

신청기관 : 한식진흥원

# 프랑스의 고유 음식문화 계승 및 발전을 위한 법정 표시·인증제도

양대승

목원대 지식재산학과 교수, 법학박사

## I. 서론

최근 우리도 요리나 식당에 관한 관심이 높아졌다. 인터넷 검색을 통해 맛집을 찾기도 하고 주문된 요리가 나오면 먼저 사진부터 찍기 시작한다. 그러나 우리가 검색한 맛집에 대한 정보는 주로 고객의 평가를 위주로 한 것들이고, 때론 여러 가지 이유로 정보가 왜곡되기도 한다. 프랑스 사람들도 일찍부터 건강한 음식에 대한 욕구가 높았다. 한반도 면적의 약 2.4배에 달하는 광대한 국토를 가진 프랑스는 지중해와 대서양에 접하고 있는 지리적 특성과 온대성 및 지중해성 기후에서 생산되는 다양한 농수산물에 풍부한 나라이다. 프랑스에서는 일찍부터 미식문화가 발달했는데, 그 배경에는 각 지역의 전통에서 파생된 다양한 스타일의 맛있는 요리들이 있었기 때문이다. 이처럼 프랑스에는 많은 지역적 전통이 있기 때문에 프랑스 요리를 통일된 하나의 무엇이라고 말하기는 어렵다. 전국적으로 알려진 많은 지역 전통요리들이 있으며, 또한 이러한 지역 요리들은 한 지역에서 다른 지역을 거치는 동안에 다양한 형태로 변형되기도 하였다. 또한 치즈, 포도주, 고기 등의 농산물은 유기농산물 품질인증라벨 또는 원산지명칭 및 지리적표시 등이 부착된 많은 지역 특산물들과 함께 프랑스 요리 문화 발전에서 아주 중요한 위치를 차지하고 있다. 그리고 2006년 말에는 폴 보퀴즈(Paul Bocuse), 알랭 뒤카스(Alain Ducasse), 피에르 트르와그로(Pierre Troisgros), 미셸 게라(Michel Guérard) 등을 포함한 유명 셰프들과 미식가 그룹이 프랑스 요리가 인류무형문화유산에 선정될 수 있도록 많은 노력을 기울였고 당시 니콜라 사르코지(Nicolas Sarkozy) 대통령은 이를 지원하였다. 그 결과 프랑스 요리(Le repas gastronomique des Français)는 2010년 11월 16일 유네스코(UNESCO) 인류무

형문화유산 대표목록에 요리전통으로서는 처음으로 추가되기도 하였다.

하지만 2013년 경 말고기를 쇠고기로 둔갑시켜 판매한 사건이 유럽을 떠들썩하게 하였다. 이러한 말고기 파문 대책을 기점으로 유럽 각국에서는 식품 및 요식업자들의 투명성을 담보하기 위한 대책이 논의되었다. 이러한 연장선상에서 프랑스도 요식업계와 관련한 다양한 표시 및 로고들을 체계적으로 관리하고 소비자에게 신뢰할 만한 정보를 제공하기 위한 대책을 고민하였다. 이러한 문제인식을 바탕으로 프랑스 정부는 2014년 7월 15일 “Fait maison” 표시제도의 본격적인 시행을 발표하였다. 이하에서는 “Fait maison” 표시제도와 유사한 제도로서 이전부터 실시해 오고 있던 와 함께 국가가 유일하게 인증하는 “Maître restaurateur” 자격제도를 운영하고 있는데, 이하에서 양 제도의 내용을 보다 구체적으로 살펴보기로 한다.

## II. 프랑스의 Fait maison 표시제

### 1. 주요내용

#### (1) 의의

프랑스 정부는 2014년 7월 15일부터 “Fait maison” 표시제를 본격적으로 시행하였다. 프랑스어 “Fait maison”을 우리말로 하면 ‘집에서 만든’ 또는 ‘수제’ 정도로 번역될 수 있는데, 이는 다른 가공식품과 결합되지 않은 날 것의 원재료를 가지고 현장에서 직접 요리한 것을 뜻한다. 여기에서 말하는 현장에서 만들어진 요리란, 식당 구내의 주방에서 행해진 요리를 말한다. “Fait maison” 표시제는 식당, 체인점, 패스트푸드점뿐만 아니라 업소 내·외에서 조리된 음식을 제공하는 케이터링업체등과<sup>01</sup> 같은 거의 모든 식당에서 소비자에게 제공되는 요리, 즉 전식, 본식, 후식의 모든 요리를 대상으로 하며 모든 식당에 의무적으로 적용된다.<sup>02</sup>

<sup>01</sup> 케이터링 업체의 경우 소비자에게 음식이 제공되는 장소가 아닌 다른 장소에서 요리의 일부가 만들어졌다고 하더라도 “fait maison” 요리라고 표시할 수 있다. 푸드트럭의 경우에도 법으로 정해진 다른 기준을 지키는 이상 마찬가지이다.

<sup>02</sup> 후술하는 “fait maison” 관련 법령을 위반하는 사람은 최고 300,000유로의 벌금 또는 2년 이하의 징역에 처하며, 법인의 경우에는 매출액의 10%에 해당하는 벌금을 내야 한다. Addict Group, Les conditions du logo « fait maison » pour votre restaurant, 25 mai 2016, <https://www.addictgroup.fr/les-conditions-du-logo-fait-maison-pour-votre-restaurant/#respond>.

이 제도는 표시를 통해 한편으로 전적으로 원재료 및 전통요리제품을 가지고 주방현장에서 직접 만들어진 요리의 가치를 제고함으로써 요리사에게 긍지를 심어주고, 다른 한편으로 전통적인 주방에서 행해지는 것처럼 원재료를 가지고 조리하여 만든 음식과 그렇지 않은 요리를 구별할 수 있도록 함으로써 소비자에게 신뢰할 만한 정보를 제공해 준다는 점에서 의의가 있다.<sup>03</sup> 다만 동 표시제는 소비자에게 정보를 제공하는 수단일 뿐 다양한 방식으로 존재하는 식당 자체의 다양성에 의문을 제기하는 것은 아니다. 따라서 식당들은 이전에 행해왔던 것처럼 자신만의 방식으로 요리를 계속 만들 수 있다. 하지만 이 제도 시행 이후부터는 어떠한 방식을 통해 요리가 만들어졌는지 소비자가 알 수 있게 된다는 점에서, 간접적으로 프랑스 음식문화 발전에 기여할 것으로 보인다.

경제적인 측면에서 살펴보면, "Fait maison" 표시를 위해서는 원재료를 선택하고 조리하는 것에는 노하우도 필요할 뿐만 아니라 이미 가공된 제품을 데워서 내는 것보다 더 많은 시간을 필요로 하기 때문에 식당들은 부담이 된다고 생각할 수도 있다.<sup>04</sup> 하지만 프랑스 전문가들은 이러한 추가 노동력 비용은 제철의 신선한 원재료 구입을 통해 제조 단가 비용을 낮춤으로써 상쇄될 수 있다고 본다.<sup>05</sup>

## (2) 요리에 사용될 수 있는 원재료

"Fait maison"으로 표시된 요리의 재료는 반드시 가공되지 않은 원 상태의 것을 사용하여야 한다. 특히 원재료는 다른 제품과의 혼합이나 또는 예열 등에 의해 원재료의 성질이 변형된 것이어서는 안 된다. 원재료에 첨가된 첨가물의 경우에는 제품의 보존을 위해 필요한 경우에 한하여 인정되며, 제품의 맛이나 질감 등 제품 자체를 변형시키는 것은 허용되지 아니한다. 예컨대 채소는 신선한 상태로 구입되어야 하며, 달걀 노른자와 흰자도 구입 당시 날 것의 상태이어야 한다. 날 것인 이상 설령 달걀껍질이 없는 상태로 병에 담겨진 상태로 구입한 것이라고 하더라도 원재료라고 본다. 원재료인지의 여부는 구입 시 식재료의 상태를 기준으로 판단하며, 식당 구내로 식재료가 반입된 이후에는 보존을 위

03 <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F32212>

04 실제로 프랑스 전문가들은 산업용 제품을 조합하여 만든 요리와 비교하여 완전한 수제 요리를 만들기 위해서는 약 20-30%의 추가 노동력이 필요하다고 본다.

05 예를 들어, 제철에 구입한 감자1kg은 냉동 감자튀김 1kg보다 3배 저렴하다고 한다.

해 채소를 데치거나 고기부산물을 익히는 등의 준비 작업을 할 수 있다. 예외적으로 "Fait maison" 요리에 일부 가공식품이 포함될 수는 있는데, 소비자의 관점에서 볼 때 일반적으로 식당에서 만들어질 것으로 기대하지 않는 제품에 한하여 허용된다. 예를 들어 빵과 같은 것이다. 비록 빵을 직접 만들어 제공하는 식당이 있기는 하지만 일반적으로 빵은 식당에서 직접 만들지 않는 식품에 해당한다. 치즈, 양념, 커피 등도 원재료가 아닌 가공제품들이지만 "Fait maison" 요리를 준비하는 데 사용될 수 있다. 후술하는 소비자법(Code de la consommation) 시행령 제D.121-13-1조 제3호에서 제조상 인정되는 가공제품의 목록을 열거하고 있는데, 이러한 목록 작성을 위해 프랑스 정부는 여러 기준을 토대로 소비자 및 관련 단체들과 긴밀하게 협력하고 있다. 예컨대 인정되는 가공제품의 목록에는 지방, 밀가루, 효모, 젤라틴, 베이스, 농축물과 같이 직접적으로 그 자체로 소비될 수는 없지만 요리를 만드는데 사용되는 비 원재료 제품이 포함되어 있다. 또한 위생 및 안전상의 이유로, "Fait maison" 요리에 사용되는 고기부산물은 익혀진 상태로 구입할 수 있고, 슈크르트(choucroute)<sup>06</sup> 요리의 경우 소금에 절인 양배추는 숙성된 상태의 것으로 구입할 수 있으며, 베이스 소스 및 데미글라스의 경우에도 해당 식당에서 직접 만든 것이 아니어도 상관없다. 다만 법령이 규정한 것을 제외하고 해당 식당에서 직접 만든 것이 아닌 다른 전문가가 만든 완성제품은 "Fait maison" 요리에 재료로 사용할 수 없다.

### (3) "Fait maison" 표시 방법

어떤 요리를 제공하는 식당인지에 따라 여러 가지의 경우의 수를 생각해 볼 수 있다. 첫째 "Fait maison" 요건을 충족하는 어떤 요리도 제공하지 않는 식당의 경우에는 당연히 "Fait maison" 표시의 사용이 금지되는 것뿐만 아니라 "maison"의 표시 사용도 금지된다. 둘째 제공하는 모든 요리가 "Fait maison" 요건을 충족하는 식당의 경우에는 표시와 관련하여 2가지 방법 중 하나를 선택할 수 있다. 메뉴판 각각의 요리 앞에 "Fait maison" 문구나 로고를 표시할 수도 있고, 모든 소비자들이 볼 수 있는 일정한 곳에 표시를 할 수도 있다.<sup>07</sup> 셋째 모든 요리가 아닌 일부 요리만 "Fait maison" 요건을 충족하는 요리를 제공하는

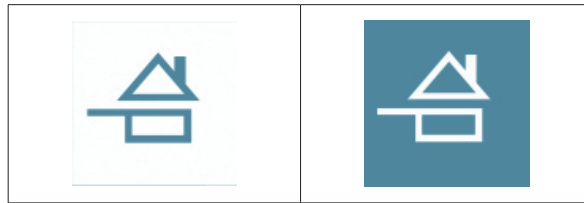
<sup>06</sup> 슈크르트는 독일의 사워크라우트가 프랑스 알자스 지방으로 넘어가 변화한 음식으로 발효한 사보이 양배추에 소시지, 감자 등을 곁들인 요리이다.

<sup>07</sup> 후자의 표시방법은 특히 후술하는 Maitre-Restaurateur 인증식당의 경우에 사용된다.

식당의 경우에는 해당 요리 앞에 "Fait maison"문구나 로고를 표시할 수 있을 뿐이다.

아래쪽엔 냄비를 위쪽엔 지붕을 표현하는 것으로 만들어진 "Fait maison"인증 로고 표시는 아래와 같은 2가지 형태가 가능하다.

[그림 1] "Fait maison"인증 로고



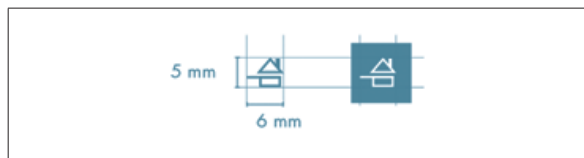
위 2가지 형태 중 어떤 형태를 쓸 것인지는 업자의 자유 선택이지만 소비자의 주의를 끌기 위하여 아래 왼쪽과 같이 업자가 직접 로고를 손으로 그리는 것도 허용된다. 로고 표시는 흑백으로만 표시되어야 하는데, 만일 로고가 부착되는 부분의 바탕이 어지러운 경우에는 아래 오른쪽과 같이 표시된다.

[그림 2] 다양한 "Fait maison"인증 로고 표시방법



"Fait maison"인증 로고 표시는 아래와 같이 최소한 가로 5mm 세로 6mm 크기로 사용되어야 한다. 이는 소비자가 인증표시를 잘 볼 수 있도록 하기 위함이다.

[그림 3] "Fait maison"인증 로고의 최소 크기



경우에 따라서 어떤 식당은 “Fait maison”인증 표시 앞에 보다 구체적인 표현을 사용하기를 원하는 경우도 있을 수 있는데, 이 경우 « “Fait maison”요리는 원재료를 가지고 현장에서 만들어집니다. » 라고 하는 문구를 메뉴판에 표시할 수도 있다.

“Fait maison”표시제는 후술하는 “Maître-restaurateur”제도와 달리 사전 평가나 점검이 없다는 점에서 매우 간편한 제도라고 할 수 있다.

## 2. 법적근거

### (1) 소비법전(Code de la consommation) 제L.112-19조 및 제L.122-20조

“Fait maison”표시제의 최초의 법적근거는 법률(Loi) 제2014-344호 2014년 3월 17일 소비관련법에서 찾을 수 있다.<sup>08</sup> 즉 2014년 3월 17일 소비관련법 제7조는 소비법전 내에 상업적 식당활동의 일환으로 제공되는 요리를 만드는데 있어서 품질 및 투명성이라는 소재목을 가진 제10절의2(Section 10bis)를 신설 및 그 바로 밑에 제L121-82-1조를 신설한다는 내용을 규정하였다.

이후 2016년 3월 14일 명령(Ordonnance) 제2016-301호에<sup>09</sup> 따른 소비법전의 전면적인 개정에 따라 기존의 소비법전 제L.121-82-1조는 현행 소비법전 제L.122-19조 및 제L.122-20조 2개의 조문으로 조문번호가 변경되었으나 내용상의 실질적인 개정은 이루어지지 않고 그대로 유지되었다. 구체적인 조문의 내용을 살펴보면 아래와 같다.

#### 제L.122-19조

상업적으로 식당을 운영하거나 또는 미리 준비된 요리를 테이크아웃 판매하는 활동의 일환으로 식품을 가공하거나 또는 유통하는 개인 및 회사들은, 그러한 활동이 상시적으로 또는 임시적으로, 주된 활동으로 또는 보조적인 활동으로 이루어지는 것에 관계없이, 메뉴판 또는 기타 모든 수단위에 “제안된 요리는 집에서 직접 만든 것입니다”라고 명시한다.

<sup>08</sup> LOI n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation.

<sup>09</sup> Ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation. [https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do;jsessionid=97BB9D88A146B4B17EB15CFCD856A976.tplgfr28s\\_2?cidTexte=JORFTEXT000032209352&idArticle=LEGIARTI000032216177&dateTexte=20180724&categorieLien=id#LEGIARTI000032216177](https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do;jsessionid=97BB9D88A146B4B17EB15CFCD856A976.tplgfr28s_2?cidTexte=JORFTEXT000032209352&idArticle=LEGIARTI000032216177&dateTexte=20180724&categorieLien=id#LEGIARTI000032216177)

**제L.122-20조**

- ① “집에서 만든 요리(fait maison)”는 원재료로부터 현장에서 만들어진다. 규칙에서 정하는 제품들은 사용을 위해 원상태로부터 가공된 이후 집에서 만든 요리의 구성에 들어갈 수 있다.
- ② “Fait maison”표시의 실행방법, 특히 요리를 만드는 장소가 소비장소 또는 판매장소와 다를 수 있는 경우와 같은 “fait maison”요리 제작요건, 및 소비자가 “fait maison”요리와 그렇지 않은 요리를 구별할 수 있도록 하는 방법들은 법령(décret)으로 정한다.

**(2) “Fait maison”표시에 관한 하위 법령**

조리된 음식을 테이크아웃 판매하는 식당이나 외식업체에서의 “fait maison”표시에 관한 2014년 7월 11일 법령(Décret)은<sup>10</sup> 구 소비법전 제L121-82-1조에 근거하여 fait maison”표시제 시행을 위한 구체적인 시행령이라고 볼 수 있다. 동 법령은 총 3개의 조문으로 구성되었는데, 발효일을 2014년 7월 15일로 정하고 있는 제2조와 시행담당 주체 및 관보게재에 대해서 규정하고 있는 제3조 및 표시제도의 중심내용이 담겨져 있는 제1조로 구성되었다. 이후 2014년 7월 11일 법령은 2015년 3월 6일 개정<sup>11</sup> 및 2016년 6월 29일 개정<sup>12</sup>을 거쳐 현재에 이르고 있다. 1차 개정에서는 원재료 개념 및 “fait maison”요리 구성물에 포함될 수 있는 제품들에 관한 약간의 개정이 있었으나, 2차 개정에서는 조문상의 변경만 있었을 뿐 실질적인 내용의 개정은 없었다.

현행법상 “fait maison”표시에 관한 내용은 소비법전 제L.122-20조에 근거하여 하위법령 제D.122-1조부터 제D.122-3조까지에 규정되어 있다. 이를 구체적으로 살펴보면 아래와 같다.

<sup>10</sup> Décret n° 2014-797 du 11 juillet 2014 relatif à la mention « fait maison » dans les établissements de restauration commerciale ou de vente à emporter de plats préparés. <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000030555919&categorieLien=id>

<sup>11</sup> Décret n° 2015-505 du 6 mai 2015 modifiant le décret n° 2014-797 du 11 juillet 2014 relatif à la mention « fait maison » dans les établissements de restauration commerciale ou de vente à emporter de plats préparés. <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000030555919&categorieLien=id>

<sup>12</sup> Décret n° 2016-884 du 29 juin 2016 relatif à la partie réglementaire du code de la consommation. [https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=4AB987A2C5E1A1722FAF8D71F63EE47F.tplgfr28s\\_2?cidTexte=JORFTEXT000032797752&dateTexte=20160630](https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=4AB987A2C5E1A1722FAF8D71F63EE47F.tplgfr28s_2?cidTexte=JORFTEXT000032797752&dateTexte=20160630)

### 제D.122-1조

- ① 제L.122-20조상의 원재료는 익히지 않은 식품으로서 특히 포장이나 보존 공정에서 소금을 제외한 다른 어떤 식품과도 결합되지 않은 식품이다.
- ② “faits maison” 요리 구성에는 다음 제품들이 들어갈 수 있다 :

식당업자가 직접 만든다고 소비자가 생각하지 않는 제품 :

- 소금물에 절인 고기, 소시지 및 돼지고기제품 (단, 테린느(다진고기)와 파테(고기를 잘게 썰거나 다진 음식)는 제외) ;
- 치즈, 식용 지방, 생크림 및 우유 ;
- 빵, 밀가루, 건비스킷 ;
- 채소와 견과류 및 잼 ;
- 밀가루 반죽과 곡물;
- 효모, 설탕 및 젤라틴;
- 조미료, 향신료, 허브, 농축물, 초콜릿, 커피, 탕, 차 및 우린 물;
- 시럽, 와인, 술 및 리쿼르.

위생안전을 이유로 아래의 제품 :

- 생 슈크루트(소금에 절인 양배추) 및 익힌 고기부산물;
- 소비자에게 서면으로 정보가 제공된다는 조건하에서 여러 가지 육수베이스(fonds blancs, bruns et fumets) 및 데미글라스(demi-glace)소스.

### 제D.122-2조

판매 또는 소비가 제공되는 시설의 장소 내에서 요리가 만들어지는 경우 요리는 현장에서 만들어진다.

“fait maison” 판매 또는 소비 장소와 다른 장소에서는 단지 다음의 경우에만 업자가 요리를 만들 수 있다.

- 리셉션을 주관하는 케이터링 활동차원에서 ;
- 특히 축제나 시장, 야외 행사 및 행사와 같은 비(非)상주 영업활동의 차원에서.



제D.122-3조

업자는 모든 소비자가 잘 볼 수 있도록 다음과 같이 표시 한다 : "fait maison"요리는 원 재료로부터 현장에서 만들어진다.

- ① 업자가 제공하는 요리 전체가 "fait maison"요리인 경우에는, 상업성 장관령이 정하는 로고 또는 "fait maison" 또는 "maison"표시를 모든 소비자가 볼 수 있는 한 장소에 표시할 수 있다. 이 규정은 maîtres-restaurateurs 제도에도 전적으로 적용된다.
- ② 기재나 로고는 경우에 따라서 요리를 보여주는 데 사용되는 수단상에서 뿐만 아니라 특히 온라인과 같이 업자의 기타 다른 마케팅 수단상에서 각각의 요리에 대하여 표시된다.
- ③ 제품 브랜드 또는 제품을 만든 업자의 이름이 명확하게 표시된 경우라면 제D.122-1조에 언급되지 않은 제품으로 구성된 요리도 "fait maison"이라고 표시될 수 있다.

### III. 프랑스의 Maître restaurateur 인증제

#### 1. 주요내용

##### (1) 의의

“Maître Restaurateur”자격 제도는 식당의 품질을 국가가 공식적으로 인증하는 유일한 제도이다. “Maître-restaurateur”라는 말을 우리말로 번역하기가 마땅치 않은데 굳이 하자면 “으뜸 요식업자”정도가 될 듯 하다.


동 자격을 취득하기 위해서는 신선한 재료를 가지고 직접 만든 요리, 품격 있는 고객응대, 주방의 위생 및 안전에 관한 규정 등 매우 까다로운 요구사항들을 충족해야만 한다. 동 자격은 별도의 인증기관<sup>13</sup> 평가에 근거하여 중소기업·상업·수공업성 장관에 의해 발행되는데, 인증은 4년간 유효하다. 프랑스에는 현재 동 인증자격을 취득한 약 3,600개의 크고 작은 식당들이 전국 각지에 분포되어 있다. “Maître Restaurateur”자격은 테이블을 가

<sup>13</sup> 경제·산업·고용성 장관의 명령에 따라 지정된 3개의 인증기관(AFNOR, CERTIPAQ 및 BUREAU VERITAS CERTIFICATION)이 동 자격 수여에 필요한 평가를 수행한다. 평가비용은 청구인이 부담한다. 다만 자격을 취득하는 경우에는 약 50%의 세금공제의 혜택을 받게 된다. OECD, Tourism Trends and Policies 2014, p. 94.

진 식당만을 대상으로 한다.

동 제도는 소비자로 하여금 우수한 식당을 식별하게 해 줄 수 있을 뿐만 아니라, 프랑스 식 삶 즉 질적인 삶을 추구하는 프랑스인들의 의지를 반영하고 있다.

## (2) “Maître Restaurateur” 표시

“Maîtres-restaurateurs” 표시는 모든 소비자가 볼 수 있도록 해당 로고(  )를 한 곳에만 표시할 수 있다. 앞서 살펴본 “fait maison” 표시는 각각의 요리에 대한 것이라면, “Maîtres-restaurateurs”는 식당의 총체적인 품질을 나타내는 표시하고 할 수 있다. 이러한 점에서 표시되는 장소도 달라지는 것이다. 이를 알기 쉽게 그림으로 나타내면 아래와 같다.

## 2. 법적근거

### (1) 소비법전(Code de la consommation) 제L.122-21조

“maître-restaurateur”의 법적근거는 앞서 살펴본 “fait maison”제도와 그 궤를 같이 하고 있으므로 이에 대한 설명은 생략하고, 구체적인 관련 조문의 내용을 살펴보면 아래와 같다.



### 제L.122-21조

“으뜸 요식업자(maître-restaurateur)”의 자격은 식당사업을 실시하고 있는 회사를 운영하거나 또는 거기에서 주방 및 사업장의 품질 제고 활동을 수행하고 있는 자연인을 식별한다.

이러한 자격은 그 칭호가 청구된 기관이 속하는 지방에서 국가를 대표하는 자가 발행한다. “maître-restaurateur”의 칭호가 행정당국에 의해 발행되는 조건 및 요구사항서가 만들어지는 조건은 국사회(Conseil d'Etat)령으로 정한다.

## (2) 하위 법령

“Maître-restaurateur”에 제도에 관한 하위법령의 근거는 2007년 9월 14일 “maître-restaurateur”자격에 관한 법령(Décret)<sup>14</sup> 및 2015년 3월 26일 “maître-restaurateur”자격의 요구사항서에 관한 명령(Arrêté)<sup>15</sup>에서 찾아볼 수 있다. 이 중에서 까다로운 요구사항서와 관련한 2015년 3월 26일 법령은 식탁제품 및 메뉴판 구성, 테이블 서비스 및 고객정보, 시설 및 정비에 대하여 아주 구체적인 내용을 담고 있다.

## IV. 결론

이상에서 살펴 본 “Fait maison”표시제도나 “Maître restaurateur”인증제는 프랑스 정부가 요리의 및 요식업체의 품질을 향상시키고 이를 체계적으로 관리하기 위해 국가차원에서 도입한 제도라고 할 수 있다. 이러한 제도를 시행함으로써 고객들에게는 신뢰할 만한 정보를 제공하고 요리사들에 대해서는 진정한 요리사로서의 자부심을 심어 주고 우수한 식당에 대해서는 인증을 통해 더 나은 식당들을 육성하기 위한 발편을 마련하고 있다. “Fait maison”제도는 값비싼 요리가 아니라 원재료를 사용하여 부엌에서 직접 만든 요리 즉 진짜 요리를 소비자로 하여금 식별할 수 있게 해 준다는 점에서 “Maître-restaurateur”보다는 접근이 용이하다.<sup>16</sup> 왜냐하면 국가가 인증해주는 “Maître-restaurateur”제도는 요리 품질 뿐만 아니라 전체적인 식당의 품질도 중요시 하게 생각하

<sup>14</sup> Décret n° 2007-1359 du 14 septembre 2007 relatif au titre de maître-restaurateur. <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000277553&categorieLien=id>

<sup>15</sup> Arrêté du 26 mars 2015 relatif au cahier des charges du titre de maître-restaurateur. <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000030405530>

<sup>16</sup> 접근이 용이하다고 하더라도 프랑스 전체 약 175,000여개의 식당 중 “fait maison”요리를 하는 식당은 18,000여개에 불과하다는 점에서 제도가 성공적으로 정착하였는지는 다소 의문이 있다. <https://www.lefaitmaison.net/>

기 때문에 "Fait maison" 제도보다 훨씬 더 까다로운 요건들을 충족해야만 된다. 이러한 점에서 양 제도는 서로를 보완하면서 프랑스 요식업 전체의 투명성 제고와 품질향상에 기여하고 있다.

우리나라에도 일명 HACCP으로 알려진 위해요소 중점관리기준 인증,<sup>17</sup> 유기가공식품 인증,<sup>18</sup> 농산물 우수관리인증(GAP)<sup>19</sup>, 지리적표시제도 등 여러 가지 식품인증제도가 있다. 하지만 프랑스의 "Fait maison"이나 "Maître-restaurateur" 제도처럼 요리 자체나 식당 자체에 관한 표시제도나 인증표시제도는 거의 찾아볼 수 없다. 유사한 제도로 국내산 농수산물을 주원(재)료로 하여 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향·색을 내는 우수한 전통식품에 대하여 정부가 품질을 보증하는 인증제도로서 전통식품품질인증제도가 있지만,<sup>20</sup> 요식업 인증제도와는 조금 거리가 멀다. 요즘 많은 먹거리 관련한 방송프로그램이 인기리에 방송되고 있다. 정직하지 못한 먹거리에 대한 사회고발 프로그램도 있고,<sup>21</sup> 맛있는 먹거리를 찾아 소개하는 프로그램도 있으며,<sup>22</sup> 먹거리를 평가하여 '착한 식당'이라고 인정해주는 프로그램 등도 있었다. 건강하고 안전한 먹거리는 소비자의 권리인 것처럼,<sup>23</sup> 착한 음식문화를 정착시키기 위한 방송사 및 일부 소비자들의 노력이 공신력을 가진 국가차원의 인증제로 이어질 수 있었으면 하는 바람이 있다. 이러한 점에서 프랑스의 제도를 참고하여 국가차원의 법정 인증제 도입을 검토할 필요가 있다. 착하고 정직한 먹거리를 찾는 우리 소비자들에게 투명하고 신뢰할 만한 정보를 제공함으로써 우리의 외식문화의 개선과 발전을 꾀할 필요가 있다. 다만 제대로 된 검증과정을 통해 실수나 착오로 인해 요식업계에 불측의 피해가 가지 않도록 주의해야 할 것이다. 하지만 건강한 식재료를 가지고 정성을 다해 요리하는 요리사들과 식당들에게는 인증을 통해 자부심과 긍지를 심어줌으로써 식품첨가물이 없고 정통 방식 그대로 만들어진 요리를 우리 후손들까지도 계속해서

17 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 식품의 안정성을 확보하는 과학적인 위생관리체계를 말한다.

18 가공식품을 유기로 표시하거나 판매하고자 할 때는 법에 따라 인증을 받아야 하며, 국산 또는 외국산 유기원료로 제조한 것 모두가 대상이 된다.

19 생산에서 판매까지 농식품 안전관리체계를 구축하여 소비자에게 안전한 농산물을 공급하기 위한 인증제도이다.

20 동 제도의 실시근거는 식품산업진흥법 제22조 및 같은 법 시행령 제29조에서 찾아볼 수 있다.

21 먹거리 X파일은 채널A에서 방송되는 프로그램으로 소비자가 잘 모르고 있던 먹거리에 대한 숨겨진 진실과 이면을 폭로하는 내용을 담고 있다. 이후 먹거리 평가를 통하여 좋은 식재료를 가지고 소비자에게 요리를 제공하는 착한 식당을 소개하기도 하였다.

22 수요미식회, 백종원의 3대천왕, 맛있는 녀석들 등 다수의 프로그램이 현재에도 인기리에 방영되고 있다.

23 이영돈 외 이영돈PD의 먹거리X파일 제작팀, 동아일보사, 2013, 1면.

맛 볼 수 있도록 사회적 지원과 응원을 해야 할 것이다. 이처럼 효과적인 인증표시 제도를 통해 요리품질 제고, 서비스품질 개선, 위생관리, 전문 인력의 역량을 강화하고 궁극적으로는 우리 고유의 음식문화를 계승·발전을 도모할 수 있다면 적극적인 도입을 검토해 볼 만 하다.

## 참고문헌

이영돈 외 이영돈PD의 먹거리X파일 제작팀, 「이영돈PD의 먹거리 X파일: 착한식당을 찾아서」, 동아일보사, 2013.

OECD, Tourism Trends and Policies 2014.

Raphaëlle André, “Le label «fait maison» des restaurateurs fait peau neuve”, le figaro economie (<http://www.lefigaro.fr/conso>)

Gabriel Vedrenne, “Le flop du label "Fait maison”, Europe 1 (<http://www.europe1.fr/consommation/le-flop-du-label-fait-maison-2421407>)

프랑스 경제부 사이트 <https://www.economie.gouv.fr/fait-maison>

프랑스 행정부 사이트

<https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F32212>

프랑스 경제·재정부 기업총국 사이트

<https://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-professionnels/titre-maitre-restaurateur>

프랑스 법제처 사이트 <https://www.legifrance.gouv.fr/>

프랑스 상공회의소 사이트

<http://www.cci.fr/web/developpement-de-l-entreprise/fait-maison>

프랑스 Maîtres Restaurateurs 협회 사이트

<https://www.passionfroid.fr/passionfroid/partenaires/association-francaise-des-maitres-restaurateurs.html>