

# 튀니지 개관 및 튀니지 화장품 시장

2024.4.12. 주튀니지대사관 경제과

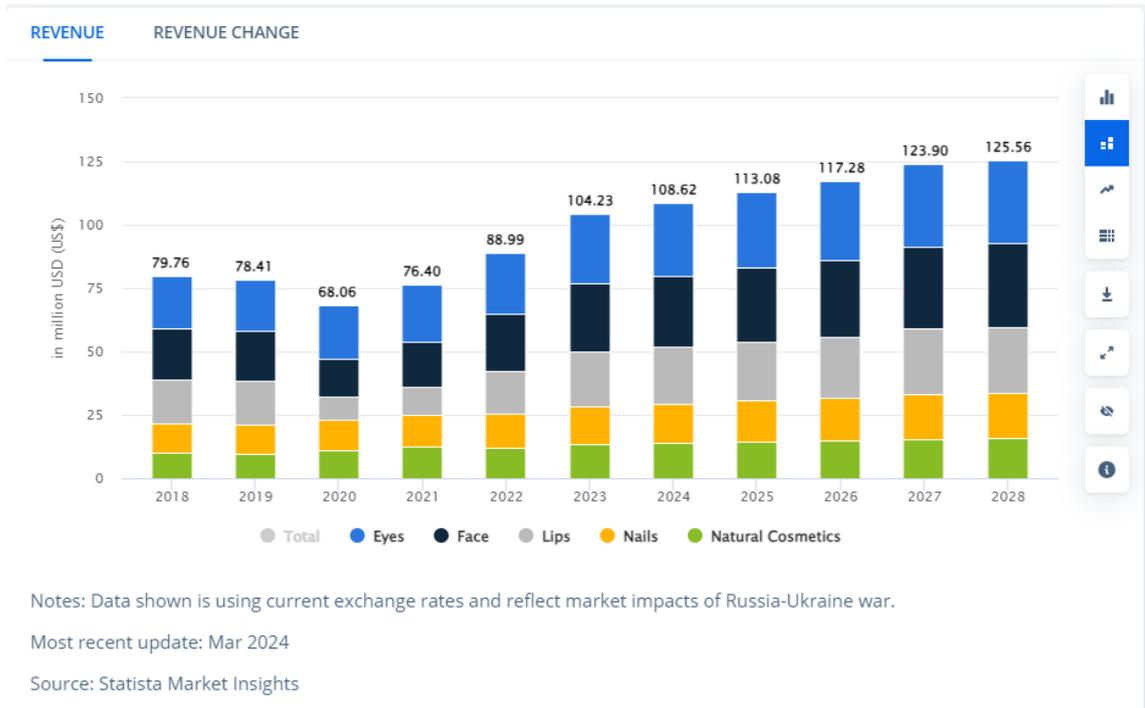
## 1. 튀니지 개관

- **위치** : 북쪽으로 지중해를 면한 북아프리카에 위치. 서남쪽에 알제리, 동쪽에 리비아, 북쪽에 바다 건너 이탈리아와 지근 거리(튀니지 수도 튀니스는 북부 해안도시로서 로마까지 비행기로 1 시간 내외 소요)
- **기후** : 지중해성 기후로 여름에는 고온건조(최고 40 도), 겨울은 우기로 저온다습, 여름과 겨울 사이에 봄과 가을 기후가 존재
- **인구 및 인종** : 인구는 1 천만 명 가량이며, 튀니지인은 아랍인-남유럽인의 혼혈로서 전반적으로 어두운 피부색의 백인들이며, 중동과 비교하여 피부가 상대적으로 밝은 색
- **사회** : 이슬람교를 국교로 하고 있으나 외국인에게는 종교의 자유가 보장되며, 이슬람 국가중 여성의 자유가 가장 잘 보장되는 나라로서 다수의 여성들이 서구화되어 히잡 등 종교 의상을 입지 않고 서구적인 의상을 착용하고 서구적으로 화장
- **언어** : 아랍어의 튀니지 방언이 모국어이며, 상류층과 중산층은 프랑스어 구사능력을 지니고 있음. 국제거래를 하는 기업인들의 경우 영어로 일정 수준 의사소통이 가능
- **소득 및 소비** : 1 인당 GDP 는 4 천불 가량으로 중위 개도국의 소득 수준을 지니고 있으나 튀니지 거주 중산층 이상은 동유럽과 유사한 수준의 소비 성향을 보유
- **경제 및 통화** : 경제는 자유시장경제를 바탕으로 하나 정부의 규제와 필수품에 대한 공급독점이 존재, 통화는 디나르라는 현지화를 사용하나 해외유통이 금지되어 있으며 외환 유출에 대한 통제가 강한 편

## 2. 튀니지 화장품 시장

- **유통** : 고급 화장품 전문숍(Fatales, La Reine 등), 전문 약국(pharmacy), 화장품 약국(parapharmacy), 쇼핑몰(Carrefour, Geant 등), 수입품 전문점, 전문 온라인 사이트(beautystore.tn, parashop.tn, jumia.com.tn 등)에서 화장품이 판매됨. 이외에도 비공식 루트로 다수의 화장품이 두바이, 유럽 등지에서 수입되는 것으로 알려짐. 튀니지에는 고급 백화점이 없으며, 대형 쇼핑몰이 그 역할을 대행
- **선호 화장품** : 고가의 명품 화장품보다는 다소 저렴한 눈과 얼굴용 화장품, 입술 제품, 매니큐어 등에 대한 수요가 큰 편으로 보이며, 기능이 일부 추가된 상품들을 선호. L'Occitane, MAC, Yves Rocher 등의 브랜드는 쇼핑몰 내에 독립 상점을 운영할 정도로 수요가 있음. 상기 온라인 사이트를 통해 튀니지 내 선호 화장품 확인 가능
- **한국 화장품에 대한 인식** : 넷플릭스 및 비공식 사이트를 통해 k-drama 와 k-pop 이 널리 알려져 있으며, 한국 화장품의 품질과 가성비 우수성에 대한 인식이 강해 충분한 수요가 확인되나 구하기 어려운 상품으로 인식되고 있음. 브랜드가 알려지지 않은 한국 중소기업 제품에 대해서도 품질과 가성비만 높으면 한국산 화장품으로서 선호됨.
- **튀니지 화장품 시장 전망** : 통계전문기관 Statista 는 2023 년 1 억 USD 가량의 튀니지 화장품 시장(판매량 기준)이 2028 년에는 1.26 억 USD 로 25% 이상 증가할 것으로

## 전망



### ○ 튀니지 화장품 시장 트렌드

- Bio 라벨 제품 선호 성향: 더운 지역 특유의 땀 분비 제어 제품 (대표적인 예로 데오도란트) 소비가 일상화 되어 있는 만큼, 위생제품 소비시장은 꾸준한 확장세를 보이고 있으며, 인터넷 보급 및 SNS 활성화 등 정보화 사회로 발전하면서 소비자들의 관심도 또한 글로벌 트렌드인 안전한 소비 지향 추세로 이동 중
  - ✦ 피부암 및 발진 등의 주요인으로 판명된 알루미늄, 알콜, ACH 등의 신체위해성분이 첨가되지 않은 제품들에 대한 관심 증폭
- 마케팅 효과 영향(시장조사기관 보고서): 여성 소비자들의 45%가 브랜드 광고에 따라 구매를 결정하며, 67%가 공식 유통구조를 통해 제품을 구매한다고 답변 (튀니지 양대 화장품 전문 유통업체인 Fatales 및 Point M 을 통한 온·오프라인 구매)
  - ✦ 33%는 원산지 및 품질보증보다는 가격 접근성에 방점을 두고 비공식 채널을 통해 구매

### ○ 화장품 분야의 취약점 및 기회 요인

- 정부의 화장품 제조업 육성 및 시장통제 기능 부실
  - 상대적으로 큰 비공식 마켓 (전체 시장의 40% 이상으로 추산)
  - 포장 수준의 조악함과 품질보증의 취약성이 현지 제조 품목의 경쟁력을 저하시킴으로써, 튀니지 자체 브랜드 개발에 한계
  - 현지 제조(유럽 브랜드 위탁 생산이 대부분)의 경우 원료의 대부분을 수입에 의존. 일부 천연 원료의 경우 높은 관세로 수입 불가
  - 방향·약재식물 등 현지 재배 및 수출 가능한 천연재료의 활용도 저조
  - 수입품에 대한 품질 테스트에 장기간 소요
  - 물류 인프라의 부족
  - 전문인 양성에 필수 요소인 기술교육 부재
- 튀니지 화장품 수입 판매시 적용 관세 및 세금
- 관세 : HS33 화장품 제품 수입 관세는 15%-30%
  - 소비세 : 화장품 중 일부 제품에 대해 25%-40% 부과
  - 산업개발 기금 부담금 : 1%를 모든 화장품 수입품에 부과
  - 부가세 : 국내 모든 화장품 판매시 부가세 19% 부과
  - 세번별 관세 및 세금 상세 정보는 다음 튀니지 관세청 링크 Recherche 에서 Nomenclature(HS code)를 입력하여 검색 가능 (불어사이트이나 구글 번역 가능)  
: [https://www.douane.gov.tn/consultation-tarif-2/#bas\\_de\\_page](https://www.douane.gov.tn/consultation-tarif-2/#bas_de_page)

### 3. 2022 년 및 2023 년 한-튀니지-아프리카 비즈니스 포럼 결과 (화장품 분야)

- 2022 년 및 2023 년 포럼 계기 개최된 비즈니스 매칭에 한국 화장품 업체 다수가 참가하였으며(2023년에는 8개 업체 등) 참가 기업들로 부터 아래와 같은 의견이 접수되었음.
  - 한류의 영향인지 한국 제품 인지도가 매우 높아서 가격 조건만 맞춘다면 충분히 진출 가능성이 있어 보임.
  - 튀니지 유통망을 활용하여 인근 아프리카 국가로 한국 화장품을 확산시키는 것이 가능할 것으로 보이며, 관련 제안을 받기도 함.
  - 튀니지는 꽃이나 열매 오일 등 화장품 원료가 풍부하다고 하나, 우리 화장품 회사가 투자하여 생산하거나 협업할 여건은 아직 부족해 보임.
  - 화장품의 경우 관세가 비싸고 통관 문제와 물류비용 문제, 인증문제 등 비관세장벽이 존재함. 현재 튀니지에서 시판되는 한국 화장품들은 주로 인근 국가(두바이 등) 수입상을 통해 들어오고 있다고 함.
  - 의료기기 분야와 연계하여 합동 전시회를 하거나 비즈니스 매칭 행사를 하면 좋을 것임. 끝.