

노르웨이 수산물의 원산지 인증 마크가 새로워집니다!

- 새로운 노르웨이 원산지 마크에 대한 FAQ

1. 왜 원산지 마크가 필요한가요?

노르웨이수산물위원회의 연구결과에 따르면, 노르웨이 수산물이 소비되는 주요 시장의 소비자 10명 중 7명은 수산물을 구매할 때 원산지가 중요하다고 답했습니다. 또한 어종과 지역을 막론하고 노르웨이산 수산물을 가장 선호하는 것으로 나타났습니다. 이와 같은 조사 결과를 볼 때, 소비자의 구매 결정 시점에 수산물이 노르웨이산임을 인증하는 원산지 마크가 보여지는 것이 중요하다고 할 수 있습니다.

2. 왜 새로운 원산지 마크가 필요한가요?

현 업계 상황을 고려할 때, 지금이말로 양식업과 수산업을 포괄하는 원산지 마크를 새롭게 출시하고 적극적으로 활용하기에 적합한 시기입니다. 노르웨이수산물위원회가 처음 원산지 마크를 출시한 이후 17년간 노르웨이 수산 업계는 지속적으로 발전해 왔으며, 노르웨이 수산물은 더 많은 시장에서 선보여지고 있습니다. 새로운 원산지 마크는 개별 수산물 비즈니스의 위상을 높이고 도움을 줄 것입니다.

3. 새로운 원산지 마크는 노르웨이수산물위원회를 위한 새 로고인가요?

아닙니다, 노르웨이수산물위원회는 자체 로고를 보유하고 있습니다. 이번에 새로 선보이는 마크는 수산물이 노르웨이산임을 증명하는 원산지 마크입니다.

4. 원산지 마크와 노르웨이수산물위원회 로고의 차이는 무엇인가요?

'Seafood From Norway' 마크는 수산물이 어디에서 왔는지를 소비자에게 알려주는 원산지 마크입니다. 반면에 노르웨이수산물위원회 로고는 조직의 로고입니다.

5. 누가 원산지 마크를 사용할 수 있나요?

새로운 원산지 마크는 노르웨이수산물위원회의 마케팅 활동 및 업체의 가치 사슬 전반에 사용될 것입니다. 새로운 원산지 인증 라이선스를 보유하고 있으며, 수산물이 노르웨이산임을 강조하고 싶다면 'Seafood From Norway' 마크를 사용할 것은 권장합니다.

6. 새로운 원산지 마크를 개발하는데 얼마나 많은 비용이 들었나요?

새로운 원산지 마크 개발에 사용된 비용은 총 2 백만 크로네(약 2 억 6,600 만원)에 달합니다. 'Seafood From Norway' 마크는 단순히 새로운 마크가 아니라, 새로운 그래픽을 이용한 새로운 브랜딩이자 새로운 원산지 마크입니다.

7. 2 백만 크로네는 큰 비용 아닌가요?

노르웨이 수산 업계가 매년 약 1,000 억크로네(약 13 조 2,900 억원) 의 수산물을 수출하고 있으며, 노르웨이수산물위원회가 3 억크로네(약 398 억 7,900 만원) 이상을 투자한다는 점을 감안했을 때, 새로운 원산지 마크에 사용된 비용은 업계 전체에 수익을 가져다줄 수 있는 투자라고 하 수 있습니다.

8. 원산지 마크는 어떻게 검증되었나요?

노르웨이수산물위원회는 새로운 원산지 마크인 'Seafood from Norway'를 개발하기 위해 기존의 마크에 대한 이해도, 가치 및 인식에 대하여 광범위한 분석을 진행하였습니다.

9. 원산지 인증 마크를 도입하는데 드는 예상 비용은 어느 정도인가요?

노르웨이수산물위원회의 자료 대부분은 디지털화되어 있기 때문에 마크를 변경하는 데 비용이 거의 들지 않습니다. 그리고 업체들은 기존의 마크가 부착된 제품을 버리는 것이 아니라 모두 소진한 후 새로운 제품을 제작할 때 'Seafood From Norway' 마크를 사용할 수 있도록 점진적으로 새로운 원산지 마크를 도입할 예정입니다.

10. 새로운 원산지 마크를 사용하면 어떤 이익을 얻을 수 있나요?

우리는 수산 업계가 자랑스러워할 수 있고, 노르웨이 수산물의 특성을 부각시킬 수 있는 원산지 마크를 만들어 내는 것을 목표로 'Seafood From Norway'를 제작했습니다. 새로운 원산지 마크는 업체의 개별 브랜드와 함께 쓰일 예정입니다. 조사에 따르면 4 명의 소비자들 중 3 명이 새로운 원산지 마크를 특정 제품의 브랜드가 아니라 원산지를 상징하는 마크로 명확히 인식했습니다. 이는 기존 마크에 대한 인식조사에서는 보기 어려웠던 결과로 새로운 원산지 마크가 효율적으로 제 기능을 할 수 있다는 것을 의미합니다.

11. 새로운 원산지 마크가 의도한 대로 작용될까요?

노르웨이수산물위원회는 Kantar TNS 와 선별 시장들(미국, 프랑스, 포르투갈 및 일본)에서 새로운 원산지 마크에 대한 소비자 조사를 진행했습니다. 그 결과 10 명 중 8 명은 새로운 원산지 마크가 노르웨이산 수산물임을 명확하게 보여준다고 응답했습니다. 이것은 기존의 마크를 통해 구축한 브랜드 가치를 잘 유지하고 있다는 것을 의미합니다. 또한 노르웨이수산물위원회의 통계에 의하면 더 많은 소비자들이 새로운 원산지 마크인 'Seafood From Norway'가 부착된 수산물을 구매하겠다고 답했습니다.

12. 기존의 마크에 문제가 있었나요?

17 년 전에 출시된 기존의 마크는 수 년 동안 제 역할을 잘 해 왔습니다. 하지만 최근 노르웨이 수산 업계로부터 현 시장에는 새로운 활력 요소가 필요한 시점이라는 의견들이 있었습니다. 노르웨이 수산 업계를 비롯하여 소비자 또한 변화했기 때문입니다. 또한 일부 업체들은 기존의 마크를 기업의 자체 브랜드와 함께 사용하는 것이 적절하지 않다고 생각하기도 했습니다. 그래서 노르웨이 수산 업계의 현재와 미래에 부합하는 원산지 마크를 선보이게 됐습니다.

13. 새로운 마크를 만드는 대신 기존의 마크를 개선해서 사용할 수 있지 않나요?

새로운 원산지 마크를 개발하는 과정에서 완전히 새로운 마크를 만드는 대신 기존의 마크를 변화시키는 방법 또한 고려했습니다. 하지만 새로운 마크를 제작하는 것이 더 좋은 결과를 나타내는 것으로 조사되었습니다. 미래의 수산업은 더욱 다양해질 것이며, 이 다양성을 반영하는 브랜드가 필요하기 때문입니다. 즉, 수산업계의 자체 브랜드와 경쟁하지 않는 독립적인 마크가 필요합니다. 새로운 그래픽 프로필, 새로운 이미지, 새로운 커뮤니케이션이 노르웨이 수산물을 진정한 노르웨이산으로 보이게 할 것입니다.

14. 기존의 브랜드를 계속 사용하고 싶어 하는 업체는 계속 사용할 수 있나요?

노르웨이수산물위원회는 새로운 원산지 마크를 전방위적으로 사용하게 될 것입니다. 하지만 기존 마크대한 인식이 상대적으로 높은 일부 국가(예: 포르투갈)에서는 마크 교체에 따르는 과도기를 위한 별도 계획을 준비하고 있습니다.

15. 새로운 원산지 마크의 도입을 원하지 않는 회사들에게는 어떻게 설명해야 하나요?

수산물 업계 주요 기관과 조직들은 새로운 원산지 마크에 긍정적인 의견을 주었습니다. 새로운 마크의 도입이 노르웨이 수산물의 미래 발전을 위한 중요하고 적절한 선택이라는 것이 전반적인 평가였습니다. 뿐만 아니라, 소비자 조사 결과에 따르면 원산지 마크를 도입해도 수출되는 수산물에 대한 소비자의 선호도나 구매 의향은 유지되는 것으로 나타났습니다.

16. 왜 수산 업계가 새로운 원산지 마크를 받아들일 것이라고 생각하나요?

우리는 노르웨이의 차고 깨끗한 바다, 자연환경, 자연에 대한 존중, 해안 문화 및 원산지와 같은 노르웨이만의 특별한 환경을 'Seafood From Norway' 마크에 반영하고자 했습니다. 새로운 원산지 마크는 노르웨이 수산물의 원산지를 인증하며, 노르웨이 수산물이 가장 중요한 수출품이 되는 미래로 가는 견인차 역할을 할 것으로 기대하고 있습니다.

17. 기존의 마크와 비교하여 새로운 원산지 마크를 사용하고자 하는 사람들이 더 많다고 생각하나요?

이미 새로운 원산지 마크를 사용하고자 하는 수출 업체들로부터 많은 요청을 받고 있습니다. 새로운 원산지 마크는 제품의 원산지가 노르웨이임을 증명하며, 노르웨이 수산물이 미래에 가장 중요한 수출품이 될 수 있도록 하는 데 기여할 것입니다.

18. 기존의 마크는 시장에서 소비자에게 얼마나 잘 알려져 있습니까?

이는 시장에 따라 다릅니다. 가장 큰 연어 소비 시장인 독일에서의 소비자 인식은 13%, 아시아 시장에서는 10% 미만이며, 포르투갈에서는 71%입니다. 그리고 노르웨이 수산물이 소비되는 전 세계 시장에서의 소비자 인식은 평균 34%입니다. 하지만 가장 중요한 것은 소비자가 노르웨이와 마크를 연결 지어 생각한다는 것이며, 이것은 기존 원산지 마크에서는 기대하지 못했던 새로운 가치라고 할 수 있습니다.

19. 법적으로 누가 원산지 마크를 사용할 수 있나요? 노르웨이산을 어떻게 정의할 수 있나요?

노르웨이수산물위원회가 수립한 기준에 충족하는 노르웨이산 수산물 제품에 새로운 원산지 마크를 사용할 수 있습니다. 이 밖에도 법률을 통해 법적 사용을 명확하게 규정하였습니다. 또한, 업계에서 라이선스 규정을 통해 마크를 사용하기 위한 몇 가지 기준을 정의했습니다. 이는 관세 동맹 간의 무역을 다루는 라이선스 규정에 포함되어 있습니다.

20. 제품 라벨링 작업이 노르웨이에서 이루어지는 경우 새로운 원산지 마크를 사용하려면 어떤 사항을 충족해야 하나요?

노르웨이 원산지를 표기하는 모든 노르웨이의 수출업체 및 제조업체들은 노르웨이수산물위원회가 제공하는 가이드라인을 준수하는 한 마크를 사용할 권리가 있습니다. 새로운 원산지 마크를 사용하고자 하는 수출업체는 노르웨이수산물위원회에 연락하여 인증 절차에 대한 가이드라인을 받을 수 있습니다.

21. 노르웨이 이외의 지역에서 제품에 원산지 마크를 부착하려면 어떤 사항을 충족해야 하나요?

노르웨이가 아닌 곳에서 원산지 마크를 사용하기 위해서는 라이선스 계약이 필요합니다. 노르웨이 수출업자들에게는 업체가 사용하는 원물이 노르웨이산임을 인증하면 되는 간단하지만 공식적인 과정입니다. 또한 해외에서 원물을 가공하는 업체를 위해 인증 프로세스를 개선했습니다. 하지만 새로운 원산지 마크의 남용에 대한 통제 및 제재는 더욱 엄격해질 것입니다. 간소화되고 새로워진 원산지 인증 절차는 빠른 시일 내에 발표 될 입니다.