이다.

Label Rouge는 프랑스에서만 통용된다. 그러나 프랑스산 상품에 대해서만 적용되는 것은 아니다. 유럽 연합의 다른 국가에서 생산되는 상품에 대해서도 인증 표시를 부착할 수 있다.

표 1 Label Rouge 인증 획득을 위한 기본 필요사항

필요사항	적용 여부
종자 관련 의무사항	Yes
HACCP 계획	HACCP에 준하는 계획
품질관리체계	Yes
환경관리체계	Yes
이력추적 시스템	Yes
환경영향 관리	No
모범실천 규범(GMP, GLP, GAP, BAT)	Yes
Occupational Health and Safety Management System	No
생산 관리	Yes
생산과정 관리	Yes
인력	No
지속적 개선	Yes
관리 동기	No
상품 특성	Yes

자료: Food For Thought

4.1.2. 지역 우수농산물 표시(Label régional)



Ardennes, Franche-Comté, Lorraine, Nord Pas-de-Calais, Midi-Pyrénées, Savoie 등 어떤 지역에서는 Label Rouge 표시 대신에 지역 우수농산물 표시를 사용하거나, 지역 우수농산물 표시로 Label Rouge 표시를 보완한다.

지역 우수농산물 표시는 Label Rouge 표시 농산물과 동일한 수준의 품질을 갖춘 농산물에 부여된다. 그러나 한편으로는 그 지역의 전형적이거나 전통적이거나 대표적인 특성을 반영하고 있음을 보여주는 표시이기도 하다.

Label Rouge와 지역 우수농산물 표시는 현재까지 450개 이상의 상품에 적용되었다. 이 표시들이 부착된 품목 중 가장 비중이 큰 것은 가금류로 표시 부착 상품의 40%를 차지한다. 그 다음으로는 육류 상품으로 전체의 20%를 차지하고 있다.

4.2. Certification de conformité produits(CCP)



1990년에 생겨난 이 인증 표시는 식품, 비식품 노산물, 비가공 상품 등이 특정 품질 특성 또는 사전에 설정된 품질 규정에 부합한다는 것을 입증하는 것이다. 상품의 고유한 품질 특성은 객관적인 기준을 충족하는 것으로서, 측정가능하고 통제될 수 있어야 한다. 그리고 소비자에게 의미가 있어야 하며, 사양이 문서화되어야 한다. 집단 또는 개별 행위자들이 이 인증을 받을 수 있다.

사양을 제출하여 공공기관의 검토를 받게 된다. CNLC 산하 기준 점검 부서가 사양을 검토한다. 그리고 CNLC의 인증기관 등록 부서가 소견을 제출하여 당국에 등록되고 COFRAC가 승인한 인증기관이 certification de conformité 표시를 발행한다.

현재까지 약 340개의 CCP 표시가 승인되었으며, 140개 상품에 대한 심사가 진행되고 있다. 약 8200명의 소 사육 농업인과 2700명의 돼지고기 생산자 그리고 200명의 가금육 생산자가 이 품질인증 표시를 획득했다. CCP는 프랑스에서만 적용된다.

표 2 CCP 인증 획득을 위한 기본 필요사항

필요사항	적용 여부
종자 관련 의무사항	Yes
HACCP 계획	HACCP에 준하는 계획
품질관리체계	Yes
환경관리체계	No
이력추적 시스템	Yes
환경영향 관리	No
모범실천 규범(GMP, GLP, GAP, BAT)	Yes
Occupational Health and Safety Management System	No
생산 관리	Yes
생산과정 관리	Yes
인력	No
지속적 개선	Yes
관리 동기	No
상품 특성	Yes

자료: Food For Thought

4.3. Organic mode of production(AB)



유기농업은 자연의 균형을 보존하는 경작 및 사육 방식이다. 그렇기 때문에 화학적 합성물질과 GMO를 사용하지 않으며, 여타의 농업 투입재 또한 그 사용을 최소화하는 생산방식이다.

유기농업으로부터 사회가 얻을 수 있는 이점은 다양하다. 특히 새로운 활동과 새로운 고용을 창출하며, 토양의 질과 생물종 다양성 그리고 대기 및 수자원을 보존하는 데 도움이 된다. 이러한 생산방식은 환경을 보존하는 혁신적인 실천을 현장에서 실험할 수 있는 기회를 준다.

프랑스에서는 농업용지의 2%만이 유기농으로 경작되고 있다. 유럽 평균은 3.8%이다. 2004년 들어 10년 만에 최초로 프랑스의 유기농업 등록 농가 수가 감소했다. 유기농으로 경작되는 농경지 면적이 2003년에는 55만 ha였던 것이 2004년 말에는 54만 ha로 줄었다. 이 품질인증을 획득한 농업 경영체 수는 1만 1359개에서 1만 1025개로 감소했다. 생산면적과 생산 경영체 두 측면에서 모두 3% 정도 줄어든 것이다.

유기농 곡물 재배 면적은 여전히 증가하고 있다(7% 증가). 소나 양의 유기 축산은 큰 폭으로 증가했다(젓소 6% 증가, 송아지 15% 증가, 염소 11% 증가). 프랑스 국민의 84%가 유기농 식품에 대해 긍정적인 이미지를 갖고 있는 것으로 조사되었으나, 실제 소비량은 그 수치를 따라가지 못하고 있다. 2000년 4월 이후 Agriculture Biologique 표시는 프랑스에서만 사용되고 있다.

표 3 AB 인증 획득을 위한 기본 필요사항

필요사항	적용 여부
중자 관련 의무사항	Yes
HACCP 계획	HACCP에 준하는 계획
품질관리체계	Yes
환경관리체계	Yes
이력추적 시스템	Yes
환경영향 관리	No
모범실천 규범(GMP, GLP, GAP, BAT)	Yes
Occupational Health and Safety Management System	No
생산 관리	Yes
생산과정 관리	Yes
인력	No
지속적 개선	Yes
관리 동기	No
상품 특성	Yes

자료: Food For Thought

4.4. Appellation d'origine controlee(AOC)

AOC는 한 상품의 특성이 지리적 요인으로 인해 배타적으로 형성된 경우 그 상품이 해당 지역에서 생산된 것임을 확인해주는 표시이다. INAO가 AOC를 승인하며 AOC 상품의 등록과 감독을 책임진다. 현재까지 프랑스의 와인 과 생수 부문에 467개 이상의 AOC 상품이 등록되어 있다. 치즈 또는 유제품 부문의 AOC 상품은 47개이며, 기타 농식품 부문에서 25개의 AOC 상품이 등록되어 있다. 이 상품들의 생산액은 170억 유로를 넘는다.

INAO는 프랑스 농식품의 고유성을 인정하는 품질 및 지리적 기원 정책의 중추를 이루는 조직이다. 국가 수준에서 볼 때, INAO의 역할은 무엇보다도 AOC 승인에 있다. 국제적인 수준에서 보더라도 INAO의 역할은 결코 작지 않다. 지리적 표시 보호를 위한 INAO의 활동과 더불어, INAO는 한 지역의 생산자들이 획득한 권리를 합법적으로 다음 세대에 전수시키는 활동에 참여하고 있다. INAO는 모든 새로운 AOC 신청에 대한 인증 절차를 처리한다. 전문가, 자격 있는 중요 인사, 공공부문 대표자들로 구성된 세 개의 부문별 위원회가 그 절차의 각 단계를 적법하게 진행한다. 그 위원회들은 다음과 같다.

- 와인 및 생수에 관한 국가 위원회
- 유제품에 관한 국가 위원회
- 농식품에 관한 국가 위원회

AOC 또는 PGI 상품을 관리하는 것이 INAO의 임무이다. 이 기관은 생산자들에게 더욱 가깝게 접근하기 위해 지역별 부서를 두고 있다. AOC는 프랑스에서만 활용된다. AOC는 유럽연합의 VQPRD 틀 안에 존재하지만, 고유한 규정을 갖고 있으며 이탈리아나 스페인의 DOC와도 다르다.

표 4 AOC 인증 획득을 위한 기본 필요사항

필요사항	적용 여부
종자 관련 의무사항	Yes
HACCP 계획	No
품질관리체계	Yes
환경관리체계	No
이력추적 시스템	No
환경영향 관리	No
모범실천 규범(GMP, GLP, GAP, BAT)	Yes
Occupational Health and Safety Management System	No
생산 관리	Yes
생산과정 관리	Yes
인력	No
지속적 개선	No
관리 동기	No
상품 특성	Yes

자료: Food For Thought

4.5. Mongtagne Designation



Montagne 표시는 사용된 원자재와 축산 식품을 포함하여 산악 지역에서 생산되는 상품의 생산에서 포장까지의 모든 단계에 걸쳐 그 품질을 보장하기 위한 것이다. 이 표시의 사용권은 지역 위원회의 검토를 거친 뒤 지역 사무소로부터 부여 받는다.

2004년에 우유 및 유제품, 돼지고기 및 돼지고기를 바탕으로 한 상품, 쇠고기 및 쇠고기를 바탕으로 한 상품 등에 대해 공공기관이 검증한 세 개의 국가 기술 규정이 마련되었다.

‘montagne’라는 용어는 다음과 같은 조건 하에서만 사용할 수 있다.

- 생산, 사육, 비육, 도축, 처리, 제조 등의 활동이 이루어지는 지역이 산악

지역이어야 한다.

- 산악 지역에 기원을 두어야 한다는 의무 조항은 자연적인 이유로 인해 원자재가 해당 지역에서 생산되지 않은 경우에는 적용되지 않는다.
- 기술적이고 경제적인 조건이 정당화할 수 있는 경우에는, 가공육 또는 신선육을 얻기 위해 동물을 도축한 장소와 상품 포장 장소에 대해 예외를 인정할 수 있다.

‘montagne’라는 용어 사용은 지역 위원회의 검토 후 지역 사무소의 명령에 의해 행정 당국 승인 후 자연인 또는 법인에게 그 권리가 부여된다. 이 표시는 현재 프랑스의 농산물에는 실제로 적용되고 있지는 않다.

표 5 Montagne 표시 획득을 위한 기본 필요사항

필요사항	적용 여부
종자 관련 의무사항	Yes
HACCP 계획	No
품질관리체계	No
환경관리체계	Yes
이력추적 시스템	Yes
환경영향 관리	Yes
모범실천 규범(GMP, GLP, GAP, BAT)	Yes
Occupational Health and Safety Management System	No
생산 관리	Yes
생산과정 관리	Yes
인력	No
지속적 개선	No
관리 동기	No
상품 특성	Yes

자료: Food For Thought

참고자료

<http://foodqualityshemes.jrc.es/en/index.html> (EU 집행위원회 연합연구센터) 발
 채 정리