

프랑스 브레타뉴 채소협동조합연합*

하 석 건
(한서아그리코 대표이사)

1. 브레타뉴 채소협동조합연합 1) 개요

1.1. 브레타뉴 채소 생산연망

1.1.1. 기후와 경관

브레타뉴(Bretagne) 지방(Region)은 파리시에서 서쪽으로 약 500km에 위치하고 있으며 대서양으로 둘러싸인 반도형태의 지역이다. 브레타뉴 지방의 북부지역은 멕시코 만에서 올라오는 북대서양 난류(Gulf Stream)의 영향으로 한 겨울에도 영하로 내려가지 않는 온난한 기후대가 형성되며, 해변을 중심으로 충적토와 미분화된 진흙이 혼합된 비옥하면서 배수가 잘되는 토질이 형성되어 있다. 이러한 기후와 토질을 배경으로 브레타뉴 북부지역은 겨울철에 재배되는 조생 채소의 전통적인 주산지로서 자리매김하고 있다.

동서로 약 150Km의 해변지역에 길게 펼쳐진 채소밭의 경관은 전 세계에서 찾아보기 드문 이 지역의 정체성을 보여주고 있으며, 이런 경관과 더불어 ‘브렝똥’이라는 독자적인 지방언어를 고집하는 브레타뉴 특유의 향토문화 덕분에 전 세계로부터 찾아오

* (haseok2010@naver.com 02-2135-4140).

1) 브레타뉴의 채소협동조합들은 연합된 형태의 사업을 운영하고 있으나 단일화 된 연합법인을 구성하고 있는 것은 아님. ‘협동조합연합’ 은 연합된 형태의 사업구조를 편의상 표현한 용어임.

는 관광객이 늘어나고 있다. 브레타뉴 북부지역 채소 주산지의 행정구역은 북 피니스 테르(Finistere nord)와 코트 다르모(Cote d'Armor) 라는 두 개의 현(Department)으로 구성 되어 있고, 채소 생산의 중심 마을²⁾은 썩 뿔 드 레옹(Saint Pol de Leon), 뽕뿔(Paimpol), 썩 말로(Saint Malo) 등 세 곳으로 각 마을에는 전산망으로 동시경매가 진행되는 산지 출하시장이 운영되고 있다.

그림 1 브레타뉴 지방(좌), 브레타뉴 북부지역 채소 주산지(우)



1.1.2. 생산규모

이 지역은 약 2,300여 농가가 약 40,000ha(시설하우스 약 200ha)의 경작지에서 40여 가 지의 채소를 연간 약 60만 톤 생산하여 약 4억 유로(6천억 원)를 매출을 올리고 있어 프 랑스를 비롯하여 북서부 유럽의 최대 규모의 채소 주산지다. 채소 산업에서 고용하고 있는 인력은 생산과 상품화(APC) 부분에 약 9천명, 유통물류, 가공, 연구개발 등에 약 2 만 여명, 협동조합 및 관련기관들에 약 350명 등이다. 특히 겨울철과 초봄 기간 동안 이 지역에서 생산되는 슈 플레르(Chou Fleur)와 아르티쇼(Artichaut)³⁾는 프랑스는 물론 EU의 최대 생산지역으로 품질과 물량 면에서 우수성을 인정받고 있으며, 프랑스 소비자들 중 절반 이상이 “PRINCE de BRETAGNE”라는 브랜드를 알고 있을 정도로 명성이 높다.

2) 우리나라의 “읍” 단위

3) 컬리플라워(cauliflower), 아티초크(artichokes).

그림 2 브레타뉴의 브랜드 및 주요 생산품목



1.2. 협동조합 사업연합 운영

1.2.1. 개요

브레타뉴 지방의 채소 생산자 협동조합은 북부지역 외에도 서부지역과 중동부지역에도 여러 조합이 활동하고 있고⁴⁾, 이들은 모두 ‘브레타뉴 원예농산물경제위원회(Cerafel)’⁵⁾에 참여해서 품질관리, 연구개발, 시장수급조정 등 산지유통 경쟁력 강화를 위한 자율적인 사업을 시행하고 있다. 이 보고서에서 소개하는 ‘브레타뉴 채소협동조합연합은 브레타뉴 지방 북부지역에 위치하면서 ‘PRINCE de BRETAGNE’ 통합 브랜드를 사용하고, 공동 품질관리규정을 운영하면서 세 곳의 산지출하경매시장을 통한 판매 창구를 단일화한 통합조직에 참여하는 협동조합들이다.⁶⁾

브레타뉴 지방 북부지역의 “PRINCE de BRETAGNE” 중심의 통합 사업에 참여하는 협동조합은 모두 7개며 이들은 3개 그룹으로 통합하여 운영하고 있다. 가장 규모가 크고 중추적 역할을 수행하는 조합은 북부지역 중 서쪽에 위치한 씨까 드 썩 폴 드 레

4) La Bretonne, Saved, GMR, SolaRenne 등 원예협동조합.

5) ‘브레타뉴 원예농산물경제위원회(Cerafel)’ 는 1961년 프랑스 농업기본법에 도입되어 광역단위 생산자 조직화를 통한 산지판매 창구 단일화, 수급안정, 소비촉진, 품질관리, 참여주체들의 협의 등을 수행하는 기구로서의 역할을 함.

6) 브레타뉴 협동조합에 관심을 가진 전문가들은 Cerafel 이 통합 판매역할을 수행하는 조직으로 이해하는 경우가 많음. 실제로 북부지역 협동조합 즉 ‘PRINCE de BRETAGNE’ 공동브랜드를 사용하고 1960년대 이후 판매 창구 단일화를 주도했던 협동조합들이 주도적으로 Cerafel을 창설하고 운영 활성화에 기여했음. 그러나 관련 법규에 의한 설립된 Cerafel은 브레타뉴 지방의 모든 원예협동조합들이 참여하는 협의체이면서 협의결과에 대한 시행 강제력을 가지고 있음.

옹(SICA de Saint Pol de Leon) 조합으로 인근에 위치한 SYPA, SOCOPRIM 2개 소규모 조합이 참여하고 있다.⁷⁾ 두 번째 조직은 Paimpol 읍에 위치한 UCPT(Union des Coopertives de Paimpol et de Treguier)로 4개의 협동조합이 참여해서 설립한 조직⁸⁾으로 썬 다르모(Saint d'Armor) 지역에 위치해 있다. 그리고 북부지역의 동쪽에 해당되는 썬-말로(Saint-Malo)에 생산농가그룹⁹⁾이 참여하고 있다. 이들 세 협동조합그룹은 각각 Saint-Pol-de-Leon 읍, Paimpol 읍, Saint-Malo 읍에 네덜란드 방식의 시계판을 이용한 하향식 경매를 실시하는 산지출하시장을 운영하고 있으며, 3개 시장은 통신망으로 연결되어 있어 산지유통회사는 어느 한 군데 시장에서도 다른 두 군데 시장의 경매거래에 참여할 수 있다.

1.2.2. 씨카 드 썬 폴 드 레옹(SICA de Saint Pol de Leon)

씨카 드 썬 폴 드 레옹¹⁰⁾ (SICA de Saint Pol de Leon) 조합은 1961년 설립되었으며, 1,100여 조합원이 약 20,000ha의 재배면적에서 채소 35만 톤, 절화 2천5만 다발, 분화 4백만 개, 묘목 7백만 개를 생산하여 연간 2억5천만 유로의 매출액을 올리고 있다. 이 조합은 직원 120여명, 생산 및 APC 작업인력 약 6천명을 고용하고 있고, 유통·물류, 연구개발, 가공사업 등 연관 분야에 약 2만 명의 간접 고용 효과를 창출하고 있다. 조합 운영은 이사회와 대의원회¹¹⁾ 그리고 25개 APC(3개 화훼) 운영책임자 협의회와 20개 품목별조직대표자 협의회가 담당하고 있다.

조합원은 생산한 농산물 전량을 25개 APC를 통해 출하해야 하며, 각 APC는 품질검사, 등급규격화, 선별 및 포장을 담당하면서 품질규격별로 상품단위를 구성해서 출하경매시장에 출하하는 역할을 수행한다. APC는 품목, 품종, 품질규격, 옵션,¹²⁾ 출하가능 일시 및 시간 등의 정보를 출하경매시장에 전달하고 경매가 마쳐지면 구매한 산지유통회사의 요구에 따라 상품을 출하한다.¹³⁾ 품목협의회는 해당 품목의 품질등급설정 및 조정, 농약 잔류량, 이력추적 및 품질관리 규정수립과 위반사항 처벌, 품목별 수급 불균형 발생 시 대책마련, 자조금 운영 등을 담당한다.

판매 창구는 앞에서 소개한 3군데 산지출하경매장으로 단일화되어 있으며, 판매대

7) 별도의 통합법인을 설립하지 않고 2개 소규모 조합을 유지하면서 사업은 사실상 통합.

8) 한국의 판매마케팅 전문 조합공동사업법인과 유사함.

9) 생산농가들이 출하 및 판매를 목적으로 설립한 소규모 법인.

10) SICA는 설립 연원이 생산농가 협의회 또는 농민운동단체에서 출범한 조직으로 법규 및 제도적으로 농업협동조합과 동일함.

11) 대의원은 조합원 7명당 1명.

12) GAP, 유기농 등.

13) 동일 품목을 취급하는 APC들 간에는 약간의 경쟁적인 요소가 있음.

금에서 수수료,¹⁴⁾ 일반 자조금,¹⁵⁾ 폐기자조금¹⁶⁾을 공제하고 각 APC로 지급한다. APC는 운영비용과 상품화 및 저장에 소요된 비용 등을 공제하고 농가에게 대금을 정산하는 체계로 운영하고 있다.

1.2.3. 팡뵈 및 트레귀에 협동조합공동사업법인(Union des Cooperative de Paimpol et de Treguier, UCPT)

팡뵈 및 트레귀에 협동조합공동사업법인(Union des Cooperative de Paimpol et de Treguier, UCPT)은 4개의 소규모 협동조합들이 판매 창구를 단일화 하기 위하여 1974년에 설립된 조직으로, 약 1,000명의 조합원이 채소생산 20만 톤, 매출액 1억 3천만 유로의 실적을 토대로 약 1,700명의 농업생산 및 APC 인력을 고용하고 있다. UCPT는 6개의 APC를 운영¹⁷⁾하고 산지유통방식은 SICA de Saint Pol de Leon 조합과 같으며 품목협의회는 10개 품목으로 구성되어 있다. 테르 드 썬 말로(Terre de Saint Malo)는 브레타뉴 북부지역 협동조합연합 중에서 가장 작은 규모의 생산자 조직으로 104개 농가가 참여하여 약 1,500만 유로의 매출액 실적을 기록하고 있다. 생산부분과 2개의 APC 운영부분에서 약 500여명을 고용하고 있다.

2. 브레타뉴 협동조합연합의 역사

2.1. 조직화의 필요성(1957년 이전)

브레타뉴 협동조합연합을 이해하기 위해서는 생산농가들이 자발적으로 조직을 만들기 위해 노력한 역사를 살펴볼 필요가 있다. 브레타뉴 협동조합연합이 오늘날 단결된 힘과 경쟁력을 갖출 수 있었던 것은 어려움을 스스로 극복하기 위한 자율적인 투쟁과 단결의 역사에서 비롯되었다.

브레타뉴 지방의 북부지역은 1950년대에 약 6천 농가가 12만 톤에 달하는 슈 프레르(Choux Fleurs)와 아르티쇼(Artichaut) 7만 톤, 조생 감자 2만 톤 그리고 양파 등 10여 가지 채소를 생산하는 프랑스의 중요한 채소 주산지였음에도 불구하고 프랑스 농업정책 당국의 관심 밖에 있었다. 2차 세계대전 이후 프랑스 농업정책의 중심은 밀 생산과

14) 조합 운영비 및 출하시장 운영비.

15) 홍보, 마케팅, 연구개발 등.

16) 당일 최저가격 이하 상품발생으로 인한 폐기 상품에 대한 분담금.

17) APC 운영위원회.

낙농산업 등 식량산업 육성에 주력하고 있었기 때문이다.

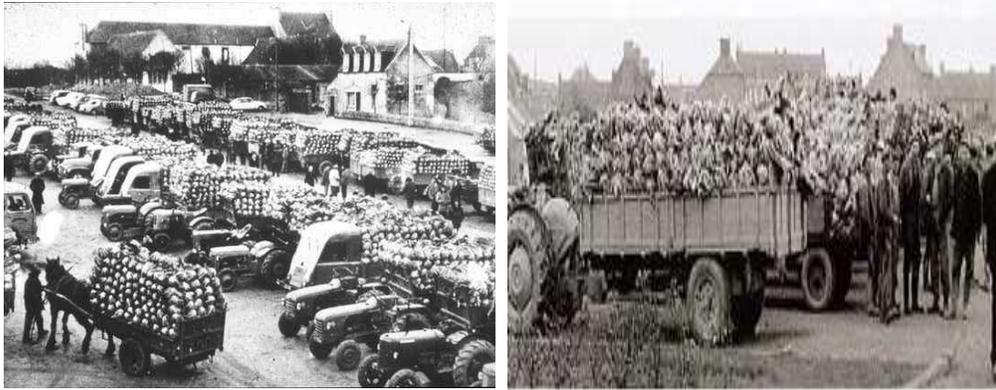
당시 이 지역 농민들이 생산한 채소는 대부분 80여 개 산지 유통인들에 의해 판매되었고 약 20%만 농협조직을 통해 출하되었다. 산지유통인 가운데 50% 이상은 자신들이 소유한 소규모 물류시설을 가지고 있으며, 소비지로부터 주문을 받아 판매하였다. 이들은 농가들에 정산하는 일종의 위탁상(委託商)¹⁸⁾이었고, 나머지 절반은 주요 마을들에서 열리는 산지시장에서 농가들로부터 매취방식으로 거래하였다. 문제는 농가들이 출하하는 산지의 채소 가격이 공급과 수요의 원리에 의해 결정되지 않는 것이었다. 산지가격은 항상 소비지 가격과 큰 차이를 보였고 산지 유통인들의 높은 마진에 대한 농가들의 불만이 누적되었다. 당시 농가지도자들이 분석한 원인에는 몇 가지 구조적인 문제가 있었다. 첫째, 산지는 수요와 공급이 조정되어서 가격이 형성되는 것이 아니고 입소문과 심리전으로 상황이 결정되는 비정상적인 시장이 운영되고 있었다. 두 번째, 이러한 심리전의 승자는 항상 산지 유통인이었다. 새벽에 수확하여 지역 출하시장에 가지고 나온 채소들은 부패하는 농산물이기 때문에 시간에 지날수록 가격은 하락하게 마련이다. 아침에 비해 오후에는 가격이 절반으로 내려가고 시장이 정리되는 저녁 무렵에는 오후 가격의 절반에도 팔기 어려웠다. 농가가 저온저장고를 가지고 있던 시절이 아니었기 때문에 아무리 낮은 가격이라도 팔지 않으면 폐기해야 했다. 산지 유통인들은 시장에서 일방적인 승자였다. 세 번째, 소비자들은 채소가격이 오르면 불만을 나타내지만 채소가격이 떨어진다고 해서 소비를 늘려서 수요가 증가하고 시장 수급이 안정되는 것은 아니었다. 그래서 흉수 출하시기에 폭락한 채소가격은 좀처럼 회복하기가 힘들었다. 마지막으로 일부 산지 유통인들은 판매수량을 삭감하는 악덕업자들이었다. 1톤을 거래했으나 이런 저런 구실로 지급대금은 800~900kg에 해당하는 수준이었다. 이들의 횡포로 건전한 산지 유통인들의 피해도 적지 않았다. 이런 여건에서는 생산농가들이 소비자들에게 우수한 품질의 상품을 공급하고 부가가치를 높이려는 의지를 가지고 있어도 실현할 수 있는 방법이 없었다.

당시에 출하물량의 20%를 담당하던 이 지역의 소규모 농협들은 소비지의 중개상인들과의 거래협상을 추진할 만한 역량을 갖추지 못하고 있었고 파리와 대도시에 현대화된 도매시장도 아직 건립되지 않았다. 농가들은 다각적인 대응책 마련을 시도하였다. 슈 프레르와 아르티쇼 생산농가 중 일부는 협의회를 조직하여 산지 유통인들과 협상을 벌였고, 지역농민단체¹⁹⁾가 나서서 채소를 밭에서 폐기하고 출하를 중단하는 시

18) 불특정다수인의 위탁을 받아 자기의 명의로써 상품을 판매하는 대리중간상으로 위탁판매(consignment sales)를 업으로 하며 위탁활동에 대한 수수료(commission)를 받음.

위를 벌이기도 했다. 그러나 이러한 방법으로는 문제를 해결할 수 없어 생산농가들은 보다 효과적인 방법을 강구해야만 했다.

그림 3 1950년대 산지 채소출하시장 모습



2.2. 시장과 농가의 조직화(1958~1967년)

2.2.1. 시장의 조직화

브레타뉴 지방 북부지역 채소 생산농가들이 찾아낸 해결책은 “단결”이었다. 즉 생산 농가들의 집단적 의사결정을 통해 공급과 수요를 반영한 가격이 형성되고 나아가 수급불안정을 조절할 수 있는 ‘시장조직(Market Organization)’을 구축하고, 이를 위해서 공급자인 생산 농가들이 단합하는 방법을 가장 효과적인 대책으로 추진하였다. 단합에는 헌신적인 지도자가 필요했다. 당시 22세의 알렉시 구베르넵(Alexis Gouvernec)이라는 청년 지도자가 1958년 12월에 설립된 ‘아르티쇼 생산자협의회’의 회장에 선출된 것을 계기로 전면에 나섰다²⁰⁾. 그는 정치적인 투쟁보다는 생산농가들이 단합하여 새로운 거래방식을 만들고 신제품 농산물을 판매하는 방식으로 소득을 향상시키는 전략적 행동의 필요성을 역설하였고 많은 농가들이 그의 제안에 동조하였다.

1960년 5월과 6월 아르티쇼 생산농가들은 0.20프랑을 최저판매가격으로 설정하고

19) FDSEA Finisetre : 프랑스 농업생산자총연맹(FNSEA) 산하의 지역조직.

20) 알렉시 구베르넵(1936~2007)은 Sica de Saint Pol de Leon 조합의 창설자이자 조합장(1961~2004)을 역임하면서 브레타뉴 채소산업은 물론 브레타뉴 전체 농업발전의 지도자로 헌신했음.

과잉공급물량을 폐기하였다. 그리고 참여농가들은 자조금을 각출하여 폐기한 농가들에게 보상금을 지급하였다. 지자체도 농민들이 각출한 자조금과 같은 금액을 지원하였다. 그리고 일부농가들은 채소를 모아서 파리시장으로 직접 출하하였다. 수익성은 거의 없었지만 산지 유통인들에게는 위기감을 자극하였다.

1961년 알렉시 구베르넥을 따르는 농가들은 오늘날 브레따뉴 채소협동조합연합의 주관 농협격인 SICA de Saint Pol de Leon²¹⁾ 조합을 창설하였다. 그리고 시장과 농가를 조직화하기 위한 네 가지 혁신계획을 제시하였다. 네 가지 혁신계획은 첫 번째, 네덜란드 방식의 하향식 경매시스템으로 운영되는 산지출하시장의 조직화, 두 번째, 출하농산물의 크기와 품질의 규격화, 세 번째, 산지출하시장을 운영하는 조합을 통해 거래대금의 결제와 수수료 및 자조금의 의무납부, 네 번째, 최저판매가격의 설정과 자율산지폐기 또는 가공 상품화를 통한 안정적인 가격의 유지였다.

출하 농산물의 규격화는 농가와 산지유통인 모두의 부정행위를 방지하고 투명한 거래를 촉진하였고, 1980년대 이후에는 3군데 산지출하시장에서 농산물을 직접 보지 않고 출하예고 문서로만 경매를 진행하는 효율성을 확보하는데 기여하였다. 출하농산물의 거래대금 결제는 반드시 조합을 거치도록 하고 수수료는 물론이고 산지폐기, 홍보 마케팅 사업, 연구개발에 투자하기 위한 자조금을 조성한 것도 경쟁력 강화에 크게 기여했다. 특히 최저가격을 설정해서 경매가 중단될 경우 산지폐기 또는 가공 상품 원료로 공급함으로써 시장가격을 안정적으로 유지하도록 한 것도 중요한 전략이었다.

2.2.2. 생산농가의 조직화

문제는 출하시장에 참가자들을 모으는 것이었다. 하향식 경매방식으로 운영되는 산지출하시장은 제한된 시간 안에 신속하게 거래가 이뤄지도록 해서 공정한 경쟁과 안정적인 가격 형성을 유도하도록 구축하였으나, 가장 중요한 것은 모든 생산자와 모든 구매자의 참여문제였다. 만일 산지출하시장 이외에서 거래가 이뤄질 경우 조직화된 산지출하시장의 기능은 의미가 없게 된다. 모든 생산농가와 산지유통인의 참여, 즉 ‘판매창구의 단일화’는 이론적으로는 동의할 수 있으나 현실적으로는 실현하기 어려운 일이다. 그러나 브레따뉴 생산농가들은 이러한 이론을 실천으로 옮기는데 성공했다.

6,000여 농가들을 대상으로 1,500회 이상 설명회를 개최한 끝에 1961년 3월 24일 마침내 Saint Pol de Leon읍 중심에 있는 성당 인근에 당국의 허가도 받지 않은 채 산지출하시장을 개설하였다. 그러나 시장은 초반부터 기대한대로 운영되지 않았다. 우선 산

21) SICA는 농민운동단체(Syndicat)가 중심이 되어 창설한 협동조합방식의 생산자조직으로 법률상 농업협동조합임.

지 유통인들이 시장참여를 거부하였다. 조합지도자들은 산지 유통인들이 참여하지 않을 경우 조합과 농가들이 직접 산지유통에 나서거나 다른 산지 유통인들을 모집한다는 약간의 협박성이 담긴 대안을 가지고 그들을 설득하였다. 게다가 적지 않은 농가들도 참여를 거부하였다. 경작지의 위치, 영농기술, 기존 산지 유통인들과의 유대관계 등 다양한 이유로 인해 기존 거래방식이 더 유리한 농가들도 적지 않았다. 다수의 참여 농가들은 참여를 거부하는 농가들에게 이기주의자 또는 기회주의자라고 비난했지만 참여를 이끌어내는 데는 실패하였다. 자발적 의사에 의한 만장일치를 도출하고 행동에 나선다는 것은 불가능한 일이었다.

SICA de Saint Pol de Leon 조합의 지도자들은 생산농가들의 이익과 공정한 거래질서를 구축할 수 있는 산지출하시장 운영에 대해 정부의 제도적인 대책마련을 요구하기로 했다. 즉 일정한 이익을 공유하는 범주에 있는 대다수의 농가들이 동의하는 제도나 정책에 대해 나머지 소수의 농가들도 의무적으로 참여하도록 하는 법의 제정을 요구하였다. 그러나 정부는 대응하지 않았다. 결국 약 2천여 농가들이 지방 청사를 점거하는 시위를 벌였고 주도자였던 알렉시 구베르넥 조합장과 그의 동료인 막셀 레옹이 경찰에 구속되었다. 이 사건은 프랑스 원예농산물 산지유통정책에 중요한 변화를 가져오는 계기를 만들게 된다. 브레타뉴 지역뿐만 아니라 전국에서 농가들이 시위를 벌이며 두 지도자의 석방을 요구했다. 이 사건으로 인해 드골 대통령은 농업부 장관을 교체했고 신임 장관은 취임직후 요청한 법안의 도입을 약속했다.

프랑스 정부는 이 사건을 계기로 일정한 경제적 이익의 범주에서 생산 및 출하활동을 하고 있는 생산농가 65% 이상이 동의하는 의사결정에 대해 나머지 농가들이 의무적으로 따르도록 하고, 지역 내 농협 등 모든 생산자 조직(Producer Organisation)들이 참여하여 광역단위 '원예농산물경제위원회(Comite Economique Regionale Agricole des Fruits et Legumes)'를 조직하도록 하는 법 규정을 1961년에 처음 제정된 '농업기본법'안에 명시했다²²⁾.

이 법에 근거해서 1965년에 SICA de Saint Pol de Leon 조합이 주축이 되고, 인근에 UCPI(4개 농협으로 구성된 농협연합)와 Saint-Malo 생산자 그룹이 참여하는 '브레타뉴 원예농산물경제위원회(Cerafel)'²³⁾가 창설되었다. 그리고 1967년에 마침내 브레타뉴 북부지역의 모든 농가들과 생산자 조직이 단일 출하시장과 통합브랜드 조직에 참여하게 되었다.

22) 1961년 농업기본법 및 1962년 보완법, 생산농가 그룹(조직)과 경제위원회에 관한 규정(les groupements de producteurs et les comites économiques).

23) 광역단위 원예농산물경제위원회는 지역 내 산지유통규칙의 수립 조정 감독, 품질관리 및 감독, 홍보 및 마케팅, 연구개발 등의 역할을 수행하는 기구임(직접 판매마케팅 사업을 하는 조직이 아님).

2.3. 영국시장 진출(1968~2000년)

브레타뉴는 채소 산업의 문제를 해결했다고 하여 모든 문제가 해결된 것은 아니었다. 브레타뉴 북부지역은 6천여 채소생산 농가들이 지역경제를 책임지고 있을 만큼 경제적 기반이 취약했다. 또한 농가당 경작면적이 적고 농가 수도 많았다. 그래서 채소 산업 만으로는 지역 경제발전을 이끌어 나갈 수 있는 여건을 마련하기 어려웠다. 1967년 총선거를 앞두고 SICA de Saint Pol de Leon 조합을 방문한 조루쥬 뵙피두 총리에게 조합원들은 다섯 가지 사항을 중앙정부에 요구했다. 첫 번째는 브레타뉴 서북부 중심 도시인 브레스트(Brest) 시에서 브레타뉴 주 소재지인 렌느(Renne)시까지 무료 이용 고속도로 건설, 두 번째는 자동전화 통신망 구축, 세 번째, 대학건립, 네 번째, 브레스트 시에 산업단지 조성, 다섯 번째, 로스코프(Roscoff) 항구를 정비해서 영국과의 해상교통 활성화 등을 요청하였다.

브레타뉴 농가들은 현실보다 미래를 요구한 셈이다. 도로와 통신망의 현대화는 지역 농산물 판매를 파리를 넘어 독일 시장까지 넓히겠다는 의도이며, 항구의 정비는 파리보다 가까운 영국 런던시장으로 진출하겠다는 의지의 표현이었다. 조합원들은 산업단지도 지역 농민들을 위해서 필요하다고 주장했다. 그러나 채소를 영국 시장으로 판매하는 것은 쉬운 일이 아니었다. 당장 마땅한 화물선이 없었다. 알렉시 구베르넵 조합장이 나서서 화물선을 구입하겠다는 방안을 제시했다. 대다수의 조합원들은 불가능한 계획으로 인식하고 소극적인 태도를 보였음에도 불구하고, 조합장은 이 방안에 찬성하는 일부 조합원들과 자금을 모아 스페인에서 낚은 화물선을 구입해서 수출을 추진하는 열정을 보였다.

당시에 알렉시 구베르넵 조합장은 “뜻이 있는 곳에 길이 있다(La ou il y a la volonte, il y a le chemin!)”는 유명한 발언으로 조합원들을 설득하였다. 영국으로 수출하는 채소를 나르는 화물선을 운영하던 조합은 1980년 대 중반 영국과 브레타뉴를 왕래하는 여객선 회사인 Brittany Ferries를 인수하게 되었고, 이후부터는 승객을 나르는 여객선 하단부에 채소를 적재해서 영국으로 수출하게 되었다. 이 당시부터 조합은 수출시장 개척에 적극 나섰고, 현재는 독일, 스페인, 스칸디나비아, 러시아 등 유럽 국가들은 물론 일본 등 34개국으로 채소를 수출하고 있다.

또한 브레타뉴 원예농산물경제위원회(Cerrafel)를 중심으로 재배기술센터(CATE), 광역지자체와의 협력을 통해 종자개발센터(BBV), 원예농산물 마케팅 전문교육기관(ISFFEL) 등의 운영을 통해 꾸준히 기술역량과 인적자원 역량에 투자하면서 경쟁력

을 강화시켜왔다.

2.4. 도전과 대응(2000~연계)

1960년대 이후 발전을 거듭해온 브레타뉴의 채소 농가들에게도 새로운 도전이 다가왔다. 2000년을 전후로 동유럽 국가들이 EU에 새로 가입한 것은 채소 소비인구의 증가라는 기회보다는 프랑스보다 다섯 배나 적은 저임금을 앞세운 이들의 농산물 가격 경쟁력이라는 도전을 의미하는 것이었다.

1961년 브레타뉴 농가들이 단결할 당시에 이러한 도전을 예견하지는 못했다. 그러나 협동조합연합조직을 중심으로 꾸준히 추진해온 변화와 혁신의 노력은 도전을 극복하는 원동력이 되고 있다. 첫째, 생산 품목과 품종을 다양화해서 현재는 약 40여 가지 품목과 품종을 생산하고 있다. 꾸준한 연구노력을 통해 지리적 표시 농산물, 유기농산물, 미니채소 등 시장 경쟁력을 향상시키기 위한 품목과 품종 개발에 성공했다. 두 번째, 지속적인 교육투자를 통해 젊은 농업인들의 기술역량이 향상되었다. 세 번째, 식량 소비가 감소하는 경향에 대비해서 구근류(球根類) 중심의 화훼산업을 육성해서 약 100여 농가가 참여하고 있다.

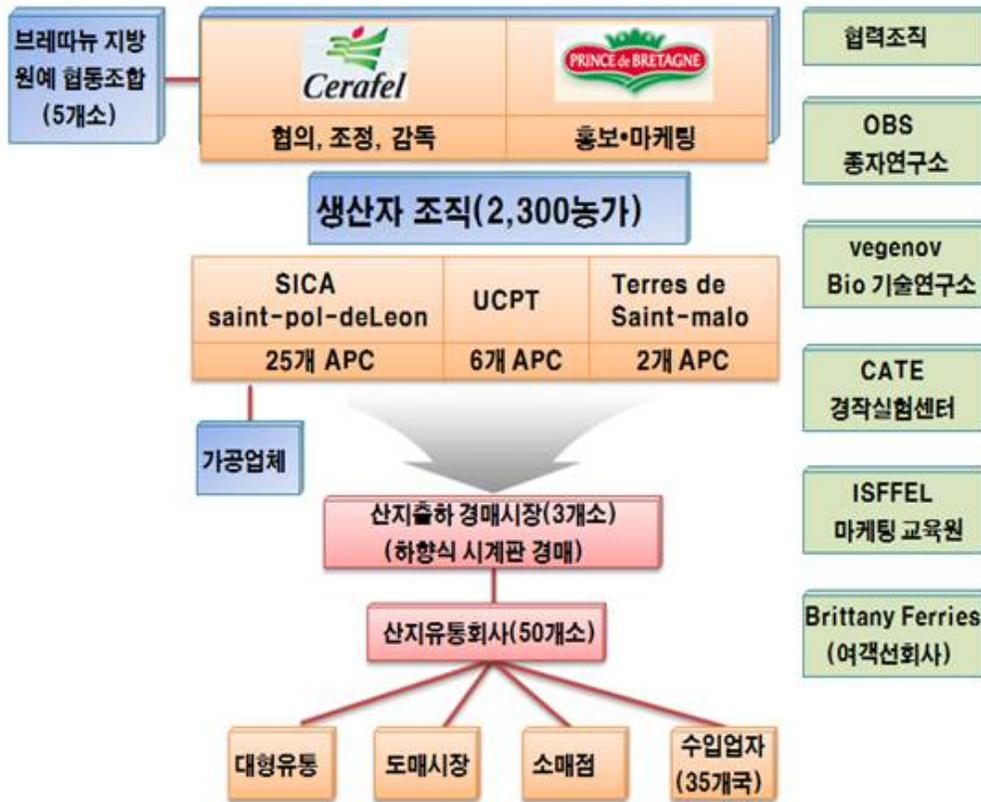
생산성과 품질향상, 소비자의 선호를 선도할 수 있는 품목과 품종의 혁신, 생산농가의 기술력 향상과 원예농산물 마케팅 인력의 육성, 지속적인 연구개발에 대한 투자는 미래의 도전을 극복하는 원동력이며, 1961년 당시 브레타뉴 농가들이 추구했던 “연대, 단결된 행동, 개별농가의 역동성” 이라는 정신과 전통에 기반을 둔 것이다.

3. 생산자 조직의 구조와 기능

3.1. 브레타뉴 채소생산자조직 산지유통체계

앞 절에서 설명한 것처럼 브레타뉴 협동조합연합은 브레타뉴 지방 북부 해안지역의 약 2,300 채소 생산농가들이 조직한 3개 협동조합 그룹들이 연합해서 출하창구를 단일화하고 공동브랜드를 사용하면서 산지유통 체계를 운영하는 조직체를 의미한다. 이들 3개 협동조합그룹은 브레타뉴 지방의 다른 원예협동조합들과 함께 참여하여 브레타뉴 원예농산물경제위원회(Cerafel)를 운영한다.

그림 4 브레타뉴 채소생산자조직 산지유통체계



브레타뉴 협동조합연합(3개 그룹)은 생산농가(2,300농가)에서부터 APC(33개소), 산지 출하경매시장(3개소), 산지유통회사(50개소), 소비자 유통업체 및 수입업체에 이르기까지 조직화를 통해 경쟁력을 강화시켜나가고 있다. 또한 연구소와 교육기관을 직접 또는 외부기관과 협력하여 운영함으로써 기술역량을 강화하고 지속적인 혁신을 추진함으로써 시장변화에 능동적으로 대처하고 있다.

3.2. 생산농가 및 주요 유통주체

3.2.1. 생산농가

생산농가들은 소비시장의 요구에 대응하기 위하여 품질을 개선하고 소득증진을 위하여 생산성 향상에 주력하고 있다. 첫 번째, 밭 단위에서 구별되는 이력추적²⁴⁾을 실시하고 있으며, 두 번째, 친환경적 방식에 의한 영농활동²⁵⁾ 세 번째, Global GAP,

Nature's Choice 등 소비자 유통업체요구 영농품질인증,²⁶⁾ 네 번째, 지리적 표시 농산물 생산, 다섯 번째, 맛과 향을 개선하기 위한 영농기술 혁신²⁷⁾에 노력하고 있다.

생산농가들은 수확한 채소를 당일 오후 정해진 시간까지 소속한 APC로 운송하여 입고하여야 한다.²⁸⁾ 품목에 따라서는 밭에서 수확과 병행해서 동시에 크기와 품질에 따라 선별작업을 실시하여 포장한다.²⁹⁾ 채소를 수확하기 이전이라도 생육상황, 날씨 전망, 수확작업 계획 등을 고려해서 예상 출하날짜를 APC에 사전에 통보할 수도 있다.

생산농가들의 의견은 두 가지 경로를 통해서 전달될 수 있다. 소속한 조합의 운영과 관련해서는 지역단위 대표인 조합 대의원(1명/조합원 7명)을 통해 제시되며, 생산하는 농산물의 품질 관련규정, 영농기술 문제 등은 품목별 협의회를 통해 협의된다.

3.2.2. 산지유통센터(APC)

APC는 취급품목별³⁰⁾로 전문화되어 있으며, 생산농가가 밭에서 선별하여 출하한 농산물은 품질규격을 검품하고 선별이 필요한 품목은 선별을 실시하여 산지출하시장에 출하하기 위한 출하단위(lot)를 구성한다. 특정 농가가 출하한 물량이 적은 경우 다른 농가의 같은 품질등급 농산물과 한단위로 묶어질 수도 있다. 검품과 선별을 마치고 구성된 상품은 구매자에게 인도할 때까지 품목에 따라 적정온도를 유지하는 예냉고(豫冷庫)에 저장한다.

한편 APC 사무실은 구성된 출하단위(lot)와 일부 농가들이 수확 전에 출하를 예고한 정보들을 취합하여 산지출하시장에 전산망을 통해 통보한다.³¹⁾ 이 정보에는 출하단위 별로 구매자에게 상품을 인도할 수 있는 일자와 시간을 명시한다. 즉 경매 당일에만 출하하는 것이 아니라 미리 경매하고 수일이 지나서 상품을 인도하는 출하예고도 가능하다. 산지출하시장에서는 상품을 보지 않고 각 APC에서 보낸 출하정보를 보고 경매거래를 실시한다.

출하농가와 APC는 시장상황과 생육상태를 면밀하게 분석해서 출하전략을 적절하게 수립해야 한다. 예를 들어 화창한 날씨가 수일 간 지속되면 수확량이 늘어나고 가격이

24) 모든 농가 의무실시.

25) 자체규칙 및 매뉴얼에 의거하여 모든 농가 의무실시.

26) 자발적 참여농가.

27) 자발적 참여.

28) 양파, 마늘 제외.

29) 토마토, 딸기, 오이, 감자 등은 APC에서 선별.

30) 취급방법이 동일한 품목군.

31) 3개 시장에 동시에 전달.

하락할 가능성이 높다. 이런 흐름을 고려하지 않고 출하량을 늘리면 산지출하시장 감독관이 최저가격 이하에 거래될 가능성을 고려하여 산지 폐기를 하거나 또는 가공공장으로 출하하도록 조치하게 되므로 제 가격을 받기 어렵고 자조금 부담도 지게 된다.³²⁾

모든 APC는 협동조합이 소유하여 운영하는 것은 아니며, 소유와 운영의 형태는 농협, 농가 그룹, 특정 농가나 개인 등 다양하다. 모든 APC들은 운영비용과 상품화 및 저장비용을 동일한 기준으로 책정해서 해당 농가들이 부담한다. 농가는 APC를 경유하지 않고 출하할 수도 있다. 그러나 APC를 경유하지 않는 상품이 구매자들로부터 관심을 끌기는 어렵고 개별농가는 시장정보를 분석하는데 한계가 있기 때문에 일부 품목을 제외하고는 전체 농가가 APC를 경유하고 있다.

3.2.3 엽동조합

브레타뉴 채소협동조합연합에 참여하고 있는 3개 협동조합그룹의 중요한 임무 중 하나는 산지출하경매시장을 운영하는 것으로, 프랑스는 물론 나가서는 EU 시장 전체의 시장흐름과 생산현황 등을 분석해서 산지출하시장의 거래가 안정되도록 관리해야 한다. 또한 소비자 시장의 변화를 면밀하게 분석해서 생산농가들이 대응할 수 있는 수단을 강구하고 지도하는 역할을 수행한다. 관련 연구소와 함께 신상품종을 개발하고 영농기술의 문제점을 개선해나가면서 Cerafel을 중심으로 홍보와 마케팅을 강화해나가고, 프랑스 정부와 EU를 상대로 정책협의를 통해 조합원들의 이익을 대변하는 역할도 수행한다.

협동조합의 가장 중요한 임무는 조합원 농가들의 역동적이고 생산적인 소통을 통해 단결과 연대를 이끌어가는 것이다. 2,300여 농가들이 당면한 문제는 항상 존재하며, 하나의 문제를 해결하면 더 나은 발전을 위해서 다음의 문제를 해결해가는 것이 협동조합의 역할인 것이다.

이러한 조합원들의 단합을 통해서 구축한 중요한 전략 중 하나는 최저가격 유지와 자조금이다. 브레타뉴 지역은 온난한 기후의 장점을 활용해서 겨울과 초봄에는 높은 가격을 받지만 날씨가 더워질수록 다른 지역의 공급량이 늘어나면서 가격이 내려가는 문제를 해결해야 했다. 1961년 협동조합연합을 조직할 당시 농가들은 일상적으로 생산되는 노지채소의 폭락한 가격을 다시 회복시키는 일이 쉽지 않다는 교훈을 가지고 있었기 때문에 산지출하시장에 최저가격 제도를 도입했다. 가격이 일정 수준 이하로 하락할 경우 또는 예상될 경우, 경매거래를 중지하고 팔리지 않은 나머지 물량을 산지에서 폐기하거나 가공공장으로 출하하는 방식을 채택했다. 폐기 또는 가공물량에 대

32) 폐기 및 가공공장 출하에 따른 손실금에 대한 자조금은 당일 출하한 농가들 간에 분담.

한 보상은 당일 출하한 농가들이 분담하는 방식이다. 이러한 방식은 경험을 통해서 사전 대응책을 마련하는 방식으로 변화하여, APC 단위로 자체 출하량을 조정하거나 가공업체와의 원물공급물량을 사전에 계약하는 방식을 통해 산지출하시장에서 과잉공급이 발생하지 않도록 노력하고 있다.

또한 Cerafel을 중심으로 일반 자조금을 각출해서 브랜드 홍보와 마케팅 활동을 강화함으로써 브레파뉴 채소에 대한 소비자들의 인지도를 높이고 연구개발을 통한 품질차별화에 대한 노력도 협동조합의 역할이다.

3.2.4. 산지출하시장(marche au cadran)

3개 협동조합그룹이 운영하고 있는 산지출하시장(3개소)은 네덜란드에서 사용하는 시계판을 이용한 하향식 경매시스템을 운영하고, 각 시장은 3개 시장에 출하된 농산물을 순서에 따라 차례로 경매를 실시해서 구매자들은 어느 경매장에서나 3군데 출하된 농산물을 구매할 수 있다. 계절에 따라 개장시간의 차이는 있으나 대체로 시장은 새벽에 시작해서 오전 10시 무렵에는 거래를 마친다.

경매거래는 감독관의 통제 아래 진행되고 표시가격이 내려가는 동안 구매자들은 버튼을 눌러서 구매의사를 표시하는 방식이기 때문에 경매거래 속도는 매우 빠르다. 각 상품이 경매거래에 상장될 때마다 구매자들이 유의할 수 있도록 최저구매물량과 최저가격이 제시된다. 각 시장은 개장시간 이전에 각 APC로부터 취합된 출하정보를 종합해서 출하자료³³⁾를 배포하고 출하자료에 정해진 순서에 따라 경매에 들어간다. 경매에 참여하기 위해서는 Cerafel 또는 협동조합을 통해 등록해야 한다. 등록자격 요건은 브레파뉴 지방에 주 사업장을 가지고 있어야 하며 일정한 수준의 거래물량을 연중 취급해야 한다. 이러한 조건은 대형유통업체 직원의 경매참가를 제한해서 시장거래 왜곡 가능성을 사전에 방지하고, 소규모 물량을 불규칙적으로 구매하는 경우 시장의 흐름에 방해적인 요소가 발생할 수 있기 때문에 제한하고 있다. 구매자는 거래 대금을 당일에 지급하는 것이 원칙이며 신용을 얻기 위해서는 협동조합과 별도의 요건을 충족하여 협의해야 한다. 구매한 상품을 인도받기 위해 APC에서의 검품과정에서 하자가 있을 경우 구매자는 Cerafel를 통해 문제를 제기하고 중재를 요청할 수 있다. 그러나 대부분의 경우 APC들은 신뢰와 명성을 유지하기 위해서 고의적으로 품질을 위반하는 경우는 없으며 실수로 발생할 가능성은 있다.

33) 출하예고자료는 품목별로 작성되어 있으며(색깔이 다른 유인물로 인쇄하여 배포), 출하APC명, 출하물량, 품질등급, 구매자에게 상품인도가 가능한 일자, 시간, 장소 등 필요한 정보가 상세하게 수록되어 있음.

그림 5 산지출하시장의 모습 : 1970년대(좌), 2000년대(우)



3.2.5. 산지유통외사(Expeditors-Negociants)

브레타뉴의 조직화된 산지유통체계를 작동하기 위해서는 산지유통회사의 역할이 매우 중요하다. 산지출하시장에서 상품을 구매한 산지유통회사들은 프랑스 시장은 물론 34개국에 달하는 수출시장으로 판매하는 역할을 수행한다. 대형유통업체, 도매시장, 소매점포 등 다양한 경로를 통해 판매하는 산지유통회사들은 브레타뉴의 생산농가들과 협력 및 상생하는 동반자 관계라는 인식과 전통을 가지고 이를 기반으로 사업역량을 발전시켜 왔다. 산지유통회사의 개소 수는 조직화 이전인 1950년대에는 80여 개소였으나 현재는 약 50여개소로 줄어들었다. 그러나 이들의 취급액 규모는 크게 성장해서 기업형태를 갖추고 있고, 각 산지유통회사별로 다양한 판매처를 상대하고 있기 때문에 산지출하시장에는 판매처별로 직원들이 분산되어 경매에 참여하여 구매하고 있다.

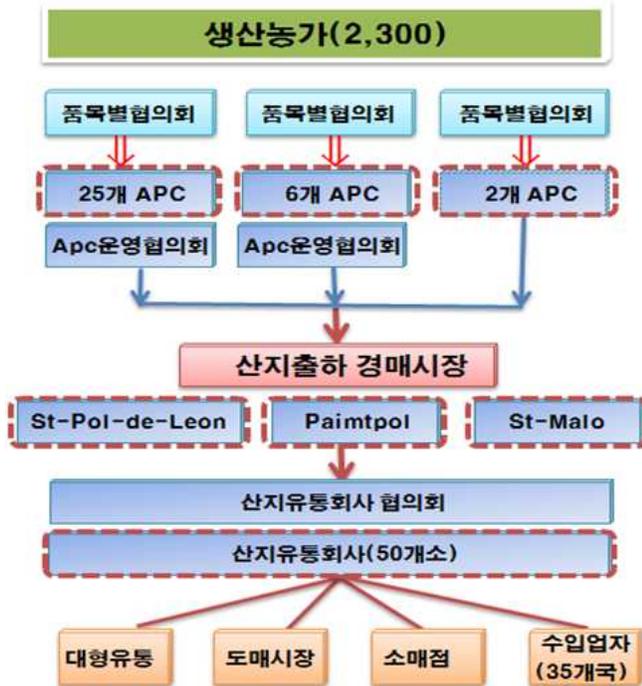
산지유통회사들의 첫 번째 유형은 산지출하시장 인근에 물류기지를 갖추고 대량구매를 통해 영국과 스칸디나비아 등지로 수출하는 업체들로 일부 업체는 Prince de Bretagne 브랜드 옆에 자체브랜드를 부착하여 판매하기도 한다. 인근 Roscoff 항구에서 출항하는 여객선 하단에 있는 화물칸은 이들에게 중요한 물류수단이 되고 있다. 두 번째 유형은 파리, 브뤼셀, 프랑크푸르트 등 중부유럽 지역의 대형유통업체에 판매하는 업체들로 이들은 APC에서 바로 육상을 통해 상품을 공급한다. 세 번째 유형은 프랑스 지방시장이나 소규모 유통조직에 판매하는 업체들로 필요한 경우에는 APC에 소포장을 의뢰하기도 한다.

산지유통회사들도 간접적으로는 Cerafel의 일원이며 협동조합의 동반자이기도 하다. 산지유통회사들이 지불하는 수수료와 자조금은 Cerafel를 통해 홍보와 마케팅을 활성화하는데 기여하고, 이들이 제공하는 소비지에 대한 정보는 생산농가들의 생산기술혁신과 품질개선에 중요한 역할을 하고 있다.

3.2.6. 브레타뉴 원예농산물경제위원회(Cerafel)

브레타뉴 원예농산물경제위원회(Comite Economique Regional Agricole de Fruits et Legumes, Cerafel)는 브레타뉴 북부지역의 채소협동조합연합(3개 협동조합그룹)과 브레타뉴 중서부 지역의 원예협동조합(5개소)이 참여하여 운영하는 광역단위 원예농산물 유통협의체다. 1960년대 브레타뉴 채소생산 농가들이 주도하여 생산자 조직화와 시장 조직화를 추진하면서 일정 권역 안에서 이익을 공유하는 생산농가, 산지유통조직들³⁴⁾의 다수(65%)에 의한 의사결정방식 도입과 결정된 사항에 대한 모든 주체들의 의무적 시행을 위하여 도입한 법에 의해 설립된 기구이다.

그림 6 생산에서 마케팅에 이르는 총괄체계



34) 협동조합, 산지유통회사 등.

Cerafel의 임무는 첫째, 참여주체들 간의 협력과 소통을 통해 당면한 문제를 해결하기 위한 방안을 도출하고 실행하는 것이며, 두 번째, 통합브랜드 및 브랜드 상품의 품질관리 규정을 수립하고, 생산자와 산지유통조직들의 관련 규정 이행 현황을 모니터링하고 감독하는 역할을 수행하는 것이다. 세 번째 임무는 소비자 선호와 시장 트렌드를 분석해서 신상품 개발, 포장디자인 개발, 물류기술 혁신 등 연구 및 개발을 지원하는 것이며, 네 번째는 소비시장에 대한 홍보와 마케팅을 수행하는 것이다.

특히 홍보 및 마케팅은 가장 중요한 활동 중 하나로, 언론홍보, 소비자들의 채소 소비 권장을 위한 요리, 건강, 어린이 교육 등 다양한 프로그램 실시, 도매상인과 대형유통업체 직원들에 대한 채소 취급기술 교육 등 다양한 활동을 벌이고 있다.

4. 브레타뉴 채소협동조합연합의 시사점

브레타뉴 채소협동조합연합의 단결의 역사와 우수한 경쟁력은 프랑스뿐만 아니라 서유럽지역 농업계에 널리 알려져 있다. 또한 네덜란드 화훼의 95%를 취급하는 Flora Holland 협동조합, 네덜란드 원예농산물의 50% 이상을 취급하는 Greenery 협동조합도 생산농가와 생산자 조직의 단결의 역사를 가지고 있는 대표적인 사례다. 브레타뉴와 네덜란드의 경험을 계기로 서유럽의 대부분의 원예농산물 생산농가들과 협동조합들은 글로벌 시대에 경쟁력을 확보하기 위해 협동조합들의 연합 또는 합병을 통한 판매창구의 단일화, 브랜드 마케팅 향상, 품질혁신과 생산성 향상, 신상품개발과 소비자 서비스 강화를 추진해오고 있다. 이러한 경향은 이미 낙농부문과 축산부문에서도 확인되고 있다.

우리나라 원예농산물 생산농가들과 협동조합들은 이제 읍면 단위를 넘어 시군 단위 수준의 규모화를 추진하고 있는 실정이다. 그것도 생산과 산지유통의 주체들이 아닌 정부가 앞장서서 주도하고 있다. 우리의 경쟁력이 취약한 이유가 농업 생산력이나 기술역량에서 서유럽에 뒤처지기 때문이라는 설명은 수긍할 수 있다. 그러나 생산농가들과 협동조합의 조직력과 단결력이 서유럽에 뒤지는 것은 어떻게 설명할 것인가? 브레타뉴는 프랑스의 다른 지역에 비해 불리한 여건을 갖고 있었기 때문에 경쟁력의 원천을 생산농가들의 단결에서 찾았다. 그것도 대다수 농가들의 단결이 아닌 모든 농가들의 일치단결이었다. 자발적으로 안 된다면 법으로도 강제하겠다는 의지가 정부가 아닌 생산농가와 협동조합 지도자들로 부터 발의된 것이다.

브레타뉴 채소협동조합연합과 서유럽의 생산자 조직화에서 얻어지는 가장 중요한

시사점은 생산농가들의 자발적인 단합을 이끌어내고 단합된 힘을 기반으로 규모화 경쟁력을 추구하는 것이다. 매출액 4억 유로의 2%만 모은다고 가정해도 800만 유로의 자금이 되고, 이를 기반으로 우수한 경영인력 확보, 농가역량강화 교육, 신상품 연구개발, 포장디자인개발, 홍보사업을 충분히 할 수 있다. 게다가 교육, 연구개발, 마케팅 부분에는 생산자조직이 투자한 만큼 EU가 자금을 지원한다.³⁵⁾

우리의 원예농산물 유통정책은 생산농가들이 자발적으로 단결하고 생산자 조직 스스로가 연합해서 규모화 경쟁력을 키우려는 생산자 조직에 집중해야 한다. 생산역량 강화를 위한 생산시설 지원정책도 이러한 자발적으로 혁신을 추구하고 노력하는 생산자 조직을 중심으로 지원해야 한다. 왜냐하면 산지유통의 규모화와 판매 창구의 단일화는 경쟁력 강화를 위한 통로를 구축하는 것이고, 진정한 생산자 조직의 경쟁력은 생산성 향상과 품질혁신에서 오는 것이다. 나가서는 신상품 및 신상품 개발, 영농기술력 향상과 같은 생산부분의 혁신이 경쟁력의 핵심인 것이다.

우리는 과연 생산농가의 자발적인 조직화를 통해 단결하고 생산자 조직들의 연합을 통해 규모화 경쟁력을 갖출 수 있을까? 그래서 수입 농산물의 도전을 극복하고 세계 시장으로 진출할 수 있을까? 상황을 절망적으로 생각하기에는 아직 이르다. 브레타뉴 채소협동조합연합의 알렉시 구베르넥(A. Gouvernec) 조합장이 역설한 “뜻이 있는 곳에 길이 있다(La ou il y a la volonte, il y a le chemin!)”라는 정신은 좌절과 갈등 속에 있었던 브레타뉴 채소 농업을 역동적인 발전의 역사로 바꾸었다.

참고문헌

SICA SAINT POL DE LEON, 2002. *40ans :1961-2001*. Sica Saint Pol de Leon.

참고사이트

SICA Saint Pol de Leon(씨까 드 썩 폴 드 레옹 조합) www.sicastpol.fr

UCPT(뽕폴 및 트레기에 조합공동사업법인) www.ucpt-paimpol.com

CERAFEL(브레타뉴 원예농산물경제위원회) www.princedebretagne.com

AGREST(프랑스 농업통계, 평가, 전망) agreste.agriculture.gouv.fr

35) EU의 원예농산물 시장정책의 핵심은 생산자조직(참여농가가 생산한 농산물 전량을 출하하는 조직)이 계획생산을 통한 자율수급조절, 연구개발, 친환경 영농 및 상품화 확대, 홍보마케팅에 대한 투자활동(Operation Project)을 실시할 경우 투자자금의 50%를 지원하는 Operation Fund(운영기금정책)임.