

축산업선진화 대국민 공감대 형성을 위한 선진 홍보현장 연수 출장복명서

2011. 11.



목 차

I. 출장개요	1
II. 출장 내용	3
1. 영국 친환경 축산농장(SHEEPDROVE ORGANIC FARM)	3
2. 영국 영국 친환경농장(Garson Farm)	7
3. 영국 'Korea Foods' 등 유통매장	9
4. 프랑스 BIOCOOP(바이오마켓) 및 직거래 장터	10
5. 프랑스 센마리엔느 농업회의소	11
6. 프랑스 형지스(RUNGIS) 국제농수축산물도매시장	14
[참고1] 영국 농어촌 관광 활성화 정책 및 홍보	16
[참고2] 프랑스 농어촌 관광 활성화 정책 및 홍보	18

I. 출장 개요

□ 목 적

- 구제역 등 가축질병에 대한 홍보효과 제고를 위해 해외 선진사례 및 현장견학을 통하여 주요 국가의 홍보현황을 파악하고, 정책고객 관점에서 정책홍보실태 조사
- 구제역, 농수산물 소비촉진, 농어촌 활력 창출 등 주요 농정 현안 홍보계획 수립 및 추진 시 시사점을 도출하고, 도입 가능한 홍보 기법의 발굴 노력

□ 일 정

- 방문 국가 및 기간 : 영국 및 프랑스, **2011. 10. 30~11.06(6박 8일)**
- 주요 방문지역 및 기관

일자	방문지역	방 문 기 관
1 일 10.30(일)	런던	- 숙소도착
2 일 10.31(월)	런던	- 친환경 축산농장(SHEEPDROVE ORGANIC FARM) 방문
3 일 11.01(화)	런던	- 고객이 스스로 찾아와 지역 농축산물을 구매하는 친환경농장 Garson Farm - KOREA Foods 매장 및 TESCO 대형유통매장 견학
4 일 11.02(수)	런던/파리	- 프랑스 이동
5 일 11.03(목)	파리	- BIOCOOP(파리 시내 바이오마켓) 견학 - 센마리엔느 농업회의소(농업회의소의 농가소득 증대 홍보 사례)
6 일	파리	- 유럽의 대표 축산물 도매시장, 형지스(Rungis) 방문(축산물

- 1 -

11.04(금)		도매시장 운영 및 콜드체인시스템 견학)
7 일 11.05(토)		-귀국(11.05-11.06)

□ 참여 대상 : 총 9명

- 농식품부(3명) 및 관계기관(6명)
 - 농식품부 : 홍보담당관, 사무관 등 3명(가축질병 및 축산업선진화 정책 대국민 홍보 업무 담당)
 - 관계기관 : 문화체육관광부 1명, 농림수산검역검사본부 1명, 농수산물유통공사 2명, 농촌정보문화센터 2명
- 참가자 명단

구 분	대 상 자		
	성 명		소속 및 직위
농림수산식품부(3)	박 상 호	Park Sang Ho	홍보담당관
	박 용 열	Park Young Ryel	홍보담당관실 사무관
	김 진 수	Kim Jin Soo	홍보담당관실 주무관
농림수산검역검사본부(1)	이 병 권	Lee Byoung Guan	사무관
문화체육관광부(1)	최 영 진	Choi Young Jin	사무관
농수산물유통공사(2)	노 윤 희	Roh Yoon Hee	차장
	김 광 석	Kim Kwang Seok	과장
농촌정보문화센터(2)	김 상 호	Kim Sang Ho	팀장
	이 인 아	Lee In Ah	차장

- 2 -

II. 출장 내용

1 영국 친환경 축산농장(SHEEPDROVE ORGANIC FARM)

□ 농장 개요 및 주요 특징

- (개요) 런던에서 약 1시간 30분 거리로 1997년에 농장을 시작하여 현재 친환경에너지를 이용하여 농장을 관리하며, 직접 농가에서 생산된 제품을 판매(영국 정부 우수농가에 선정)
 - 2,250에이커(약 5백6십만평)의 땅에 소, 돼지, 양을 키우는 목장과 유기농 채소밭, 방문 센터, 정육점이 위치
 - 30년 전 건강을 지키기 위해 시작한 유기농농장은 이제 전 세계 많은 사람들이 영국 유기농을 배우기 위해 방문하는 대표적인 농장이 됨
- (가축사육) 쉽드로브 농장의 소는 성장촉진제나 호르몬 투입 없이 봄~가을 신선한 풀을 뜯어 먹다가 겨울에는 축사에서 목초나 건초를 먹음
 - 추운 겨울을 제외하고 모든 동물을 방목 하는 이유는 동물다운 생존을 위해서는 자연 속에서 자라야 한다고 믿음에 있으며, 결국 이러한 방법이 가축이 전염병을 이겨낼 면역력을 키우고 항생제 사용을 억제하는 효과를 얻음
 - 돼지를 위한 사육장은 가족 단위로 사육하여 최대한 스트레스를 줄이고 새끼가 어느 정도 성장 후에 다른 장소로 옮겨 길러 건강한 돼지를 생산함
 - 축산업에서 가장 문제되는 축산폐수도 5단계의 갈대밭과 연못을 통과하면서 전혀 전기를 쓰지 않고 자연정화되는 시설을 갖추
 - * 최종 물이 정화된 연못에는 숨어가 살고, 농장에는 작은 새와 야생초, 작은 포유동물, 도마뱀, 벌레가 번식 공존하여 종의 다양성을 유지함.

- 3 -

□ 농장 수익성 제고 및 정책정보 확보 관련

- (수익성 제고) 생산된 제품은 농장 안에 있는 정육점에서 가공한 후 지역 마켓과 인터넷을 통해 영국 전역으로 판매
 - 농부가 생산에 참여하고 수명의 직원이 인터넷과 전화를 활용하여 유기농 제품을 판매, 특히 유기농에 대한 소비자 인식 제고로 보통의 농장 생산제품보다 높은 가격으로 판매됨
 - 유기농 농장 소개 및 현장체험 교육의 장으로 활용 : 자체식당 및 판매시설을 갖추 다양한 수익성 및 농장 홍보 병행
 - * 유기농에 대한 수요가 증가하면서 해마다 호텔이나 레스토랑과 직영공급 추진
- 농장 자체적으로 정부 정책지원·정보획득을 위해 직원을 채용 운영
 - 주요 정책정보 관련 조기 인지, 대응으로 농장의 운영 효과 제고

<벤치마킹 요소>

- ◆ 동물복지를 준수한 축산업 발전모형 및 연관 산업 효과 홍보 필요
 - 구제역 이후 관광산업의 침체와 같은 경제적 손실이 이어졌다는 분석으로 동물복지는 더 이상 단순히 축산업에 국한되는 문제가 아니라 국가산업전체에 연관된다는 인식 확산
 - 선진국의 동물복지 및 경관보존 농장 운영 확대와 같은 보다 미래지향적인 농촌의 변화를 도모하기 위한 정부의 홍보 지원책 병행 필요
- ◆ 정부의 정책정보를 제공하기 위한 농장 직원 운영 지원 검토
 - 우리의 경우 녹색농촌체험마을 사무장 등 주요 지역개발사업의 운영관리 인력을 지원하고 있으나, 마을 개발관련 사업에 업무 집중
 - 사무장 등을 통해 정부의 정책정보를 제공하는 관련 교육 필요
- ◆ 축산물 사육 안정성 확보와 자연환경 보존에 대한 인식제고로 소비자 신뢰 구축 가능
 - 우수 친환경 축산농장 사례집, 방송프로그램 소개 등을 통해 우수사례 확산으로 우리 축산물의 소비자 신뢰 확대



□ 영국의 구제역 발생 사례 및 홍보 현황

○ 2001년 영국 구제역 발생

- 2001년 2월 19일 에섹스(Essex) 지방의 한 도축장에서 의사환축이 발생한 다음날 양성으로 최종 확인
- '01년 9월 구제역이 종식될 때까지 600만두 이상의 가축이 도축되었으며, 이중에서 400만두는 구제역 확산을 막기 위하여 긴급 살처분되었고 200만두는 축산농가의 경제적 위기를 타개하기 위해 도축
- '01년 2월 20일 구제역 발생이 확인되었을 당시에 이미 최소 57개 농가가 구제역 바이러스에 감염, 급속도로 확산되어 44개 카운티

- 5 -

(county) 2,000개소에서 발병하여 신고(확산원인은 일부 농가에서 방역조치 기준을 준수하지 않은 것이 중요한 요인으로 작용)

- 영국의 환경식품농촌부는 '01년 2월 21일 국지적인 가축의 이동제한 조치를 하였고, 2월 23일에야 비로소 전국차원의 가축이동제한 조치와 가축시장에 대한 폐쇄조치 실시
- 이후 엄격한 차단방역을 위하여 “감염제한지역”을 설정하여 방역조치를 강화하여 32주 동안 구제역이 지속적으로 발생하였으나, 콰브리아(Cumbria) 지방의 애플비(Appleby) 인근 농장에서 2001년 9월 30일 발생한 건을 마지막으로 추가 발생하지 않음
- '02년 1월 22일 OIE로부터 구제역 청정국 지위를 회복하였으며, EU 집행위원회에서는 '02년 2월 5일 육류 및 가축의 수출 제한조치를 해제

○ 영국 정부의 구제역 예방 및 신뢰제고 홍보 현황

- 정기적인 비상사태 대비 계획 훈련으로 축산농가·정부관계자의 방역의식 제고 및 대응 능력 향상 노력
 - * 최근에 실시한 훈련은 Exercise Silver Birch(2010년 11월)에 관한 최종 보고서는 구제역 통제전략과 함께 곧 발표될 계획
- 구제역 발생 후 영국 가축 제품에 대한 신뢰를 확보하기 위해 영국 내에서 우리는 구제역이 공중보건 위험에 해당하지 않으며 육류를 안심하고 먹을 수 있다는 메시지를 분명하게 전달하고, 수출팀은 세계동물보건기구(World Organisation for Animal Health (OIE))와 수출자유를 회복하기 위해 협력을 실시한 다음 제삼의 국가들과 수출제개를 촉진하기 위해 협력
- 또한, 영국정부는 충분하고 품질이 뛰어난 식품을 목표로 한 영국의 'Food 2030 전략'(2010년 1월)을 수립·발표하고, 식품의 생산과 공급망에 관한 목표, 목표 달성을 위해 필요한 변화를 규정
 - * 또한, Defra는 '녹색식품 프로젝트(Green Food Project)'를 통해 2011년 6월 자연환경백서(Natural Environment White Paper)에서 마련한 '정부와 산업계,

- 6 -

환경 협력자들과 함께 환경 개선 및 식량생산 증대 목표 달성 방법을 조정' 하기 위한 노력, 2012년 6월까지 이 프로젝트의 결론을 도출하여 미래예측 보고서의 연구결과로 제시된 문제를 다루는데 도움을 주고 농업-식량 정책의 발전을 위해 보다 전략적인 체계를 구축할 계획

<벤치마킹 요소>

- ◆ 출입국시 구제역 검역 홍보 강화
 - 영국 정부는 주요 항공사와 협력하여 해외 입국 비행기내에 입국 전 구제역 검역 홍보영상 상영
 - 우리도 대한항공 등 주요 항공사와 연계하여 해외 주요 발생국에서 출발 또는 경유하는 항공기 내에 구제역 등 검역 관련 영상 홍보 필요
 - 특히, 축산관계자 관련 출입국 신고 등 안내 메시지 전달로 검역 의식 제고
- ◆ 홈페이지 등 뉴미디어를 통한 정부 정책홍보 강화
 - 영국 내 축산 농장 및 농가는 대부분의 정보를 정부 홈페이지를 통해 직접 획득
 - 국내 농업업인이 고령의 특성을 감안하더라도 인터넷 인프라가 갖춰진 국내에서 우리부 홈페이지에 관련 정보의 접근성, 집약성 등을 강화하여 홈페이지를 통한 정책홍보를 강화할 필요

2 영국 친환경농장 (Garson Farm)

□ 고객이 찾아와 지역 농축산물을 구매하는 Garson Farm 개요

- 위치 : 영국 Surrey주 Esher시 Garson 농장
- Garson 유기농 농장은 영국 런던 시내에서 약 15마일(24km) 거리에 위치, 면적은 155에이커(acre)로 점차 사업을 확대 중
- Garson 농장은 1871년부터 Thompson일가에 의해 5대째 운영되고 있으며, 지역의 자연환경을 고려하면서 지속가능한 방식으로 농지를

- 7 -

관리하고 있음(Mole강 유역(floodplain)의 사질토양(sandy soil)에 속함)

□ 농장 운영 등의 특징

- Garson 농장의 가장 큰 특징은 5월부터 10월까지 Pick Your Own(PYO)밭을 운영하는 것
 - 인근 도시지역의 소비자들은 농장에서 관리하는 친환경농산물을 밭에서 직접 수확하여 구입 가능
 - PYO밭은 가족단위의 피크닉과 교육목적으로도 활용될 수 있도록 넓은 주차공간과 피크닉 공간이 함께 제공되며, 정기 뉴스레터와 홈페이지를 통해 월별로 수확 가능한 작물정보를 제공
- 농장 내에는 인근 지역에서 생산된 농산물 중심으로 농축산물의 푸드 마일리지(food milage) 정보 제공, 'Farm Shop'을 운영
 - 또한, 인근 및 도시소비자들이 계절과 관계없이 다양한 농축산물을 즐길 수 있도록 수입제품도 소개
 - 정원 관리를 위한 다양한 식물과 장비를 판매하는 화훼 및 정원 용품 전문점인 "Garden Centre", 가정용 실내수영장 관련 용품 판매점인 "Poolclean"도 함께 운영

【관 련 사 진】



<farm shop 내 설명>



<Garden Centre 앞 기념사진>

<벤치마킹 요소>

- ◆ 농장 내 푸드마일리지의 제공으로 자연스럽게 국내산 농축산물의 소비촉진을 유도
 - 우리도 녹색식생활 운동의 주요 핵심 요인으로 푸드마일리지를 홍보 콘텐츠로 활용하여 국내산 농수축산물의 소비촉진으로 연계할 필요
- ◆ 다양한 먹거리 제공과 농촌에서 이뤄질 수 있는 활동을 동시에 제공
 - 팜샵 운영을 통해 연중 신선한 과일, 다양한 유기농 제품을 편안히 구매할 수 있음
 - 가든센터를 운영하여 다양한 볼거리를 제공, 지역민이 직접 참여 유도
 - 수영장, 스파 등의 서비스를 제공
 - 다양한 이벤트를 구성하여 제공
 - 농산물의 생산, 쇼핑, 휴식, 농촌체험 등의 다양한 활동을 제공하여 소비자에 즐거운 경험을 제공함으로써 스스로의 경쟁력을 갖추고 있음
- ◆ 스스로 찾아와 수확하는 PYO발 운영 및 홍보방법
 - 5월에서 10월까지 다양한 종의 농산물을 재배하여 운영
 - 홈페이지, 최근에는 페이스북 등 SNS 등을 활용하여 뉴스제공 등
- ◆ 커뮤니티 형성 등 지역사회 공헌
 - 농촌지역 일자리 제공, 학교 운영 스폰서 등

3 영국 'Korea Foods' 등 유통매장

□ 유통의 강자 'Korea Foods' 개요

- 1999년 설립이후 영국에만 총 5개의 매장 운영 중으로 영국 내 한인들이 가장 많은 런던 근교 뉴몰든에 본점 소재
 - 쌀, 라면, 김치, 각종 양념 등 한국에서 직수입된 5천여 종의 제품과 중국, 일본 등 아시아 식품을 도소매로 판매

- 9 -

<향후 고려 요소>

- ◆ 우리 농수축산물의 해외 유통매장 대상 프로모션 강화 및 해외 유통매장 대상 디스플레이 마케팅 지원 필요
 - Korea Foods의 경우 가격 경쟁력을 강조하다 보니 매장 위치, 디스플레이가 저가 제품으로 인식되어 현지인의 선택에서 제외될 우려
 - 이는 대한민국 전체 국가 브랜드, 우리 농수산물 이미지에 영향

【관 련 사 진】



<Korea Foods 관계자 설명>



<홍보 현수막>



<매장 내 축산물 코너>



<매장 입구>

4 프랑스 BIOCOOP(바이오마켓) 및 직거래 장터

□ 바이오 마켓(BIOCOOP)

- 프랑스는 우리와 달리 친환경 농식품에 대한 국민적 열풍보다는 일부 매니아층 중심으로 친환경 농식품 소비 추세
 - 인구 구성, 소비 행태 등을 고려하여 대부분 소포장형태로 제품을 판매하고 있으며, 소비자 접근성을 고려하여 대부분 도심 내 위치

⇒(고려요소) 향후 프랑스 농식품 수출 확대 추진시 마케팅 포인트로 친환경 농산물 측면 강조는 이점이 낮을 것으로 전망



□ 도심 직거래 장터

- 프랑스는 정부 허가에 따라 도심 곳곳(대부분 지하철역 주변)에 농업인들이 직접 판매하는 소규모 직거래 장터 운영
 - ⇒(고려요소) 우리의 바로마켓 등 대규모 직거래 장터보다 소규모 다장터 운영을 고려할 필요. 또한 이 곳을 통해 도시민 대상 식품 안전 정책 홍보 채널로 활용도 고려



5 프랑스 센마리엔느 농업회의소

□ 농업회의소의 역할과 기능

- 농정자문활동
 - 농정자문에 대한 의견 개진, 도· 농업구조 기본계획, 농산물시장 조직,

- 11 -

수령지 결정, 녹화사업, 방목지 임대료 결정 등 다양한 분야 등

- 지도사업 및 직업교육 훈련
 - 1960년대초의 단순 농업기술보급(vulgarisation agricole)에서 지역농업개발(de, veloppementagricole)이라는 광의의 개념으로 전환
 - 농업개발조직은 경중부문(SUDA)과 축산부문(EDE)으로 나뉘 전문인력(conseil agricole)을 자체적으로 충원
 - 각종 농업기술지도사업 관리· 감독 등 지역농업의 개발센터 역할
 - 정부의 각종 농업인력 육성사업을 수행하는 기관으로 기능 등
- 단체교섭력 확대
 - 농업회의소는 또한 농민들의 각종 민원에 대한 단체교섭 역할 수행
 - 토목 건설공사에 따른 농지보상문제와 농업재해시의 보상문제 등 농민들의 단체교섭력을 필요 시 농업회의소가 이를 맡고 있음
- 농촌관광사업, 기타 농업관련 통계작성, 농업관련 경제자료 수집· 분석 및 도별로 특성화된 사업 추진

□ 농업회의소의 농가소득 증대를 위한 홍보사업

- 비앵브뉴 아 라 페름 (BIENVENUE A LA FERME, 농가에 놀러 오세요)
 - 1988년 농업회의소 상임위원회(APCA: Assemblée permanente des Chambres d'agriculture)가 , “비앵브뉴 아 라 페름”이라는 전국적인 조직을 창설
 - 인터넷 사이트(www.bienvenue-a-la-ferme.com)를 통해 원하는 지역, 원하는 유형에 맞는 농장 사이트를 검색하여 실시간 예약 가능
 - * “이달의 우수 농장”을 선정, 농장 방문의 날 지정 등 다양한 홍보활동 전개
- 프랑스 데 사비르 (FRANCE DES SAVEURS, 프랑스 맛기행)
 - 프랑스 농업회의소 내 홍보위원회(Comites de Promotions) 지역 특산 농산물 및 가공농산물을 홍보

- 프랑스 농산물 가공업체의 시장점유율을 증대시키기 위한 단체조직 결성을 목적으로 시작되어 프랑스 전 영토를 아우르는 네트워크로 자리매김

<벤치마킹 요소>

- ◆ 농민단체 등과 협력한 소통의 거버넌스 추진
 - 프랑스는 농업회의소, 농민단체 등을 통해 농가의 의견을 정부에 전달하고, 농업인의 의견을 수렴하는 채널 일원화
 - 우리의 경우 농민단체 대상 협력 거버넌스를 추진하고 있으나, 정치적 성향에 따라 협력의 어려움. 이에 농민단체 등과 정책소통 간담회를 정기적으로 개최하여 주요 정책정보 전달 및 의견수렴 채널로 활용 필요
 - 또한, 지자체에서 운영 중인 시도 농업기술센터를 농업인 직접 홍보 채널로 활용하여 주요 정책에 대한 정보 제공 채널로 활용도 고려
- ◆ 농촌 관광 농가 소득증대 홍보사례로부터 배울 점
 - 농촌 지역은 단순히 농산물 생산을 위한 곳이 아닌, 관광·레저 등이 복합된 제3의 산업으로 전환이 필요하다는 인식 전환을 위한 홍보 강화
 - 자연으로 돌아가 휴식을 취하고, 신선한 농산물을 소비하려는 현대 도시인들의 욕구를 채워 줄 농촌공간으로 변화가 필요

【관 련 사 진】



<농업회의소 관계자 설명>



<농업회의소 설명>

6 프랑스 형지스(RUNGIS) 국제농수축산물도매시장

□ 일반현황

- 위치 : 1rue de la Tour-B.P. 316-94152 Rungis Cedex Paris France
 - 파리지 중심가에서 남쪽으로 8km 지점에 위치, Orly 공항, 3개의 고속도로, 고속철도와 연결되어 국내외 수송이 원활한 교통 요충지

○ 시장특징

- 시장부지규모 2,300,837㎡로 시설 및 규모면에서 세계 최대의 시장
- 청과·수산·축산·화훼시장, 관련상가, 세관 등 종합 시설 입주

○ 개장시간

- 청과, 화훼시장 6~12시, 축산시장 5~10시, 수산시장 4~8시

○ 관리 및 운영방식

- 프랑스 공영도매시장의 운영관리에 대한 주요정책은 중앙정부(농림수산부, 상공부, 경제재무부, 내무부 등)장관으로 구성된 심의위원회(Committe de Tutelle)에서 결정
- Rungis시장의 개설자는 농업부, 지자체, 민간기관, 시장상인 등이 공동으로 출자한 파리 형지스도매시장관리 혼합회사(SEMMARIS)가 개설자로부터 권한을 위임받아 수행

□ 농수축산물 안전성 논란시 상황(형지스 관계자)

- 최근 스페인 오이사태 등 농수축산물 안전성 논란 발생시 도매시장 입주 상인과 농업인 피해 미미
 - 이는 해당 물량 이되는 안전하다는 국민 및 농업인 의식에 기반

<벤치마킹 요소>

- ◆ 투명한 농수축산물 유통과정에 대한 홍보 강화
 - 유럽 내 스페인 오이 사태 발생시 유럽인들은 농산물 유통에 대한 신뢰로 해당 물량 이외에는 안전 및 신뢰 소비
 - 우리의 경우, 쇠고기이력제·원산지표시제 등을 통해 유통과정에 대한 소비자 신뢰를 제고하는 상황으로 이에 대한 홍보 강화를 통해 식품안전 논란 발생시 홍보 대응 펀더멘털을 증대할 필요
- ◆ 유통 서비스에 대한 인식 확대
 - 형지스 도매시장의 경우 유통 마진이 최대 30배로 이는 유통을 서비스로 인식하는 문화에 기반한 것
 - 이는 우리의 문화적·사회적 차이에 의한 것으로 판단되며, 향후 홍보 추진 시 유통 서비스에 대한 인식을 강조할 필요성도 검토
- ◆ 농산물 포장 디자인에 대한 농업인 교육 강화
 - 형지스 도매시장 내 농산물은 포장을 최소화하고, 농산물의 신선도와 제품 특성 등을 나타내는 심플한 포장 디자인이 특징
 - 향후 농산물에 대한 신뢰 제고에 영향을 미치는 포장 디자인에 대한 농업 법인·농업인의 능력향상을 위한 교육홍보도 강화할 필요

【관 련 사 진】



- 15 -

참고1 영국 농어촌 관광 활성화 정책 및 홍보

1. 영국의 농어촌 관광 활성화 정책의 특성

- **영국의 농촌관광 활성화 대책은 지역 농촌발전계획에서 규정한 절차에 따라 시행**
 - 영국의 농촌발전정책에 따르면 각 지역 발전전략의 수립 및 운영은 각 지역 지역발전청(Redgional Development Agency)을 중심으로 진행
 - 영국의 농촌관광정책은 EU의 정책(EU Agend 2000 개혁 :EU의 제3단계 농촌정책)과 3개 정부 부처(문화·미디어·스포츠부 DCMS, 환경·식료·농촌부 DEFRA, 통상산업부 DTI)가 주로 관련됨
 - 중앙정부 부처에서 정책예산을 지역의 RDA를 통해 배분할 뿐, 프로그램 형성 및 집행과정은 각 지역단체가 동등하게 참여함
 - 즉, Agenda 2000 개혁을 통해 영국은 지역발전정책을 총괄하는 단체로서 지역발전청(RDA)을 설립하고 이들에게 EU보조금과 각 부서의 예산을 분배해 다양한 지역발전 프로그램에 지원토록 함
 - ⇒ 지역단체 중심의 정책 시행체계가 농촌관광 정책을 포함한 영국 농촌 발전정책의 특징
- **2007~2013년 농촌발전 프로그램(RDPE : Rural Development Programme for England)를 DEFRA의 총괄하에, RDA 등에서 추진 중**
 - 제2측인 환경부문에 전체 예산 74.5% 투입하고, 제3측인 농촌의 문화유산보전, 관광부문활동촉진에는 8.6%의 예산 투입
 - 전통적으로 강조되었던 농업의 기능 강화 외에 **농촌의 다면적 가치에 주목하여, 환경·경관보전, 농촌지역 경제 다각화 등 다양한 부문을 통합적으로 고려하는 접근 강조**

- 16 -

2 영국의 농어촌 관광 활성화 사례

□ 그린투어리즘

- 영국 고유의 농촌다움을 보전하려는 농촌 관광 정책
 - 대부분의 농촌지역 그린투어리즘 지향
 - 각 지역 관광청 홈페이지를 통해 다양한 숙소 정보와 유용한 여행 정보 제공

□ 푸드 투어리즘

- 영국 리더사업 : 지역맥주의 개별경영체 보조사업
 - EU의 리더 프로그램의 목표는 농촌개발, 지역 활동에 50%이상의 지역 주민 참여토록 함
 - 영국 북부 Cumbria 호수지역의 24개 지역맥주 브랜드 창업자들이, 지역의 토종 미생물인 호프, 맥주보리를 이용할 경우 시설 등의 보조지원자금을 개별경영체에 공여함
- 푸드 투어리즘 : 지속가능계획 수립 및 조직화
 - 2001년 구제역과 BSE 발생 등으로 영국 농촌지역은 경제적·사회적으로 황폐화됨, 이에 2001년 농장경영 및 음식의 미래를 위한 정책위원회(PCFEF) 설립해 지속가능한 농장경영을 위한 소비자와 음식생산 환경 연결 사업 시행
 - 즉, 농업과 관광의 관련·중요성의 재인식하여, 유기우유 생산 현장을 도 시민에게 공개 및 체험, 휴식을 취하는 체험관광 시행(영국 북부 Cumbria 호수지역)

□ 농촌교육컨텐츠 활용

- 농촌 경관과 더불어, 어린이들에게 영농과정 및 동물 먹이주기, 미니 트랙터 타기 등을 통한 농촌체험 프로그램 운영(영국 잉글랜드 중부 하튼농장)

- 17 -

참고2 프랑스 농어촌 관광 활성화 정책 및 홍보

1. 프랑스 귀농·귀촌 정책 개요

- 프랑스는 유럽연합(EU) 중에서도 특히 신규 취농에 전력을 쏟고 있다. 신규 취농지원 예산은 2007년부터 7년간 EU로부터의 조성금을 포함해 1년에 약 2억 3,000유로이며, 이러한 지원으로 인해 프랑스에서는 일손이 부족할 일은 없으며, 특히 45~54세 농업 종사자수는 1990년의 21.5%에서 2007년 29.8%로 증가했다. 반면 65세 이상의 비율은 15.4%로 EU 27개국 내에서도 4번째로 낮은 수준이다.

2. 프랑스 귀농·귀촌 관련 홍보활동

⇒ 프랑스 귀농·귀촌 관련 홍보활동은 크게 2가지로 구분할 수 있다. 먼저 온라인상의 홍보는 프랑스 농수산부 농림지역국과 프랑스 젊은 영농인 조합사이트에 주로 이루어진다.

- 인터넷을 이용한 홍보



- 지속가능한 농업네트워크, 젊은 농업인을 위한 혁신 프로젝트 정보와 각종 지원정책에 대해 소개

○ 교육농장을 활용한 홍보

- 1990년대 이후 현업 농업인들이 BAF(Bienvenue à la ferme, 농가에 오신 것을 환영합니다)라는 네트워크를 중심으로 새로운 농촌관광 활동영역을 개척
- 프랑스 교육농장은 각 지역의 농업회의소'가 중심이 되어 농업, 농촌을 교육적으로 의미있는 공간으로 전환시키기 위한 일련의 제반 활동들이 이뤄지는 곳
- * 우리나라의 농업기술센터 기능에 대표성있는 자문기능을 갖춘 공적 민간조직
- 교육농장들은 농업회의소의 전문가 그룹에 의해 지도되면서, 학교교육현장과 연계된 상시적 교육활동을 전개하고 있으며, 학급단위로 학생들의 방문활동이 비교적 규칙적인 형태로 진행
- 또한, 프랑스에서는 이러한 교육농장을 통해 자연스럽게 귀농·귀촌 정보를 제공