

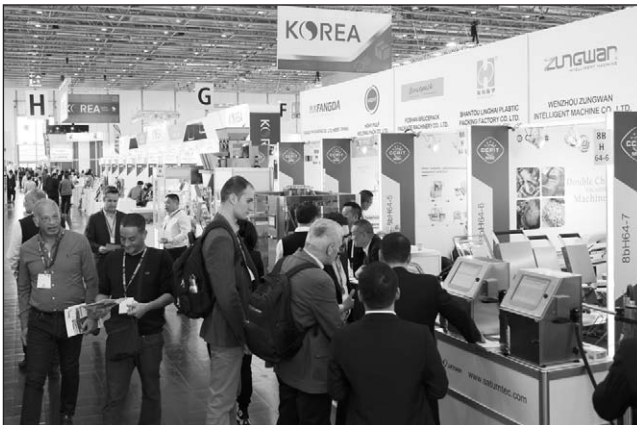
Global Packaging News

Germany

interpack 2023 성료

61개국 2,807개사 참가 · 녹색포장

세계 최대 국제포장전시회 'interpack 2023'이 독일 뒤셀도르프에서 지난 5월 4일부터 10일까지 성황리에 열렸다. 이번 전시회에는 61개국 2,807개 기업이 참가했고, 이 중 1,000개 이상이 지속가능한 포장 포트폴리오를 신규 런칭했다.



▲ interpack 2023 전시장 전경 모습.

각국 환경 규제가 강화되는 상황에 친환경, 지속가능한 포장은 대세를 넘어 필수가 됐다. 이에 따라 대체재 탐색, 순환형 공급망 전환, 신소재 솔루션을 찾아 156개국 14만3000명이 방문했다. 방문객 해외 비중은 67%였으며, 비즈니스 결정권을 지닌 중간·고위급은 75%를 차지했다.

글로벌 스탠다드를 맞추고 팬데믹 이후 가치소비에 열심인 '그린슈머'를 겨냥할 솔루션을 찾기 위해 국내 리딩 기업들도 대거 interpack 2023을 찾았다. 코스맥스, CJ, 매일유업, 하이트진로, 크라운제과, 한미약품, LG화학 등 분야를 막론하고 친환경 포장 솔루션을 찾아 interpack을 방문했다.

변화의 중심 interpack - 비즈니스 최적지

올해 interpack은 방문객의 동선을 최적화하기 위해 전시장 레이아웃을 획기적으로 바꿨다. 즉 식음료, 화장품, 제약, 공산품 등 제품군에 따라 포장설비를 한자리에 모았다. 이로써 방문객들은 짧은 시간 내 더욱 많은 참가사와 전시품을

대면할 수 있었다. 실제로 방문객의 96%가 전시 방문 목표를 달성했다고 응답했다.

'지속가능성'에 초점 맞춘 풍성한 행사

interpack 2023은 포장산업의 발전을 위해 풍성한 특별행사를 기획했다. 재생에너지, 단일재료 솔루션, 자동화, 바이오 소재와 같은 분야에 초점을 맞춘 재활용 설계 등 다양한 포럼이 진행됐다. 지멘스, Schutz, Markem-Imaje 등 리딩 기업 소속 전문가가 연사로 참가했다.

interpack은 놓치기 아까운 전문가의 목소리를 전하기 위해 올해 최초로 생방송 방송국을 운영했다. 총 50개 강연을 온라인으로 생중계했으며, 20만 명이 시청할 만큼 성공적인 기획이 됐다.

이 밖에 Unique Women in Packaging(여성전문가 네트워킹 행사), 스타트업존, 유엔 SAVE FOOD Initiative 포럼, 유럽유연포장협회, VDMA(독일기계공업협회)등 세계적 유관단체와 리딩기업, 스타트업 CEO 대담을 진행했다. 이처럼 풍성한 구성을 통해 업계에 혁신기술을 전파하고 인사이트를 제공했다.

국내 기업의 해외진출 필수 플랫폼

국내에서는 공동관 및 개별관 합산 총 46개 기업이 참가했다. 포장기계협회가 이끄는 공동관에 18개 기업이 참가하였고, 흥아기연, 세종파마텍, 카운텍, 리팩, 에이스팩, 삼우오토메이션 등 국내 우수 포장업체 28개 회사는 개별로 참가했다.

디지털 포장 부품의 선두주자 – components 2023도 성료
함께 개최된 국제 포장부품전시회 '컴포넌츠(components) 2023' 역시 성황리에 막을 내렸다.

패키징 기술 및 프로세스 엔지니어링에 부품 및 소프트웨어를 공급하는 업스트림 산업은 디지털화에 있어 중추적 기능을 담당한다. 해당 분야 리딩 기업 80개사가 참가해 포장 기술 발전에 박차를 가했다. 국내에서는 삼성하조기사가 출품해 시장 다변화 및 해외마케팅의 장으로 적극 활용했다.

녹색포장은 이제 기업 생존의 필수과제다. 6년 만에 개최된 interpack 2023은 포장산업의 미래 솔루션을 제시하며 성황리에 종료됐다. 포장 산업의 혁신주기와 케를 같이 하는 interpack차기 전시회는 2026년 5월 7일부터 13일에 개최된다. 전시회 관련 문의 (전화 02-798-4343, 메일 info@rmesse.co.kr)는 한국 공식대표부 라인메세로 하면 된다.

ingapore

2023 FHA 식품 박람회' 성료

2,000개 이상 글로벌 업체 참가 '친환경 패키징'

싱가포르에서 격년으로 열리는 세계적 규모의 식음료 전시회 FHA ASIA 2023(Food & Beverage)이 지난 4월 25일부터 28일까지 3일간 싱가포르 엑스포에서 개최됐다.

네트워킹, 세미나, 경쟁 프로그램, 워크숍 등 다양한 행사로 꾸러진 이번 박람회는 70개국에서 식음료 및 호스피탈리티 산업의 2000개 이상 업체가 참가했으며, 50개 이상의 국가 전시관이 마련됐다. 특히 올해는 코로나19 이후 중국 전시관이 처음으로 참여해 관심을 끌었다.

이번 FHA에서는 재료부터 가공, 포장, 공급망에 이르기까지 식음료 제조의 전체 과정에 걸쳐 광범위한 기술과 혁신을 선보이는 솔루션 공급업체들이 다양한 기술을 선보였다. 60개 이상의 한국 기



업들도 참여해 한국의 식재료, 주류, 영양제와 같은 다양한 한국 제품을 선보였다.

전시회 구성 및 프로그램

세계적 규모의 식음료 전시회답게 FHA ASIA 2023에서는 3일 동안 여러 프로그램이 진행됐다. 미래형 단백질 스낵을 소개하는 스페셜 ZONE을 비롯해 F&B 산업의 식품 트렌드와 식품 지속 가능성, 농식품 혁신에 관련된 세미나도 마련됐다. 제조업체, 신생 기업, 투자자 및 기타 분야의 업계 전문가들이 모여 해당 분야의 비즈니스 및 투자 기회에 대해 논의하는 토론의 장이 마련되는가 하면 싱가포르 관광청이 지원하는 ‘Young Talents Escoffier(젊은 요리사들 간의 경쟁)’ 등 다양한 행사로 꾸며졌다.

특히 지속 가능한 성장을 위한 ‘재생 농업’ 세미나에서는 농업 분야에 관련된 4명의 패널들이 한 자리에 모여 재생 농업이란 무엇이며, 재생 농업의 장점과 아시아의 재생 농업이 직면한 과제 등 여러 주제를 가지고 토론을 나누었다.

이번 전시회에서는 K-푸드의 전 세계적인 인기를 실감할 수 있을 만큼 한국관이 주목을 받았다. 그 뒤를 이어 주최 국가인 싱가포르 국가관이 싱가포르를 대표하는 음식들과 다양한 포장 기술들

을 선보여 눈길을 끌었다.

한국은 60개 이상의 업체가 참가하였다. 각 시도의 업체들이 K-푸드의 인기에 힘입어 양념 젓갈 및 액젓류, 떡, 양갱, 제빵 재료, 주류(전통&퓨전 맥걸리 외) 등 한국 지역의 특산물을 소개했다.

전시장에서 발견한 트렌드 제품 ‘친환경 패키징’

싱가포르는 KONG GUAN DUMPLING/PAU, C S TAY, SHENG SHENG F&B 등 나라를 대표하는 식품업체들과 함께 100개사 이상 업체가 참가하였고 식음료 분야만이 아닌, 친환경 패키징에 관련된 포장 기술 업체들이 다양한 기술을 선보였다.

친환경 에너지 허브를 꿈꾸는 싱가포르답게 이번 FHA 박람회에서는 지속 가능한 친환경 패키징 기술이 눈길을 끌었다. KPMG의 2022년 환경 보고서에 따르면 싱가포르에서는 매년 평균 694만 톤의 고형 폐기물이 발생하고 있다. 이 중 182만 톤은 소각해야 하는 생활 폐기물로 구성된다. 이로 인해 1100만 킬로그램 이상의 이산화탄소(KgCO2e)가 발생하고 있다. 싱가포르 환경 위원회(SEC)는 포장 폐기물을 줄이는 관행을 보다 지속 가능한 방식으로 전환하기 위해 노력하고 있으며, 이에 따라 싱가포르 패키징 기업들은 보다 다양한 패키징 옵션을 탐색하고 있다. 올해 FHA에서는 싱가포르 정부의 플라스틱 패키징 감소 플랜에 걸맞게 지속 가능한 플라스틱 포장 기술을 여러 업체에서 선보였다.

싱가포르 친환경 포장 제조업체인 ‘GREEN LAB’은 그들이 직접 제작한 Kraft 봉투를 선보이며 갈색 포장 종이에 대한 수요는 친환경적 특성으로 인해 최근 몇 년 동안 급증했다고 강조했다. Kraft 종이봉투는 테이크 아웃백에서 포장에 이르기까지 널리 사용되고 있으며, 지속가능한 기업 관행을 위



▲ 싱가포르 2023 FHA 식품 박람회 전경

한 필수 옵션 중 하나가 됐다. Green Lab사의 Kraft 봉투는 FSC 인증 종이 또는 완전 재활용 Kraft 용지로만 제작된다. 그 외 F&B 패키징 제품도 소개하며 친환경 제품에 대한 열정을 보였다.

시사점

2021년 싱가포르 정부가 Green plan을 지속 홍보한 영향으로 친환경 패키징 업체를 찾는 기업과 식당, 호커 센터(싱가포르의 일반 대중식당, 푸드코트) 업체들이 많아졌다. 참여한 패키징 회사들은 직접 제작한 친환경 테이크아웃용 봉투, 도시락 용기, 컵, 컵 뚜껑 등을 싱가포르에서만 아닌 세계 각국 업체들에게 홍보하기 위해 전시회에 참여했다. 하지만 일반 플라스틱에 비해 다소 높은 가격으로 호커센터 등 싱가포르 내 개인 식당 관계자들은 플라스틱 용기를 더 선호하고 있는 상황이다. 한국의 개인 및 업체들 또한 관심을 가지고 전시회를 방문했다. 한국의 양금 기업인 D사는 이런 종류의 국제식품박람회 참가하면서 한국의 양금, 배기 등 다양한 전통 재료들을 소개할 기회가 글로벌 기업으로 성장하기 위한 첫 단계라고 생각한다며, 매년 전시회를 통해 1차 마케팅을 시작으로 더 많은 바이어들과 소통하고 싶다고 말했다. 우리 기업들이 이번 전시회뿐 아니라 꾸준히 여러 행사에 참가해 K-푸드에 대한 인지도를 높일 수 있는 기회를 얻길 바란다.

England

**트랜센드, 日 이토추 '전략적 파트너십' 맺어
지속 가능한 포장제품, 英 시장 전역에 공급**

영국 웨일스의 친환경 포장회사인 트랜센드 패키징(Transcend Packaging)은 지난 4월 19일 일본

최대 기업 중 하나인 이토추(ITOCHU) 코퍼레이션과 투자 계약 및 전략적 파트너십을 맺었다고 발표했다.

Transcend는 향후 펄프 및 제지 전문 기업인 ITOCU와 함께 광범위한 종이 및 섬유 기반의 지속 가능한 포장 제품을 영국 시장 전역에 공급한다는 계획이다. ITOCU는 연간 거래 수익이 1,000억 달러에 달하며 Fortune Global 500대 기업 중 한 곳으로 2022년 글로벌 기업 순위에서 78위를 차지한 바 있다.

이번 파트너십으로 ITOCU는 1,000만 달러를 투자했으며 지속 가능한 포장의 혁신을 추진하는 것은 물론, 종이 및 몰딩 섬유 진화를 위한 새로운 제품 카테고리 개발을 위해 협력할 계획이다.

이번 협력은 아시아에서 북미지역에 이르기까지 새로운 시장 영역을 확장하고자 하는 Transcend 전략의 첫 단계로 향후 추가 투자도 확보할 계획이다. 이번 파트너십은 Transcend의 역량을 강화시키는 것은 물론, 유럽에서 가장 큰 금형 섬유 생산 시설을 개발하기 위한 전략을 구현하는 데 있어 핵심 요소가 될 것으로 예상된다.

또한 ITOCU는 친환경 목재섬유 기반의 재료 사업에 집중할 수 있게 되면서 이번 파트너십이 보다 지속 가능한 사회 개발에 속도를 내기 위한 때



▲ Transcend Packaging 본사 전경



우 중요한 이정표가 될 것으로 보인다. 특히 ITOCHU의 섬유 부문인 ITOCHU Fibre는 유럽에서 펄프 및 제지 제품의 거래 및 유통에 관한 상당한 전문 지식을 보유하고 있으며, 핀란드 회사인 Metsa Fibre에도 전략적인 투자를 진행하고 있다. 양사 모두 지속 가능성을 염두에 두고, 매년 매립지에 버려지는 일회용 플라스틱을 줄일 수 있도록 지원하는 것을 목표로 하고 있다.

최근 각 회사와 브랜드들은 일회용 플라스틱 지침, 생산자 책임 확대 및 EU의 포장·포장 폐기물 규제 개정을 포함한 새로운 입법 규제에 맞춰 포장 포트폴리오를 조정하는 추세다. 이에 따라 업계는 광범위하게 재활용될 수 있는 지속 가능한 일회용 포장 혁신에 관심을 기울이고 있다.

맥도날드, 스타벅스, 페레로 등을 고객사로 둔 Transcend는 일회용 플라스틱 지침과 같은 핵심적인 법적 변화와 함께 재활용 가능한 종이 및 플라스틱 포장에 대한 섬유 기반 대안을 만들기 위해 관련한 솔루션에 집중하고 있다.

Transcend Packaging 최고 경영자인 로렌조 안젤루치는 “지속 가능한 혁신과 변화하는 규제 환경은 포장의 우선순위를 계속 변화시키고 있다”면서 “당사는 포장 포트폴리오의 지속 가능성을 높이기 위해 다양한 선두 브랜드와 협력하고 있다. ITOCHU의 지원은 고객에게 혁신적인 솔루션을 지속적으로 제공하는 데 중요한 역할을 할 것”이라고 전했다.

USA

식품업계 ESG비림타고 ‘친환경 포장시대’ 열어 전문 추출로민든과자봉지·에어랩도비닐대신종이로

2010년 10월 월스트리트저널은 미국의 인기 과

자인 썬칩(SunChip)의 포장 비닐 소리가 너무 커 소비자들의 불만이 크다고 보도했다. 2009년 썬칩의 새로운 포장은 과자 업계 최초로 100% 분해 가능한 소재로 만들어져 친환경적이라는 평가를 받았다. 그러나 과자 봉지를 열거나 꺼낼 때마다 나는 소리가 95데시벨로 일반적인 대화 소리보다 커 소비자들이 소셜미디어를 통해 이를 비꼬는 영상을 올리기 시작했다. 급기야 월스트리트저널, NBC와 같은 대형 미디어에서 소비자들의 반응을 보도하는 일까지 벌어졌다. 프리토레이(FritoLay)는 썬칩에 대한 소비자의 불만을 수용해 해당 상품을 2010년 판매 종료하면서 생분해 비닐 상용화에 실패했다.

원성 딛고 ‘친환경 포장 개발’ 활성화

소비자들의 원성으로 한발 물러섰던 프리토레이는 그 후에도 계속해서 개발을 멈추지 않고 소음을 줄인 버전으로 다시 한 번 친환경 비닐 포장 출시를 준비하고 있다. 2009년 썬칩 포장의 폴리 젯 산 비율은 90%였으나, 새롭게 만들어지는 버전은 85%로 그 비율을 낮춰 소음을 줄였다. 프리토레이는 나머지 15%는 알루미늄 코팅, 잉크 및 부착물이라고 밝혔다. 프리토레이는 2025년까지 생분해, 재활용 혹은 퇴비화할 수 있는 포장으로 100% 전환할 계획이라고 말했다. 프리토레이는 썬칩 외에도 레이(Lay), 치토스(Cheetos), 도리토스(Doritos) 등 다양한 칩과자를 생산하고 있으며, 칩과자 시장의 60%를 점유하고 있다. 블룸버그는 시장 1위 기업 프리토레이의 이런 움직임은 과자 시장에 큰 영향력을 미칠 것이라 보도했다.

케틀칩(Kettle Chips)으로 잘 알려진 케틀푸드(Kettle Foods)도 오프더이튼패스(Off the eaten path)라는 과자 중 2종을 탄산칼슘으로 만든 봉지,

‘메이드 프롬 스톤’ (Made from stone)을 이용해 출시하고 있다. 2019년 오케노스(Okeanos)는 화석연료를 전혀 사용하지 않고 탄산칼슘 70%와 레진 30%를 이용해 만든 메이드 프롬 스톤 포장 봉지를 개발했다.

오케노스의 대표 쿼타라(Cuetara)는 블룸버그와의 인터뷰에서 “탄산칼슘은 대리석의 주성분으로 자연에서 쉽게 구할 수 있으며 영원히 분해되지 않는 비닐과 다르게 친환경적인 재료다. 주성분을 돌에서 추출해 제품명을 메이드 프롬 스톤으로 지었다”고 밝혔다. 현재 미국을 비롯해 브라질, 인도, 캐나다, 필리핀에서 생산하고 있으며, 과자는 물론 쌀, 커피, 소금, 꽃 같은 제품을 포장하는 데 쓰인다.

배송 패키징도 친환경으로

팬데믹 기간 배달 업계 규모가 커지면서 배송 패키징에도 친환경 바람이 불었다. 배송 상자 라이너를 생산하는 템퍼팩(Temper Pack)은 사탕수수에서 추출한 성분을 이용해 배송 중 온도를 일정하게 유지하고, 방수 기능이 있으며, 외부 충격으로부터 제품을 보호하는 ‘클리마셀라이너’(ClimaCell Liner)를 개발했다.

클리마셀 라이너는 스티로폼이라고 알려진 폴리스타이렌(polystyrene)을 대체할 수 있으며, 제품의 90% 이상을 종이 및 사탕수수 추출물로 만들어 재활용이 가능하다. 일반 크래프트 상자와 함께 버리면 재활용 업체에서 수거해 가기 때문에 재활용을 위해 따로 배송하거나 별도로 배출할 필요가 없다. 식품을 배송하는 밀키트 구독 서비스 업체, 제약, 온라인 식품관, 유리 및 섬세한 운반이 필요한 제품이 클리마셀 라이너의 주 고객이다.

템퍼팩은 ‘웨이브 크래프트’ (Wave Kraft)라는 패키징 3D프린터를 개발해 템퍼팩 제품을 대량으

로 사용하는 고객이 완제품을 포장하는 지점에서 직접 패키징을 생산할 수 있도록 했다. 이는 패키징을 위해 템퍼팩 제품을 배송 받을 때 발생하는 탄소를 줄일 수 있으며, 배송 당일 날씨에 따라 템퍼팩의 두께를 능동적으로 조절해 포장 재료의 낭비를 최소화할 수 있다. 웨이브 크래프트의 고객 멀리스푼(Marley spoon)의 데일 트리거(Dale Trigger)는 CNBC와의 인터뷰에서 “템퍼팩 제품은 친환경 소재로 ESG를 실천할 수 있을 뿐 아니라, 우리 공장 내에서 포장재를 생산하기 때문에 완제품 형태의 포장재를 보관할 창고비, 배송 받는 물류비 등의 비용을 줄일 수 있다”고 밝혔다.

시사점

오케노스의 쿼타라 대표는 “기업에 지금 당장 비닐봉지를 모두 친환경으로 바꾸라고 하면 그 기업에 납품하는 협력사와의 관계, 비용 부담 때문에 쉽지 않다고 답하겠지만 친환경 포장 시대는 분명 오고 있다”고 말했다. 친환경에 대한 소비자들의 인식이 어느 때보다 높고, 오케노스나 템퍼팩 외에도 써모세이프(Thermo Safe), 실드에어(Sealed Air) 같이 상업적으로 수익을 내는 기업들이 있기 때문에 친환경 패키징 시장 전망은 밝다.

바이든 정부가 2030년까지 탄소 감축 50%를 목표로 하는 만큼 미국 내 친환경 열풍은 계속될 것으로 보인다.

또한 미국 증권거래위원회가 상장기업을 대상으로 기후공시 의무화 규정에 스코프(Scope) 3까지 범주를 확대 적용할 것으로 예상됨에 따라 공급망의 탄소 저감 압박은 커질 것으로 보여 친환경에 대한 기업들의 움직임은 더욱 활발해질 것으로 기대된다.