

성평등에 기여하는 공정무역 커피

커피 시장과 공급망에서 성평등의 필요성

[INDEX]

- 1회 지금 왜 공정무역인가
- 2회 커피 한잔으로 세상을 바꿀 수 있다고?
- 3회 커피가 '레드오션'을 넘을 수 있는 새로운 방법
- 4회 스페셜티 커피 분야에 공정무역 커피를 가져오다
- 5회 성평등에 기여하는 공정무역 커피
- 6회 대륙별 공정무역 커피/차 산지 비교



공정무역 인증 제품은 누가, 어디서, 어떻게 생산·제조하고 내가 살고 있는 사회와 지구에 어떤 영향을 미치는지 알고 소비할 수 있는 것이 장점이다. 앞선 회차에서 커피 산업의 지속가능성을 위해 공정무역 커피가 글로벌 환경적·경제적·사회적 기준을 충족시킨다고 말한 바 있다. 이번 호에서는 특히 국제공정무역기구의 성평등(Gender Equality) 정책이 커피 산업의 지속가능성과 어떤 연관이 있는지 설명하고, 실천 사례를 소개하려 한다.



커피 산업에 성평등이 필요한 이유는?

지난 4회차까지의 공정무역에 관한 일련의 글들을 유심히 살펴본 독자들이라면 이제는 공정무역 인증 커피 한 잔이 세상을 바꾼다는 말에 동의할 것이다. 공정무역이 가지는 글로벌 환경적·경제적·사회적 기준은 실제 공정무역의 공급망 전반에서 실천되고 있기 때문이다. 이번 회차에서는 공정무역의 글로벌 사회적 기준 중에서도 성평등에 대해 논하려 한다. 국제공정무역기구의 공정무역 정신에 여성차별 금지도 포함되어 있다고 언급한 바 있다. 너무나 당연한 명제이지만 통계를 살펴보면 그동안 얼마나 많은 여성 노동력이 잊혔는지 알 수 있다.

전 세계 식량 생산의 약 60~80%는 여성의 손에서 나온다. 그러나 그들은 땅을 소유하지 못하거나 생산 이익을 체감하지 못하는 경우가 수두룩하다. 초점을 커피 산업에 맞춰보자. 전 세계 커피 농장의 25%가 여성에 의해 주도되고, 전 세계 커피 노동자의 70%가 여성이다. 국제커피협회는 이들이 남성과 같은 수준의 양과 질을 갖춘 자원을 누릴 수 있다면 연간 약 300억 잔에 달하는 커피 생산량 증가를 이뤄낼 수 있다고 말한다. 자원 및 정보가 부족해 커피 생산에 어려움을 겪던 여성 커피 생산자들이 처한 환경이 개선된다면 생산량뿐 아니라 커피의 품질 또한 향상될 것이다.

성평등은 여성 인권 신장이라는 측면에서도 당연히 이룩해야 하고, 커피산업의 지속가능성을 위해서도 꼭 쟁취해야 하는 가치라고 말할 수 있다. 공급망에서 보장되는 성평등은 곧 커피 산업의 지속가능성을 의미한다.

공정무역이 성평등을 다루는 방법

국제공정무역기구는 커피 공급망의 성별 격차 해소를 해소함으로써 커피 산업의 지속가능한 미래를 보장하기 위해 끊임없이 노력



지난 7월 진행된 코트디부아르 공정무역 여성 리더십 학교 졸업식 모습



나이로비 공정무역 컨벤션에서 자와디 커피 대표가 스위스 대사에게 조합 생산품을 소개하는 모습

한다. 공급망 내에서 성차별을 없애고, 여성의 참여를 증진시키며, 더 많은 여성들이 공정무역의 혜택을 입을 수 있도록 하는 공정무역 기준을 수립했다.

국제공정무역기구 인증 생산자조합이 따라야 하는 성평등 기준은 다음과 같다. 일단, 성별이나 결혼 여부 등에 따른 차별이 없고, 성폭력, 성착취 등의 행위에 대해서는 무관용 원칙을 표방한다. 채용 시 임신 여부를 시험해서도 안 된다. 그리고 자체적으로 여성을 포함한 취약계층 및 소수계층을 지원하는 프로그램과 추후 내부 성평등 정책을 수립해야 한다. 생산자 조합의 범위를 넘어 공정무역 생산자네트워크는 여성들이 비즈니스, 금융, 인권 관련 지식을 배울 수 있도록 여성 리더십 학교(Women's Schools of Leadership)를 설립하고 있다. 학교 졸업생 중 상당수가 소속 협동조합과 지역사회에서 지도권을 갖고, 위원직을 맡는다. 공정무역 성평등 정책은 여성생산자들에게 단순히 혜택을 주고 보호하는 차원의 정책이 아니라 일터에서 또 가정에서 주도적으로 능력을 발휘할 수 있도록 하는 정책이다.

여성 커피 생산자의 경제적 자립이 미치는 영향

케냐의 농업 조사 수석 비서관 하마디 보가(Hamadi Boga)의 연구에 따르면 케냐 농민의 70~80%는 소규모 생산자에 속한다고 한다. 그중 75%가 여성이다. 소규모 여성 생산자들은 케냐의 농업 구조에서 가장 취약한 계층이라고 볼 수 있다. 부족한 생산자원과 한정된 토지소유권 때문에 담보가 필요한 융자 제도 이용에도 큰 어려움을 겪기도 한다. 이들 대부분이 문맹이거나 교육 수준이 낮기 때문에 남성 생산자들만큼 사업을 성장시킬 수 없고, 시장에 참여할 수 있는 능력을 발휘하기는커녕 발견조차 할 수 없는 구조이다.

2012년 케냐 케리초(Kericho) 자치구의 고산지대에 있는 Kabng'etuny 라는 이름의 공정무역 인증 커피농민협동조합은 이 문제를 해결하려 커피나무를 남편이 아내에게 혹은 아버지가 딸에게 넘기는 모델을 개발했다. 이 사업으로 여성들은 처음으로 커피 관련 자산을 소유할 수 있게 됐고, 커피나무에 대한 소유권으로 생산자 조합의 조합원이 될 수 있는 자격도 얻었다. Kabng'etuny 조합이 개발한 커피나무 인도 모델(Coffee tree Transfer Model)은 이후 난디(Nandi)와 케리초(Kericho) 자치구의 다목적 협동조합에서도 채택됐다. 여성이 경제적으로 자립했을 때 얻는 사회적 효용이 크다는 것을 알게 된 것이다.

2018년 상반기에는 여성들이 커피 농사를 통해 독립적인 수익을 얻을 수 있었고, '자와디 커피(Zawadi Coffee)'라는 여성 소유의 브랜드를 런칭했다. 자와디 커피 브랜드의 성공으로 두 협회는 발전을 거듭했고, 성평등과 자율권을 강화할 수 있는 커피의 잠재력을 입증했다. 아프리카 여성들과 생산자조합에 큰 영감을 주었다.



이와 같은 여성 커피 농민의 경제적 자립은 지역경제 활성화에 큰 도움을 주고 이는 생산자들이 농촌을 떠나지 않고 계속해서 커피 농사를 지을 수 있는 원동력이 된다.

‘쉬코노미’와 성평등을 추구하는 공정무역 커피

한 해의 시작 시점에 서점에 가면 늘 그렇듯 그 해의 트렌드는 어떤 주제가 될지 기술한 책이 있기 마련이다. 2020년 트렌드 도서를 진열해놓은 매대에서 가장 눈에 띄었던 책은 <쉬코노미가 온다>였다. 지난 2010년 미국 시사주간지 타임(TIME)이 소비 시장의 핵심키워드로 여성을 주목하면서 ‘쉬코노미(SHECONOMY)’라는 단어가 등장했다. ‘여성(SHE)’과 ‘경제(ECONOMY)’의 합성어로서 여성이 주체가 되어 소비 활동을 하는 경제를 의미한다. 한국만 하더라도 10년 전과 현재를 비교해보면 과거에는 단순히 여성 소비 활동이 증가하는 현상을 주목했다면, 지금은 끊임없는 사회 변화를 거쳐 여성 소비자들의 중요성을 인지하고 빅데이터를 통해 현재의 소비 현상을 분석하고 있다.

그렇다면 과연 쉬코노미의 핵심은 무엇일까? 세 단어로 정리하자면 가치소비, 윤리소비, 스토리텔링이다. 즉 내 신념에 맞는 가치를 위해 아낌없이 소비를 하고, 착한기업 제품을 홍보하기도 하지만 문제가 있다고 생각하는 기업에 대해서는 주저 않고 불매운동을 벌인다는 말이다. 가장 중요한 특징은 소비 대상의 스토리텔링을 고려한다는 것이다. 이런 쉬코노미의 특징은 공정무역 인증 커피가 갖는 가치와 일맥상통한다.

다음의 문구를 카페의 메뉴판에 활용한다면 어떨까?

“이 커피는 케냐의 여성 커피 농민의 경쟁력 강화 프로그램으로 탄생한 공정무역 인증 커피입니다”

“Women Empowering Women through Fairtrade Coffee”

여성 생산자들의 노동 착취로 생산된 제품을 원할까, 여성 생산자들의 경쟁력 강화로 인해 생산된 제품을 선호할까? 답은 정해져 있다.

커피 소비 과정에서 브랜드, 상품 등의 의사결정권의 주체인 여성 소비자들이 공정무역이 가진 성평등 가치에 공감하고 사람과 지구를 위한 소비활동에 동참하는 것은 새로운 사실이 아니다. 이미 유럽에서는 여성 소비자들이 주체가 되어 커피 수입·제조·유통업체 및 프랜차이즈 기업에게 공정무역 인증 원두를 취급하라는 요구를 시민 운동 차원으로 진행하고 있다. 국내 소비 트렌드 역시 같은 방향을 향해 가고 있고, 공정무역 인증 제품은 세계 소비 트렌드를 선도하는 위치에 있다. *Coffee&Tea*



지동훈 대표

現 국제공정무역기구 한국대표
現 한국공정무역재단 이사장