

보 도 자 료

- 제공일 : 2004. 6. 1
- 제공자 : 농림부 식품산업과
- 과 장 : 최 대 휴
- 사무관 : 이 시 해
- 전 화 : 02-500-1853/4

이 자료는 2004년 6월 2일 이후에 보도하여 주시기 바랍니다.

제목 : 수출농산물 공동대표브랜드 "Whimori" 탄생

- 농림부는 우수 수출농산물에 공동의 브랜드를 사용하는 수출농산물 공동대표브랜드를 도입하여 올해 하반기 수출물량부터 사용할 계획이라고 발표했다.
 - 공동대표브랜드를 이용하여 한국산 신선농산물에 대한 해외 시장에서의 인지도를 높이는 한편,
 - 공동대표브랜드를 매개로 국내 생산에서 해외 마케팅에 이르기까지 체계적이고 선진화된 수출시스템을 구축하여, 우리 수출농업의 한 단계 더 높은 도약을 이뤄낸다는 계획이다.
- 공동대표브랜드 명칭으로는 한국적인 정서를 잘 표현하면서도, 일본 등 주요 수출국 소비자 대상 선호도 조사에서 높은 점수를 받은 「Whimori」가 선정되었다.
 - 휘모리는 국악(판소리)에서 급하고 분주한 대목이나 절정을 묘사한 대목에 쓰이는 장단으로, 공동대표브랜드 「Whimori」는 品質絶頂(Climax of Quality)의 이미지로 세계농산물시장을 적극 공략하겠다는 한국 수출농업의 목표와 의지를 담고 있다.

- 세계적 문화상품인 판소리를 활용한 브랜드명은 고품격의 한국적 이미지를 연상시킴으로써 한국농산물의 브랜드 가치 형성 및 이미지 제고에 크게 도움이 될 것으로 보인다.



- 앞으로 「Whimori」는 우리 농산물의 대표적인 브랜드로 역할을 하게 되는 만큼, 일정한 품질 및 안전성 기준을 만족시키는 우수 농산물에 한해 부착한다는 원칙아래,
 - 수출경험이 많고 첨단 선별시설을 갖추는 등 상품관리 능력이 우수한 업체의 우수 농산물에 한해 「Whimori」 사용권이 부여되며,
 - 브랜드 부착 농산물의 품질 및 안정성 확보를 위한 생산 이력 관리, 안전성 및 품위 검사 등도 시행될 예정이다.
- 농림부는 공동대표브랜드 도입 첫해인 2004년 한 해 동안에는 국내 생산관리 시스템 구축과 소비지에서의 「Whimori」 이미지 구축에 주력한다는 계획하에,
 - 브랜드 런칭쇼, TV 등 매체광고, 홈페이지 제작 등 해외 시장을 공략하기 위한 다양한 마케팅 방안을 마련 중이다.

- 농림부는 올해는 채소류, 과일류, 화훼류 등 부류별로 1개 품목씩 총3개 품목에 대해 시범적으로 운영하고 연차적으로 대상 품목을 확대('08년 11개 품목 목표)할 계획이며,
 - 올해 시행 품목은 6월 중 농림부, 농수산물유통공사, 농협, 품목별 수출협의회 등으로 구성된 수출농산물 공동대표브랜드 운영위원회를 통해 확정짓고,
 - 이어 농수산물유통공사를 통해 사업자 선정기준 등 구체적인 사업계획을 공고하여 사업자 신청을 받을 계획이라고 설명했다.