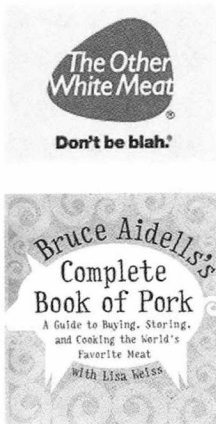


해외 돼지고기 소비 촉진 활동 사례

우리나라의 돼지고기 소비촉진 활동은 구제역 발생으로 인해 생긴 돼지고기의 부정적인 인식을 해소하기 위해 지난 2000년부터 대한양돈협회를 중심으로 본격적으로 시작되었다. 우리나라의 소비촉진활동은 주로 돈가하락기에 가격안정을 위한 편성에서 시작하여 2004년부터 양돈자조금 사업을 실시한 이후 '웰빙삼총사' 캠페인 등 TV광고 및 방송프로그램을 통한 PR, 프로모션(SP) 등을 통해 본격적인 소비촉진활동을 전개하고 있다. 우리보다 먼저 돼지고기 소비촉진 활동을 전개하고 있는 미국 등 해외사례를 소개하고 앞으로 우리 양돈산업의 소비촉진 방향에 대해 생각해보고자 한다. <편집자 주>

1. '또 다른 백색육'

미국의 The Other White Meat 및 Don't be blah 캠페인

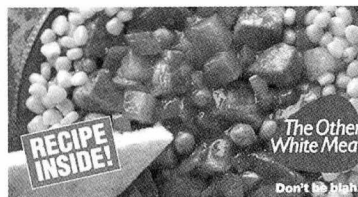


미국은 1986년 'The Other White Meat'(또 다른 백색육)라는 슬로건 아래 꾸준한 돼지고기 소비 촉진 활동을 전개하고 있다. 돼지고기가 암 등을 유발하는 적색육으로 인식되는 기존의 선입견을 깨고 몸에 좋은 백색육으로 포지셔닝함으로써 돼지고기의 건강성을 알리고 호감도를 증진시키려는 것이 주요컨셉이다.

이를 위해 구매 결정권을 가진 젊은 여성을 주

요 타겟으로 삼아 더 나은 요리를 만들고 싶어하는 가족중심적인 주부들에게 돼지고기가 '건강한 단백질의 원천'이라는 인식을 심어주고 있다.

'또 다른 백색육(The Other White Meat)'이라는 슬로건은 모든 커뮤니케이션 매체에 일관되게 적용되어 통합 시너지 효과를 거둘 수 있게 했다. 특히 미국양돈협회(NPPC)는 신문, 잡지, 인터넷 등을 통한 광고는 물론 유통점에서의 홍보동영상, 슬로건이 새겨진 캠페인 상품의 판매 등을 통해 돼지고기의 긍정적인 이미지 제고를 위한 노력을 꾸준히 전개해왔다.



이 캠페인은 2004년 미국인을 대상으로 한 조사 결과 캠페인

이후 돼지고기 소비가 21% 증가하고, 1인당 소비량 역시 23.2kg 수준을 유지하는 등 돼지고기를

‘건강한 단백질의 원천’으로 인식시키는데 크게 기여했다는 평가를 받았다.

2005년 2월부터는 기존 슬로건에 Dont be blah!(개성없이 굴지 마!)라는 슬로건을 추가해 기존의 컨셉을 강화하고 재활성하고 있다. 이는 돼지고기하면 쇠고기, 닭고기 등에 비해 조리하기 번거롭고 자주 먹기 어려운 식품이라는 인식을 해소하기 위한 캠페인으로 돼지고기를 훌륭한 영양소를 제공하면서도 특별한 식탁을 꾸며주는 현대적인 식품으로 재설정(리포지셔닝)시키고 있다.

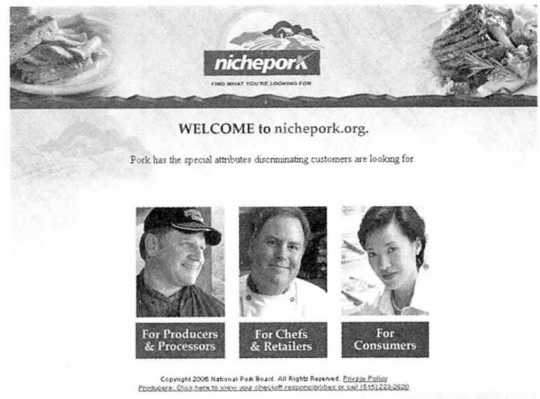
Don't be blah 캠페인은 가족들의 식사 메뉴 결정권을 가진 젊은 층을 주요 타겟으로 삼아 시간 제약이나 관습에 얽매어 있는 젊은 여성들을 대상으로 ‘매일 매일 식사 준비 재료’로 돼지고기를 사용할 것으로 권장하고 있다. 한편 이 캠페인 이후 필라델피아 6개 지역에서 실시된 조사결과 미국 양돈자조금협회(Pork Checkoff)에 기부한 금액 1달러 당 1.31달러의 수입 증대 효과를 달성했다는 결과가 보고되기도 했다.

2. Niche Pork 시스템

Niche Pork(니치 포크)는 돼지고기 생산자, 유통업자 및 구매자를 위해 기획된 라벨링 시스템이다. 돼지고기 제품에 라벨을 부착하여 돼지고기 생산자 및 독특한 생산에 대한 정보를 제공한다.

항생제, 성장촉진제를 투여하지 않은 돼지고기, 유기농 돼지고기, 농장 직송 돼지고기(지방에서 기른 돼지고기), 흑돼지고기 등 특정 마크를 표시하여 소비자들이 라벨만으로 고기의 특성과 유통 경로를 알 수 있게 했다.

고급 돈육에 대한 소비자 소비촉진을 노린 것으로 Niche Pork 시스템 적용 이후 실시된 각종 조사에 따르면 25%의 소비자가 특정 돼지고기에 대



해 40% 가량 더 지불할 의사가 있다는 결과가 보고되기도 했으며, 69~74%의 소비자가 향후 농장 직송 돼지고기를 구매할 것이라는 의사를 밝히기도 했다. 특성을 가진 고급육 돼지고기에 대한 소비자 수요와 반응이 긍정적임을 나타내는 한 가지의 사례라고 할 수 있다.

3. PQA Plus 프로그램

Pork Quality Assurance(PQA) Plus 프로그램의 모태가 되는 PQA 프로그램은 생산자가 소비자에게 돼지고기의 안전성, 유익성을 보증할 수 있도록 하기 위해 기획, 1989년부터 시작된 프로그램이다.

생산자 교육을 통한 증명서 발급, 현지 농장 평가, 감사 기회의 3단계를 통해 음식점, 식품 유통업체 및 소비자에게 최상의 돼지고기를 공급함으로써 돼지고기를 안전하고 유익한 식품으로 자리매김하기 위한 작업이다. **양돈**

(다음호에 계속)

