



이탈리아, 슈퍼마켓 친환경 마케팅 확산 포장 발생 환경 오염 줄여

이탈리아에서는 단순한 유기농, 친환경 제품 판매뿐만 아니라 전체적인 운영을 1백% 친환경에 맞추고 있는 슈퍼마켓이 등장했다.

이탈리아 북부 브레샤 시 인근에 위치한 Simply Sma 슈퍼마켓은 기업의 에너지 절약 원칙에 따라 1천2백sm 면적의 건물이 태양광 에너지를 활용한 내부 및 주차장 조명, 플라스틱 병을 재활용한 진열대 설치, 빗물을 저장고에 받아 주변 화단 관개에 이용하고 있는 등 슈퍼마켓 전체가 친환경화 되고 있다. 또한 판매되는 고기나 채소의 경우 가장 가까운 지역 농수산물을 이용해 여러 단계의 유통을 거치면서 발생하는 높

은 비용 및 신선도 하락을 방지하고 있다.

해당 슈퍼를 소유하고 있는 Sma 그룹은 이 슈퍼마켓을 시작으로 자사 모든 체인에 이와 같은 환경친화적 사업을 펼쳐나갈 것이라고 강조했다.

이탈리아 대규모 슈퍼마켓 유통체인들도 이러한 친환경 사업에 속속 합류하고 있는 것으로 나타났다는데 그 중 Crai 슈퍼마켓 체인은 이탈리아 전국에 Ecopoint 체인을 런칭했다.

Ecopoint에서 유통되는 모든 제품은 특별한 상자나 병으로 포장되지 않은 채 판매되고 있다. 파스타, 밀가루, 콩, 포도주, 우유, 커피, 사탕 등 모든 제품은 필요한 만큼 용기에 담아 살 수 있으며 이로 인해 소비자는 기존 규격 포장 제품 구입에 대비 10~70%까지 절약 할 수 있게 된 것으로 알려졌다. 또한 포장에 소요되는



상당한 양의 종이상자, 플라스틱, 셀로판 용지, 포장 인쇄 잉크 등을 처음부터 줄일 수가 있어 연간 12톤의 포장자재가 절약되는 것으로 알려졌다. Crai사의 현 25개 Ecopoint 점포 만하더라도 1백만 종류의 포장을 줄이고 있는 것으로 나타났다.

한편 Crai사는 올해 안에 Ecopoint를 전국적으로 확대할 예정이다.

Coop사의 슈퍼마켓 체인 중 일부는 에너지 절감 시스템 및 포장자재의 재활용에 초점을 맞추고 2009년부터는 전기 에너지 소비가 높은 백열전구 판매를 중단하고 절약형 전구로 모두 대체할 예정이다. 동시에 소비자와 공급업체를 대상으로 제품 생산 및 소비 시 발생하는 에너지 낭비를 환기하는 에너지 절약 캠페인도 전개하고 있다. 이렇게 이탈리아에서는 가장 가까운 산지에서 재배한 농수산물에 대한 관심뿐만 아니라 불필요한 포장에서 발생하는 쓰레기 및 에너지 소비를 줄이려는 1백% 환경친화 추구 노력이 이탈리아 대규모 유통업체를 중심으로 확산되고 있다. 환경과의 마찰을 최대한 줄이고자 하는 이탈리아 기업들의 노력이 주변 일상생활에서도 체감되고 있으며 머지않아 상당한 규모의 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

中, 과대 식품포장 엄격 제한
자원낭비, 생활쓰레기 규제 및 화장품도 적용

중국국가질량감독검험역총국과 국가표준관리위원회는 식품 및 화장품 과다포장 제한에 관

한 국가표준(限制商品過度包裝要求 食品和化粧品. 이하 표준)을 공포하고 2010년 4월 1일부터 시행한다고 밝혔다. 이는 상품의 과다포장에 따른 자원 낭비와 생활 쓰레기 증가를 막기 위한 조치이다.

표준은 식품과 화장품에 대해 포장의 겹수와 간격을, 포장 원가 등 3개 지표에 대해 강제성 요구사항을 담고 있다. 포장겹수는 3겹 이하로 제한하고 간격률은 상품체적의 60% 이하로 규제하며 1차 포장을 제외한 기타 모든 포장원가의 총 합계가 상품판매가격의 20%를 초과하지 못하도록 규정했다. 음료, 주류, 케이크, 식량, 보건식품, 화장품 등 과다 포장현상이 심한 상품에 대해서는 제한 기준을 적용했다.

중국정부는 이번 최종 표준 발표를 위해 이미 두 번에 걸쳐 각계 의견을 수렴한 바 있다.

2007년 6월 18일 당초 안인 '상품 과다포장 제한통칙'에 대한 의견수렴 과정에서 규제 내용이 크게 강화됐고 명칭도 '식품, 화장품 제품을 과도하게 포장하는 것을 제한하는 조건'으로 수정하고 의견 재수렴 준비에 들어갔으며 2008년 6월 20일 수정안을 발표하고 7월 5일까지 각계 의견을 다시 들은 바 있다. 최종 표준은 3월 31일 확정된 것으로 알려지고 있으며 내부 절차를 거쳐 4월 29일 확정, 발표됐다.

중국은 최근 식품, 화장품 안전은 물론 과대허위 광고 사례가 끊이지 않고 발생하고 있어 향후 관련 규제는 더욱 강화될 것으로 보인다.

이 같은 규제는 소비자 보호 차원에서 진행되고 있지만 기업에는 부담이 될 수 있어 관계 당국은 의견 수렴에 신중을 기하고 있다.



美, PB 8백10억 달러 시장 성장 경제 회복 후 선호 현상 지속될 듯

소비자들의 알뜰 소비 트렌드가 장기화되면서 대형유통업체의 자체브랜드(PB) 시장도 급성장하고 있다. PB에 대한 소비자 만족도도 일반 브랜드 제품과 비슷한 수준으로 바뀌고 있는 추세다.

시장조사 업체인 닐슨은 미국 내 PB 시장이 연간 8백10억달러 규모로 성장했으며 소비자의 62% 이상이 유통업체 PB 제품 품질에 만족하고 있다고 발표했다.

엔피디그룹(NPD Group)에 따르면 최근 조사 결과 전체 소비자의 97% 이상이 PB 제품을 구매한 적이 있는 것으로 나타났는데 이들은 가격이 저렴하면서도 품질이 뒤지지 않기 때문이라고 대답했다.

특히 연간소득 3만~6만9천달러 그룹은 식품

소비의 37% 이상을 PB 제품에 할애하는 것으로 조사됐다. 이번 설문조사는 가구별 소득수준에 따라 3만달러 미만, 3만~6만9천만달러, 7만달러 이상의 3개 그룹으로 구분돼 실시됐다.

현재 전체 식품·음료 판매에서 PB 매출은 24%를 차지하고 있으며 브랜드 파워가 막강한 주류·음료를 제외한 나머지 식품에서는 30%를 넘어서고 있다.

시장분석가인 해리 발저는 경제상황에 관계없이 PB 강세는 여전할 것이라며 “PB 제품이 꾸준한 품질 향상으로 소비자에게 어필해 왔기 때문에 PB 선호 현상은 꼭 어려워진 경제상황으로만 볼 수 없어 경제가 회복되더라도 추세는 계속될 것”이라고 전했다.

中, 석유화학 업계 중동 따라잡기

3~4개 정유사 연간 생산 능력, 약 2천만톤 목표

중국 정부가 중동에 맞먹는 대형 석유화학 공장 건설 계획을 공개했다고 지난 달 19일 홍콩 사우스차이나모닝포스트(SCMP)가 보도했다.

이 같은 계획은 국내 정유 업계의 경쟁력을 향상시키기 위한 것이지만, 국내 석유 가격과 공급을 왜곡시킬 수 있다는 우려도 낳고 있다고 SCMP는 전했다.

전일 중국 국무원은 2009~2011년 산업 지원 및 발전 청사진에서 “3~4개 정유업체의 연간 생산 능력이 약 2천만톤이 되도록 할 것”이라고 발표했다. 또 “석유화학 업체의 연간 에틸렌 생산 능력도 2백만톤이 되어 한다”고



▲ 급성장하고 있는 PB 제품



밝혔다.

전문가들은 중국 정부의 이번 정유업계 계획안이 자국 정유업계의 규모를 키우고, 효율성을 높여 중동의 정유업체들과 경쟁할 수 있도록 하기 위한 것이라고 보고 있다.

국무원은 “국내 정유업계의 전체 규모를 오는 2011년까지 18% 증가한 4억5백만톤으로 확대할 것”이라며 “총 정유 생산량은 19% 늘어난 2억4천7백50만톤으로, 총 에틸렌 생산량은 51.2% 증가한 1천5백50만톤으로 늘리겠다”고 밝혔다. 에틸렌은 원유나 천연가스로부터 추출되는 핵심적인 중간물로 플라스틱, 합성수지 등을 만드는 데 사용된다.

국무원은 정유업계 계획안에 드는 비용과 시기 등은 언급하지 않았다. 다만 전문가들은 “정유 생산 능력 목표치는 예상에 부합했지만, 에틸렌 생산 능력 목표치는 의외로 높았다”고 말했다.

중국은행의 로렌스 라우 애널리스트는 “생산 능력 2백만톤의 에틸렌 공장은 듣도보도 못했다”며 “공격적인 에틸렌 공장 확대는 예민한 가격 경쟁과 낮은 수익을 초래할 수 있다”고 지적했다.

美, 코카콜라 친환경 용기 개발 착수

식물성 물질 30% 이상 가미

세계 최대 청량음료 메이커인 미국 코카콜라가 재활용과 분해가 용이한 새로운 식물성 용기 개발에 착수했다고 지난 달 14일 애틀랜타 저널 컨스티튜션(ajc)이 보도했다.

코카콜라의 무타르 켄트 최고경영자(CEO)는

지난 달 13일 워싱턴에서 열린 한 포럼에 참석, 환경에 해로운 플라스틱 용기를 대체하기 위해 현재 식물성 병(PlantBottle) 개발에 착수했다면서 “이는 향후 10년간 재활용의 개념을 완전히 바꿔놓을 것”이라고 말했다.

코카콜라가 개발 중인 식물성 병은 일차적으로 자사 생수 브랜드인 ‘다사니’에 실험적으로 사용하고 연말까지는 탄산음료 용기로도 사용된다.

코카콜라 대변인은 식물성 병은 재활용이 쉽고, 가격은 저렴하며, 분해도 쉽게 될 수 있는 특성의 용기로, 친환경 용기를 개발하려는 시도 중 하나라면서 “플라스틱병 제조에 사용되는 석유처럼 환경에 유해하다고 비판을 받는 물질이 아니라 식물이나 자연에서 추출된 물질로 새로운 미래형 용기를 개발하려는 전략”이라고 강조했다.

플라스틱 용기인 페트병은 재활용이 가능하지만 상대적으로 과정이 복잡하며, 분해되는데도 수년이 걸려 환경에 유해하다는 지적을 받아왔다.

코카콜라 측이 개발 중인 식물성 병은 플라스틱 병 제조에 사용되는 수지에 식물성 물질을 30% 이상 가미한 것으로 사탕수수과 설탕제조 과정에서 나오는 부산물인 당밀 그리고 다른 식물성 물질이 가미된다.

코카콜라는 그동안 플라스틱 병을 많이 사용해 환경을 오염시킨다는 비난을 받아왔다. 소비자들은 그동안 1주에 10억개의 페트병을 소비하며, 이중 18~23%만 재활용되고 있는 실정이다.

이에 대해 국제적 기업 책임이란 민간단체의 크리스틴 우르퀴자 대표는 “코카콜라는 진작 시작했어야 할 친환경 캠페인을 이제 시작하는데 불

과하다”고 지적했다.

‘베버리지 다이제스트’란 음료 관련 잡지의 존 사이첵 편집인 겸 발행인은 코카콜라외에 다른 회사들도 현재 옥수수 등을 이용한 용기 개발실험을 하고 있다고 말했다.

사우디, 사빅 시카고국제플라스틱박람회 참가
혁신적 기술 선보일 듯

세계적인 석유화학 기업 사빅(SABIC)이 이번 달 6월 22일부터 26일까지 미국 시카고에서 개최되는 NPE 2009(국제플라스틱박람회)에 참가해 현재의 경기침체를 극복하고 장기적인 성장기회를 도모하는 첨단 신소재 기술을 선보일 예정이다.

사빅은 특히 이번 전시에서 친환경적이고 비용 효율적인 솔루션을 제시할 계획이다. 사빅의 제품은 웨스트 홀의 부스 W123011에 전시된다.


전시될 제품은 △ 천연 섬유로 강화된 신형 LNP 복합재 △ 새로운 형태의 고기능성 난연

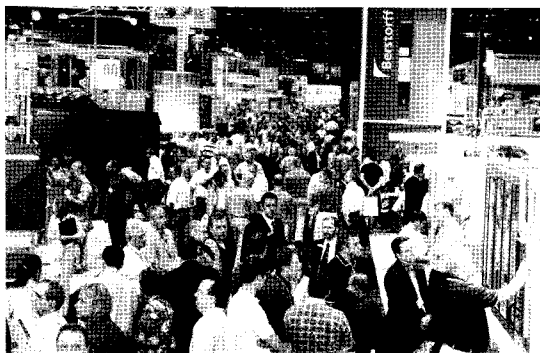
Ultem PEI (polyetherimide) 레진, 필름 및 섬유/폼 복합재 △ 압력 파이프용 신형 고밀도 폴리에틸렌 (HDPE : High-Density Polyethylene) 레진 △ PET 물병을 업사이클 (upcycle)하여 제조한 친환경 iQ 레진 △ 초소형화를 가능하게 하는 고유동 Valox 레진 △ 경쟁 소재에 비해 강화된 강도를 가진 유리섬유 강화 PP(폴리프로필렌) 등이다.

전시기간동안 사빅 부스에서는 다양한 제품 기술에 대한 고객혁신세미나도 개최하며, 고객의 성장을 돕는 사빅의 첨단 신소재기술 및 기술혁신에 대해 논의할 예정이다.

찰리 크루(Charlie Crew) 사빅 이노베이티브 플라스틱(SABIC Innovative Plastics)의 사장 겸 CEO는 “사빅은 오랜 혁신의 역사를 지속함으로써 고객의 성공을 돕는 것을 최우선 순위로 삼고 있다”며 “소재와 디자인 및 공정을 연계하는 기술을 꾸준히 소개하고 있으며, 엔지니어링 플라스틱 소재의 적용분야 개발 및 기술 투자와 함께 폭 넓은 제품 포트폴리오를 통해 고객의 혁신적인 발전과 미래성장을 지원할 것”이라고 말했다.

칼리드 알마나(Khaled Al-Mana) 사빅 폴리머(SABIC Polymers) 부사장은 “이번 NPE 2009는 플라스틱 산업 및 고객에 대한 사빅의 헌신을 증명할 수 있는 기회가 될 것”이라며, “다양한 적용분야를 개발하는 혁신적인 기술 및 차별화 된 제품을 강조하는 것, 이것이 바로 우리가 시카고에 온 이유”라고 덧붙였다.

사빅에 대한 보다 자세한 정보는 회사 웹사이트「www.sabic.com」를 참고하면 된다. 



▲ NPE 2006 전경