

홍보없이 우리양계산업의 미래는 없다



신 동 현

- 협회 전무/농업전문 PD
- 저서 : 신PD도 언젠가는 농촌간다
이제는 농사도 따따블 벤처다

어릴적 추억이다. 암탉은 꼭 알을 낳으면 “꼬꼬댁 꼬꼬, 꼬꼬댁 꼬꼬” 소리치면서 닭장을 휘젓고 다녔다. 그럼 직감적으로 알았다. “아 알을 낳았구나. 알을 주워야 하겠네.” 그래서 계란은 소비되었다.

홍보란 본능적인 일이다. 아기가 태어나면 울음을 터뜨려 탄생을 알리듯 암탉이 알을 낳고 만방에 알리는 것도 일종의 본능적인 홍보다. 이렇듯 홍보란 널리 알리는 일. 아무리 수익원을 호가하는 산삼을 갖고 있으면 뭘 하겠는가? 알리지 못하면 수익원짜리 진품 산삼뿌리도 결국 제 가치역할도 못한다.

황유섭이란 농업인이 있다. 유기농으로 중파를 생산한다. 그는 파 생산에서 그치는 게 아니고 파를 한대씩 진공포장해서 소비자의 심판을 받는다. 파는 파일 뿐인데 파를 너무 지나치도록 포장하고 예우(?)를 한다. 그에게 유기농 파 생산에서 가장 어려운 게 뭔지를 물었다. “가장 어려운 건 병해충과의 싸움이죠. 병해충이 번지면 하우스 한 동을 갈아엎기도 합니다. 하지만 병해충보다도 더 무서운 게 있어요. 어렵게 생산한 파가 팔리지 않을 때인데 피가 말라요.” 정말 일 듯싶다. 이런 현상은 우리 농업분야 어디든 공통사항이다. 생산한 농산물을 못팔아서 불면증에 시달리는 농업인도 주변엔 심심찮게 많다. 이런 농민들에게 홍보가 가능했다면 아마도 불면증까지는 필요없지 않았을까? 그래서 요즘 농민들도 홍보에

대한 관심이 많다. 또 각 업종별로 자조금제도도 활발히 움직이고 있다. 정부도 적극 권장하고 있다.

임의자조금은 1992년부터 시작됐다. 그동안 낙농육우협회가 가장 활발하게 움직였는데 의무자조금이 시작되면서 양돈협회는 2004년부터 돼지 1마리당 400원의 돈을 거출하여 100억원이 넘는 의무자조금으로 TV홍보를 하고 있다. 한우의 경우도 지난 5월부터 의무자조금에 참여하기 시작했다. 하지만 양계의 경우는 어떤가? 아직도 제자리걸음이다. 채란의 경우, 자조금 거출기관 문제로 난항을 겪고 있다. 거출수납기관을 어디로 할 것인가? 돼지나 한우, 육계의 경우는 도축장이나 도계장이 자조금 수납기관으로 적합하다. 하지만 채란의 경우는 다르다. 도계장 거출을 일반적으로 이야기로 할수는 있지만 육계와는 달리 현실성이 없다는 것은 삼척동자라도 안다. 병아리에서 거출하는 방법도 마찬가지다. 병아리 폐사 등 문제점이 많은 것이다. 이런 고민 끝에 나온게 사료사용량에 비례해서 거출하는 사료 부과안이다. 사료를 구매하는 시점에서 자조금을 거출하자는 안이다. 일부 회의론자가 있다. 결국 사료회사가 자조금을 내는 게 아닌지에 대한 의구심도 있다. 또 모양새도 그렇다. 스스로 해결을 못보고 남(사료회사)의 도움을 받는 것이다.

그동안 대한양계협회는 2005년 1월 1일 새벽 서울남산에서 닭의 해 행사를 펼친 이래 지금까지 실 새 없이 방송언론을 통한 홍보를 해 왔다. 주로 계란에 대한 오해를 깨면서 실험과 연구를 통해 이를 실증해 보였다. 넘을 수 없어 보이던 콜레스테롤 문제도 뛰어 넘었다. 계란을 하루에 2~3개 이상 먹어도 몸에 아무런 지장 없다는 방송을 보고 계란을 새로 먹기 시작했다는 시청자도 수없이 많아졌다.

지난 5월 22일 KBS 비타민이란 프로그램 '위대한 밥상'에서 계란을 많이 먹어야 머리가 좋아진다는 방송은 젊은 주부와 청소년들에게 매우 긍정적인 접근을 했다. 사실 홍보란 것은 지속해서 해야 효과가 있다. 지금까지는 각 방송국을 넘나들며 돈 안 들이는 홍보를 했다. 하지만 앞으로는 어차피 지속하기가 어려운 것이다. 체계적인 홍보 전략이 필요한 것이다. 자조금을 통한 홍보다. 고맙게도 사료회사에서 적극적인 호응을 해 주고 있다. 서울사료를 필두로 서부사료, 흥성사료, CJ사료, 경축사료, 한우리사료 등이 이미 채란자조금이 잘 되도록 동의서를 보내 주었다. 아직 이해부족인 사료회사도 있다. 또 동의는 했지만 실무적인 차원에서 해결해야 문제를 우려하는 목소리도 많다. 하지만 홍보사업은 꼭 필요한 것이다. 크게 봐야 한다. 크게 생각해야 한다.

소비를 늘리는 일-계란소비가 늘어야 사료소비도 늘어난다. 이게 경쟁력이다. 좀 귀찮고 어려움도 예상 되지만 제 2의 도약을 꿈꿔야 한다. 홍보없이 우리양계산업의 미래는 없다. **양계**