

상생을 위한, 지속가능한 협력에 주목하다

사람과 지구가 행복해지는 커피와 차 이야기

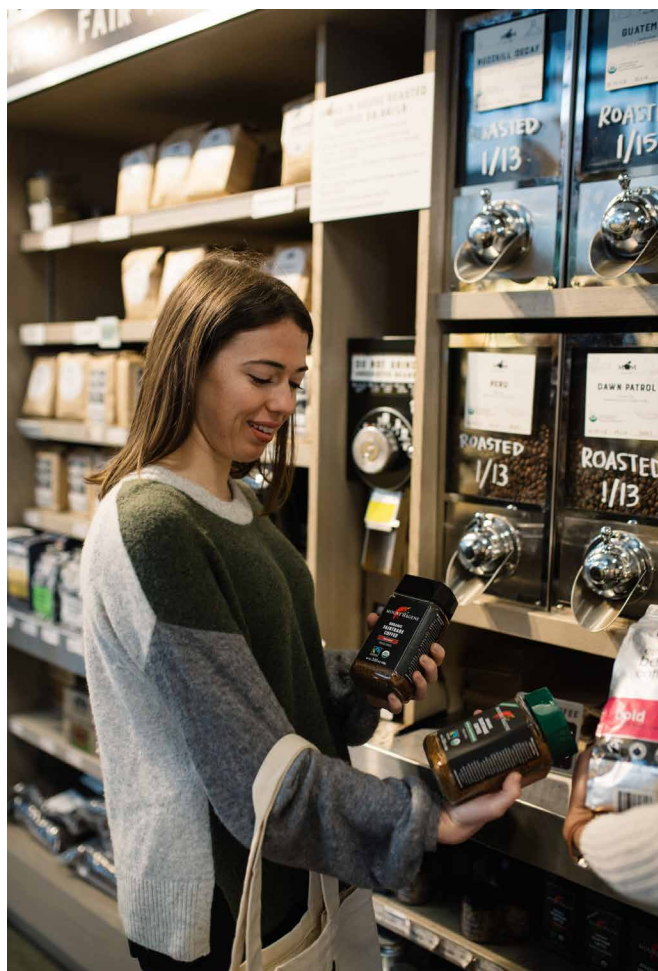
[연재순서]

- 1회 상생을 위한, 지속가능한 협력에 주목하다
- 2회 커피/차 한잔으로 세상을 바꿀 수 있다고?
- 3회 레드오션 커피산업과 지속가능성 / 우아한 티타임 뒤의 불편한 진실
- 4회 스페셜티 커피 분야에 공정무역 커피를 가져오다
- 5회 성평등에 기여하는 공정무역 커피/차
- 6회 대륙별 공정무역 커피/차 산지 비교





과거부터 우리가 현재 겪고 있는 문제의 대부분은 '지속 가능성'이라는 부분을 너무 가벼이 보았기에 발생한 것이 아닐까 생각한다. 국제공정무역기구 한국사무소는 앞으로 6회의 연재를 통해 공정무역인증 커피를 기업이 도입해야 하는 이유와 사례를 들고자 한다. 생산자에게 지속 가능한 삶이 기업의 매출을 증진하고, 소비자에게는 안전성, 신뢰성, 윤리성, 투명성을 보장하는 '사람과 지구가 행복'해지는 공정무역인증 커피와 차를 소개하는 시간을 가지려고 한다.



코로나와 커피 무슨 상관일까?

연일 뉴스에서는 코로나19가 경제에 미칠 영향을 수치화해서 보도하고 있다. 특히, 식량을 생산하는 국가들이 코로나19에 대처하기 위해 식량 수출을 막고 생산을 셧다운(Shutdown) 하는 등 전염병 위기가 글로벌 식량 대란으로 번지고 있는 모양새다. 커피와 차 산업도 예외가 될 순 없다. 남미의 많은 커피 생산국들의 국경이 차단되고 물류가 막히고 생산시설도 폐쇄되고 있다. 당장 인도 정부의 셧다운 정책으로 인도의 차 농장 또한 문을 닫은 곳이 수도룩하고 이 현상이 언제까지 지속될지 모른다는 불안감이 우리를 지배하고 있다.

최근 가장 흥미로웠던 뉴스는 우리나라 기온이 1도 올라갈 때마다 전염병 발생률이 4.27% 증가한다는 분석이었다. 기후 위기로 살 곳을 잃은 야생동물은 사람이 사는 곳으로 이동하고 사람과의 접촉이 늘어나는 만큼 바이러스도 공유하기 때문에 자연스럽게 코로나19와 같은 전염병이 증가할 수밖에 없다. 또한, 최근 환경단체가 낸 보고서에서는 10명 중 8명 이상이 코로나19와 기후변화가 관련이 있을 것이라고 답했다고 한다. 결국엔 지속 가능성을 하찮게 여겼던 인간의 책임으로 귀결된다. 이 시점에서 우리는 '지속 가능성'과 '지속 가능한 생산을 보장해주는 공정무역(Fairtrade)'에 대해 고찰해보는 시간이 필요하다.

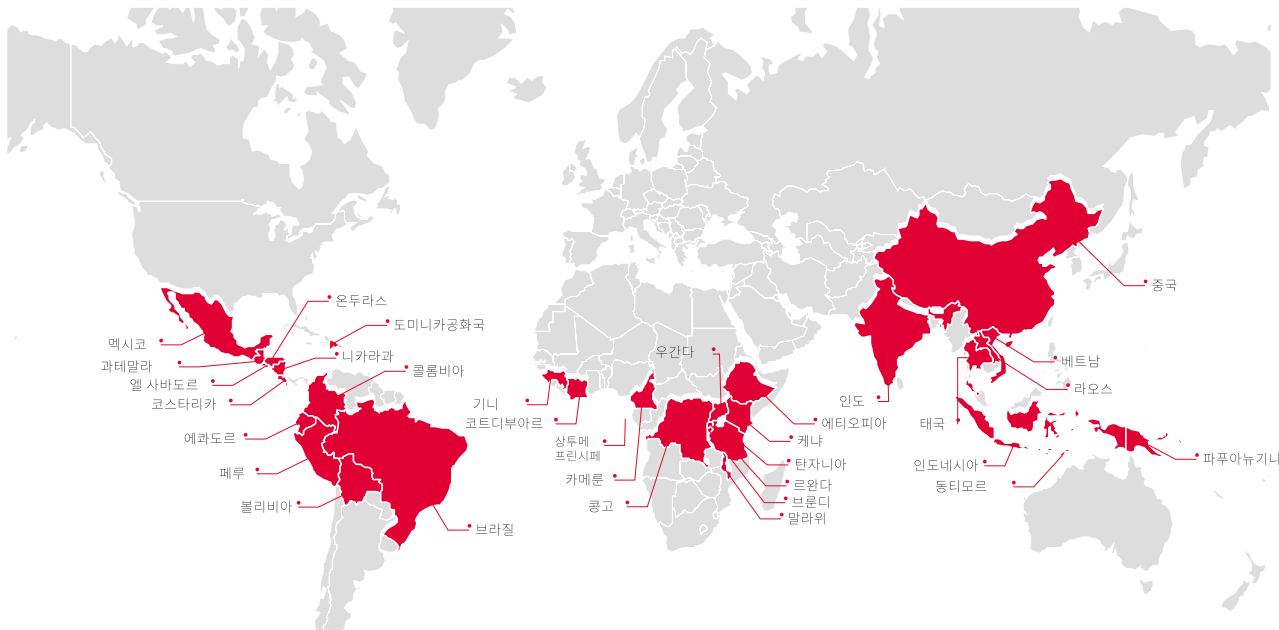
지속 가능한 커피 산업을 위하여

코로나19로 인한 시장의 불확실성으로 커피 산업 또한 큰 타격이 불가피해 보인다. 커피산업의 미래는 고객의 기대에 부응하는 고품질 커피의 지속적인 공급에 달려있다. 만약 커피 생산자들이 농장을 운영하지 못하면 어떤 일이 발생할까? 한국의 커피 가격은 폭등할 것이고, 커피 산업에 종사하는 모든 사람들이 어려움을 겪을 것이다. 그러니 이런 세계적인 위기 속에서 생산자가 빈곤해지는 것이 단순히 생산자만의 문제가 아니라는 것이다.

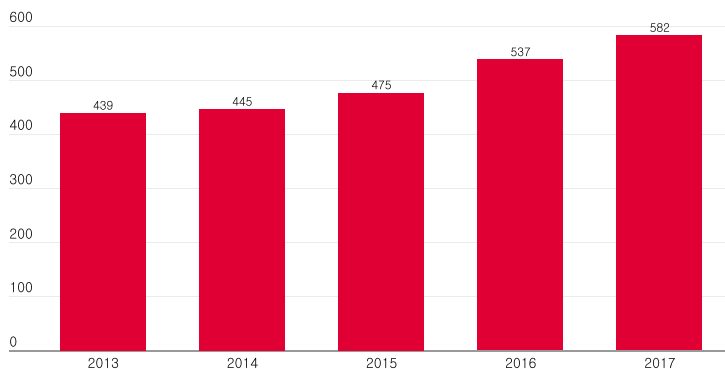
우리는 모두 정치, 경제, 사회, 환경적으로 상호 연결된 세계에 살고 있다. 여러 요인으로 인해 커피 생산자들이 지속 가능한 농업에 종사하지 못한다면 한국의 커피 산업과 소비자도 큰 영향을 받을 것이다. 이미 코로나19의 영향으로 올해 생두의 질이 현저히 떨어질 것으로 예상된다. 이에 따라 전세계적으로 로부스타(Robusta) 수요로 대체하려는 전략을 준비하고 있다.

코로나19로 인한 위기를 차치하고도 애초부터 글로벌 커피 가격은 변동이 매우 심하고 이로 인해 커피 생산자들의 생계도 위협받아 왔다. 2019년 초에는 커피 가격이 1달러 미만으로 떨어진 일이 있었다. 전세계 커피 공급망의 가장 중요한 구성원인 커피 생산자들은 정당한 대가를 지급받아야 하지만, 결국에는 생산비용 미만으로 판매하는 일이 부지기수이다.

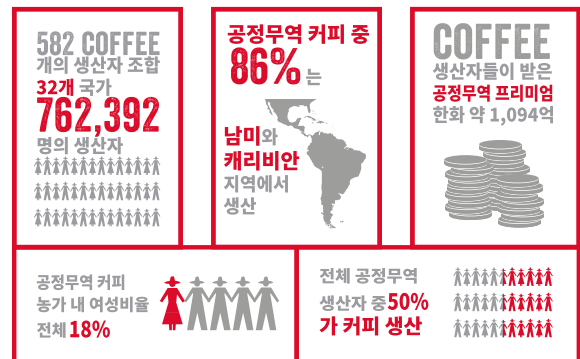
공정무역은 구매자가 '최저금액'을 지불해야 하는 유일한 인증 시



공정무역 인증 커피 생산지 32개 국가



공정무역 인증 커피 생산자 조합의 수(2013~2017)



coffee_key data

시스템을 가지고 있다. 또한, '공정무역 프리미엄'을 지불함으로써 커피 생산자가 커피 생산활동으로 빈곤을 탈출할 수 있는 길을 보장하고 있다. 생산자들이 지속적으로 커피를 재배할 수 있도록 지속 가능한 미래를 보장하는 것이다. 그러므로 생산자, 관련 기업, 소비자가 함께 살기 위해서는 공정무역 커피의 지속 가능한 선순환을 주목해야 한다.

왜 '지속 가능성 스토리텔링'을 마케팅에 활용하지 않는 걸까?

커피 산업은 레드오션이지만 지속 가능성을 추구하는 스토리텔링 마케팅은 블루오션이다. 한국의 대형 커피 프랜차이즈들의 실적이 줄줄이 침체인 것은 더이상 새로운 사실이 아니다. 이런 와중에 지난해 롯데GRS의 커피 브랜드 엔제리너스는 국제공정무역기구

한국사무소와 상호협력 업무협약(MOU)을 체결하고 국내 커피 프랜차이즈 최초로 공정무역 인증을 받았다. 그리고 2019년 5월 9일 공식적으로 공정무역 싱글오리진 커피를 출시했다.

놀라운 사실은 예측한 것보다 더 높은 실적을 거뒀다는 것이다. 출시 전과 비교해서 싱글오리진 매출이 30~50%(지점별 상이)가 늘었다고 한다. 또한, 싱글오리진을 취급하는 엔제리너스 가맹점수도 2배 가까이 늘었다. 점주들 또한 '공정무역(Fairtrade)' 커피를 판매한다는 자부심을 느낀다는 말이 된다. 지난해 말에는 이를 비롯한 여러 복합적인 노력으로 한국농물협회컨설팅이 주관하는 2019년 한국 산업의 고객만족도(KCSI) 조사 커피전문점 부문에서 1위로 선정됐다.

커피 기업들은 생산자들의 이야기를 마케팅으로 활용하지 않을



이유가 없다. 공정무역은 아동노동금지, 여성차별금지, 농약사용 금지, GMO금지를 통해 소규모 생산자들의 인권 평등, 경제·사회·환경적 개발을 추구한다. 이제는 공정무역이 갖고 있는 글로벌 환경 기준을 포함한 진화된 스토리텔링 마케팅을 활용해 소비자의 마음을 움직일 때이다. 공정무역 인증 커피를 생산하는 공정무역 지역 생산자의 이야기를 스토리텔링 마케팅에 활용할 수도 있다.

“이제 생산자의 이야기에 귀 기울여 보세요”

“우리 카페는 아동노동금지, 여성차별금지, 농약사용금지, GMO금지를 통해 얻은 고품질 커피를 판매합니다”

“사람과 지구를 행복하게 하는 공정무역 커피”

등의 커피 광고가 나올 때가 됐다.

밀레니얼들은 출처를 원한다

코로나19 이후 전세계 사람들의 최우선 가치는 안전한 먹거리와 더불어 사람과 지구가 행복한 안전한 소비가 될 것이다. 특히, 앞으로 소비 트렌드를 주도할 밀레니얼 세대는 건강과 식생활에 투자를 아끼지 않으며 소유보다는 공유를 지향한다. 이들은 자신들이 먹고 마시고 쓰는 것을 누가, 언제, 어디서, 어떻게 만들었는지

알고 싶어한다. 출처에 대한 요구뿐 아니라 나의 소비가 미치는 영향에도 민감하다. 내가 어떤 것을 소비했을 때, 내가 살고 있는 사회와 지구에 어떤 영향을 미치는가를 고민한다. 왜냐하면 그들이 살게 될 지구는 이제껏 우리가 알던 지구와 다르기 때문이다. 우리는 기후 위기를 막을 수 있는 마지막 세대이고, 밀레니얼 이후의 세대들은 우리가 막지 못한 기후위기의 영향을 몸소 느끼게 될 것이다.

“지속 가능성을 추구하기 위해서는 왜 ‘공정무역’인가?”라는 물음에 안전성, 신뢰성, 윤리성, 투명성을 보장하는 공정무역이 그 답이 될 것이다.

국제공정무역기구 한국사무소 웹사이트에서 ‘한국 공정무역지도’를 통해 공정무역 인증 제품의 판매처를 확인할 수 있고, ‘공정무역 기업지원 B2B 웹사이트’를 통해 글로벌 원료 및 원자재를 구하고 있는 한국 기업을 돕고 있다. *Coffee&Tea*

국제공정무역기구 한국사무소 홈페이지: fairtradekorea.org

공정무역 기업지원 B2B 웹사이트: b2b.fairtradekorea.org



지동훈

現 국제공정무역기구 한국대표
現 한국공정무역재단 이사장