



한우협회 ‘한우판매인증점’ 폐지

가입 업소 자율 한우인증점협의회
구성, 관리 움직임

전국한우협회가 운영해 오던 ‘한우판매인증점’ 사업이 폐지됐다. 이에 기존 인증점 가입 업소들은 가칭 ‘한우인증점협의회’를 구성하고, 업계 자율로 한우판매 전문점 활성화에 나선다는 방침이다.

지난 2006년 도입된 ‘한우판매인증점’ 사업은 사업 초기 호응을 얻었으나 인증점 유지 비용 발생 등으로 재계약률이 낮아 인증점 수가 점차 줄어왔다. 이에 한우협회는 올 6월 말로 인증점 사업을 종료 한 상태.

하지만 기존 인증점 가입 업소들은 그동안 간판이나 메뉴판, 홍보물 등에 사용 중인 인증마크를 철거할 경우 소비자 신뢰도가 떨어질 수 있다는 우려를 제기하면서, 업계 자율로 가칭 ‘한우인증점협의회’를 구성하고, 한우인증점 마크를 유지하는 방안을 모색 중에 있다.

이와 관련 한우협회는 이미 한우인증점 마크를 부여 받은 175개소에 대해서는 기존 인증마크에 인증 주체를 ‘한우협회’에서 ‘한우인증점협의회’로 변경해 사용할 수 있도록 한 상태다.

현재 기존 인증점 가입 업소들은 ‘한우인증점협의회 창립준비위원회(위원장 지동현·강원 흥천 늘푸름임격정)’를 구성하고 오는 20일까지 ‘한우인증점협의회’ 회원을 모집 중에 있으며, 오는 2013

년부터는 한우인증점협의회에서 새롭게 제작한 회원 업소의 마크를 사용할 수 있도록 추진 한다는 방침이다.

또 한우인증점협의회가 구성되면 각 회원 업소들은 한우 판매 전문점으로서의 경영기법을 공유하고, 협의회가 중심이 돼 한우 전문점 마케팅 및 교육, 연수 활동을 펼친다는 계획이다.

이와 함께 한우인증점협의회는 회원 업소들로부터 회비(개소당 연간 50만원)를 받고 이중 20%를 한우산업발전기금으로 출연한다는 계획을 갖고 있다.

한우인증점협의회는 이르면 이달 중으로 회원 모집을 마치고 창립총회를 거쳐 정식 출범할 예정이다.

하지만 한우인증점 사업의 운영 주체가 생산자 단체인 한우협회에서 업계 자율모임인 한우인증점협의회를 바뀔에 따라 향후 한우 판매점에 대한 관리·감독이 더욱 엄격히 이뤄져야 한다는 지적도 제기되고 있는 상태다.

한우협회 관계자는 “기존 인증점 가입업소들이 소비자 신뢰도 문제를 제기해 업계 자율로 협의회를 구성하는 쪽으로 사업 가닥이 잡혔다”며 “상호협력력을 통해 한우 소비가 활성화 될 수 있도록 노력할 계획”이라고 말했다.

한국농어민신문 김관태 기자(kimkt@agrinet.co.kr)

양 재

CJ, 삼겹살 수입 · 유통 중단

최근 관세포탈 혐의로 검찰 수사를 받은 것으로 알려진 CJ제일제당이 삼겹살 수입 · 유통에서 손을 떼기

로 했다.

대한한돈협회에 따르면 CJ제일제당 측은 24일 협회를 방문, 최근 문제가 된 수입삼겹살 유통 문제에 대한 해명과 함께 삼겹살 수입과 유통업에서 완전히 손을 떼겠다고 약속했다. 이와 함께 CJ제일제당은 양돈농가를 돕기 위해 국내산 비선호부위 등의 소비에 적극 나서기로 했다고 한돈협회는 밝혔다.

이에 앞서 한돈협회는 23일 성명서를 통해 “CJ가 삼겹살 재고물량을 허위로 신고, 추가로 무관세 삼겹살 물량을 할당받아 수입, 약 50억원에 달하는 관세를 포탈했다”며 이는 “동반자 관계여야 할 양돈농가들의 등 뒤에 칼을 꽂는 배신행위 이자 돈만 벌면 그만이라는 천민자본주의에서 나온 발상”이라며 강하게 비판하였다. 또한 한돈협회는 “검찰수사가 어떻게 나올지는 알 수 없지만 CJ제일제당의 불법 행위를 강력히 규탄하는 동시에 전국 양돈농가들에게 즉각 사과할 것을 요구한다”고 밝혔다.

대한한돈협회 제공

양 재

진화하는 자조금 우유 소비홍보 ‘낙농가 웃는다’

목장나들이 등 운영 동시 박지성

선수 TV광고 방영

커피전문점 카페베네와 공동 마케팅...

우유 함유제품 구매시 경품

소비홍보 자원 감소 발목...자조금 인상 등 방안 모색을

낙농자조금이 흰 우유 소비홍보 활동을 갈수록 다변화시키면서 진화하고 있다.

낙농자조금관리위원회(위원장 이승호)는 지난 10일부터 27일까지 전국을 순회하며 낙농자조금 사업 설명회<사진>를 개최했다.

낙농자조금 사업 설명회는 자조금의 주체인 낙농인들에게 자조금에 대한 이해와 홍보 활동 등을 알리기 위해 마련됐다.

특히 최근 낙농자조금의 흰 우유 홍보수단이 TV광고를 비롯해 온라인, 오프라인 등 갈수록 다변화되면서 홍보 효과를 극대화 시키고 있다.

우선 올해 TV광고는 캠페인 광고로 최고 인기를 누리고 있는 축구선수 박지성씨를 내세워 7월과 8월 중 집중 방영하고 있다.

이와 함께 방송프로그램을 활용해 우유관련 정보 및 영상을 지속적으로 제공하는 간접광고도 비중을 높여나가고 있다.

뿐만 아니라 밀크퀵, 우유소비촉진 아이디어 콘테스트 등 온라인 홍보는 물론 최근 급속도로 확산되고 있는 소셜네트워크로 홍보 영역을 넓혀 나가고 있다.

또 낙농자조금의 최대 히트작 중 하나인 도심 속 목장나들이와 함께 우유과학교실, 지역별 우유사

랑 캠페인 등 오프라인 행사도 지속적으로 운영하고 있다.

아울러 8월부터는 프랜차이즈업계와 손잡고 홍보에 나선다.

낙농자조금은 시장 규모가 급속도로 확대되고 있는 커피전문점과 공동으로 소비홍보에 들어간다. 전국적으로 가장 많은 가맹점을 확보하고 있는 커피전문점 카페베네와 함께 우유 홍보대사 박지성 선수를 활용한 이벤트를 진행한다.

카페베네에서 우유가 많이 들어간 제품을 구매하면 이벤트 응모권을 지급해 목장체험이나 유제품을 경품으로 제공한다.

아울러 어린이재단과 함께 결식아동에 1년간 흰우유를 무상으로 제공하는 사회공헌 활동인 밀크프린스 캠페인에 카페베네도 매출액의 일정부분을 기부한다는 계획이다.

이 밖에 소비자를 대상으로 실시하는 교육 및 정보 제공 사업인 주부, 노인, 어린이 대상 우유교실도 갈수록 인기가 높아지고 있다.

이처럼 자조금을 통한 국내산 흰 우유 소비촉진을 위한 다양한 활동을 벌이고 있지만 최근 원유 생산량 감소 등으로 인해 소비 홍보를 위한 재원은 갈수록 줄어들고 있어 홍보활동을 넓혀 나가는데 어려움이 많다는 것이 낙농자조금 관계자의 지적이다.

때문에 재원확대를 위해 자조금의 인상은 물론 유업체들도 자조금 사업에 동참시키는 방안을 모색해야 한다고 밝혔다.

축산신문 이희영기자 2012.07.25



육계시세에 농가 수취가 반영

양계협회, 조사방법 개선...가격
차이 좁히기 나서

육계 시세조사 방법이 개선된다. 기존 유통 상인들을 대상으로 책정됐던 육계 시세가 계열사 및 일반 농가의 수취 가격 등을 종합적으로 감안해 발표된다.

대한양계협회는 최근 육계분과위원회 월례회의를 열고 현행 육계 시세가 일반 사육 농가들의 여건이 충분히 반영되지 않아 육계 시세의 현실화 측면에서 시세 조사 방법을 개선할 필요성이 있다며 이같이 밝혔다.

협회는 기존 시세 발표가 유통 상인들에 의해 좌우되는 측면이 크기 때문에 일반 농가들이 산지에서 받는 가격과 현실적으로 차이가 발생할 수 있다고 밝혔다.

특히 협회가 발표하는 육계 시세가 계열사 시세보다 높을 경우 계열 농가들은 그 차액만큼 계열사로 부터 보너스 시세를 받을 수 있는 반면 일반 농가들은 이 부분이 제대로 반영되지 못해 다른 농가들과 가격차가 훨씬 심해지는 등 부작용이 나타나는 것으로 전해졌다.

이에 따라 협회는 앞으로 지역별로 대표성을 가질 수 있는 시세조사위원 4~5명을 임명하고, 기존 유통 상인들의 거래 시세 뿐만 아니라 계열사 시세, 일반 농가의 수취 가격 등을 종합적으로 반영해 육계 시세를 발표할 것이라고 밝혔다.

협회 김재홍 부장은 “기존의 시세 조사 방법을 확대해서 유통 상인들은 물론 계열사 시세와 실질적으로 닭을 출하하는 농가들의 의견을 최대한 반영해 육계 시세를 현실화할 것”이라고 설명했다.

sj@agrinet.co.kr

2012년7월26 (제2452호)

양봉

서울시청 옥상 ‘도심 양봉장’ 벌통 놓아 40ℓ 꿀 첫 수확

■ 지난 4월 양봉협회 서울지회 제안으로 시청 옥상에 ‘도심양봉장’ 시범 설치

- 5일(화) 박원순 시장, 시청 옥상서 벌꿀 채밀 및 시식
- 도심 속 꿀벌 활동, 도심생태계 복원하는 의미 커

박원순 서울시장은 지난 6월 5일(화) 오전 서울시청 서소문별관 옥상에 설치된 ‘도심 양봉장’에서 벌꿀을 채밀하는 뜻깊은 시간을 가졌다. 이날 박원순 서울시장을 비롯한 시 관계자와 조균



환 양봉협회장, 정희규 서울지회장 외 회원농가가 참석하였으며, 주요 방송사와 일간지 취재진이 대거 몰려 도심양봉에 대한 많은 관심을 엿볼 수 있었다.

박원순 시장은 현장 설명회를 통해 “서울시청 옥상의 도심양봉은 일본 도쿄번화가인 긴자옥상건물에 양봉장을 만들어 벌꿀을 수확하는 ‘긴자 양봉 프로젝트’를 벤치마킹한 것”이라며 도입배경에 대해 설명하고 “서울시청 옥상 건물에서 양봉을 한다는 것은 단순히 산물을 얻는 것을 넘어서 도시 생태계 복원이라는 큰 의미를 갖는다”고 밝혔다. 이날 다섯개의 벌통에서 한달반만에 모은 벌꿀은 약 40ℓ 정도이며, 가격으로 환산하면 약 80만원 정도의 수익이다. 채취한 벌꿀은 오는 6월 8일(금) 시청 직원식당에서 점심식사 특식(꿀떡)으로 제공될 예정이며, 남은 벌꿀은 나눔재단으로 기부되어 좋은 일에 사용될 예정이라고 밝혔다.

한편 이번 서울시청 도심양봉장 사업은 (사)한국양봉협회 서울지회의 제안으로 이뤄졌으며, 올 4월부터 서울시에서 장소를 제공하고 서울지회가 관리운영을 맡고 있다.

정희규 서울지회장은 “올해는 다섯 개의 벌통만 났지만 반응이 좋으면 내년에는 더 많은 장소를 협조 받아 도심 양봉장 사업을 확대하고 싶다”고 밝혔다.

한편 서울시청 옥상 주변은 남산, 인왕산, 북한산, 창덕궁으로 둘러싸여 밀원이 넘쳐날 뿐 아니라 적당한 바람과 평균 15℃ 정도로 꿀벌이 살기에 적합한 조건을 갖추고 있다.

한국양봉협회 제공