



EU, 포장제품 규격, 탄력 적용
소비자 기초식품 의무규격 강화

EU 의회는 포장제품에 대한 규제를 철폐하고자 하는 새로운 지침(안)에 대해 대다수의 찬성으로 승인했다. 이로써 포장업계는 보다 다양한 사이즈의 포장재를 생산할 수 있게 되고 소비자는 보다 다양한 선택의 폭을 가질 수 있게 될 것으로 기대된다.

EU 집행위가 이 지침을 제안한 배경은 현재 거의 전 기본제품의 포장에 적용되는 규제를 철폐함으로써 산업에 있어서는 경쟁을 최적화하고 소비자들에게는 자유로운 선택의 기회를 제공하자는 것이었다. 다시 말해 현재의 선택적 조화 (optional harmonization) 아래 존재하는 각종

포장사이즈 규정을 폐지하고 기존 법을 하나의 법으로 통합, 일관성 있고 융통성 있는 법을 마련하고자 한 것이다.

이 지침이 채택되면 산업계는 다양한 사이즈의 포장제품 생산 기회가 주어질 것이며, 반면 회원국들에는 EC법이 규정하는 사이즈 이외의 것에 대해서는 자국 법으로 별도 규정하지 못하게 될 것이다.

EU에 있어서 이러한 규정폐지는 EU 내부시장 법규의 단순화를 추구하는 목적에 부합하는 것으로 집행위원 Mr. Gunter Verheugen는 “법률적 관점에서 현재는 너무나 혼동스럽다”고 언급하면서 법률의 단순화가 필요함을 설명하고 있다.

반면 EU 의회내 담당위원(Mr. Jacques Toubon)은 “보다 잘 규정한다는 것이 더 이상 모든 것을 규제하지 않는다는 것을 의미해서는 안



된다”며 어느 정도 범위 이내에서의 규제는 필요함을 주장했다. 이에 대해 많은 다른 의원들도 동의 표했다.

집행위는 알코올음료(spirits), 포도주(wines), 가용성 커피(soluble coffee), 백설탕(white sugar), 대부분의 에어로졸제(most products sold in aerosols)에 대해서는 의무적 포장규격을 지킬 것을 제안했다. 또한 의원들은 소비재 우유(drinking milk), 버터(butter), 볶은 가루커피 또는 볶은 통커피(ground or unground roasted coffee), 건조된 파스타(dried pasta), 쌀(rice), 누런 설탕(brown sugar)의 품목을 더 추가할 것을 결정했다.

의원들은 유럽 소비자의 기초식품인 이런 제품들에는 사이즈가 제한된 포장 형태로만 판매돼야만 한다고 주장한다.

그렇지 않으면 소비자들은 내용물이 상대적으로 적게 든 것을 모른 채보다 싼 우유 및 버터를 살 우려가 있기 때문이다. 따라서 우유의 경우를 예로 들면 1백, 2백, 2백50, 3백, 3백30, 5백, 7백50, 1천, 1천5백ml 또는 1/3, 1/2, 1, 2, 3, 4, 5, 6 pintes와 같이 단일화된 조건으로 포장돼 판매되면 소비자가 판단하는 잘못된 실수를 피할 수 있다는 것이다.

반면 의회는 각국 법률에 따르도록 정한 포장된 빵, 발라먹는 지방, 차 등은 이 지침 적용대상에서 제외하기로 결정했다.

집행위는 이러한 예외적용을 20년 기한을 두도록 권유했던 반면, 의원들은 8년 후에 집행위가 이 법률을 재검토하도록 하는 유통성 있는 접근 방법을 택했다.

EU 의원들은 집행위가 정한 20년인 2025년 경에는 그 누구도 시장조건을 예측할 수 없기 때문에 8년의 기한이 보다 합리적이라고 설명하고 있다. 집행위의 수정안은 의원 대다수의 찬성으로 통과됐으며 이제 이사회에 상정될 예정이다.

폴란드, 중동부유럽 최대 물류단지 조성 추진
연말 입주 개시 예정

올해 중반 폴란드 중부에 위치한 피오트르쿠프 트리부날스키(Piotrkow Trybunalski)라는 도시 부근에 중동부 유럽 최대 규모의 물류단지가 착공될 예정이다.

‘폴란드 중부물류단지’(Poland Central Logistics Park)라고 불리는 이 물류센터는 창고와 조립생산 시설을 합쳐 완공시 총면적 53만 평방미터에 총 투자비는 1억7천2백만유로에 달하는 것으로 알려졌다.

2004년 5월 EU 가입을 계기로 폴란드의 창고 및 물류 분야에서 변화가 엿보이고 있다. 그간 대부분의 현대화된 창고시설(warehouse)은 수도 바르샤바 주변에 자리를 잡아 왔으나, 이제는 다른 지역이 선호되는 조짐을 보이고 있다.

이는 무엇보다 EU의 자금 지원에 힘입어 도로 및 철도 건설과 현대화가 진전될 것이란 예상에 기인한다는 현지의 관측이다.

바르샤바 이외 지역에서 현대식 창고시설에 대한 수요가 높아지는 다른 요인으로는 동쪽 시

장(우크라이나, 러시아 등)으로 비즈니스를 확장코자 하는 외국 기업들이 폴란드를 교두보로 삼기를 원하기 때문이다.

이번 초대형 물류단지 건설 프로젝트는 오스트리아계 부동산개발업체 Europolis사와 Poland Central사의 합작투자로 진행되게 된다.

이들 투자업체가 피오트르쿠프 트리부날스키를 물류센터의 입지로 선택한데는 이 지역이 교통의 요지라는 점이 크게 작용한 것으로 보인다.

중부의 대도시 우지(Lodz) 남쪽 47km, 바르샤바에서 남서쪽으로 1백37km 지점에 자리잡게 될 중부물류단지는 바르샤바와 남부의 카토비체를 연결하는 A1 고속화도로와 인접해 있다.

또한 연계 도로망을 통해 북쪽으로 항만이 있는 그단스크, 그디니아, 나아가 발트 3국으로 접근이 편리하고 남쪽으로는 체크, 슬로바키아, 오스트리아 및 헝가리 등지로 연결이 편리한 위치에 있다는 투자기업들의 판단이다.

프로젝트의 당사자인 Europolis사 회장(Mr. Bernhard Mayer)은 “이 지역에서 이러한 탁월한 물류 프로젝트의 파트너가 돼서 기쁘다”며 “중부물류단지는 폴란드는 물론전체 유럽을 위한 완벽한 전략적 요충지”라고 설명했다.

폴란드 중부물류단지는 단계별로 건설될 예정인데 완공 후 면적은 창고와 조립생산시설(light production)을 합쳐 모두 53만 평방미터로 계획돼 있다.

금년 중반경 기초 인프라와 4만4천평방미터

규모의 1단계 공사가 시작될 예정이며, 연말에는 입주개시될 예정이라고 한다.

Europolis사(Europolis Real Estate Asset Management)는 오스트리아계 부동산 업체로 2002년 이후 폴란드에서 활동을 해 왔다. 현재 폴란드 부동산시장에서 최대 외국인 투자가이며, 헝가리와 루마니아 물류시장에서도 활발하게 영업을 하고 있다.

EU 경제권 편입과 외국 기업의 진출 확대에 따라 폴란드에서도 물류나 창고시설에 대한 관심과 수요가 늘어나고 있다.

앞으로 조성될 초대형 물류센터는 물류창고의 공급을 늘려 폴란드 기업은 물론 외국 업체들의 활동에도 긍정적으로 작용할 것으로 보인다.

사우디, 포장기계시장 전망 밝아 수요 연간 5천만달러 달해

사우디아라비아의 폭발적인 인구 증가와 소득의 증대에 따라 식품 및 관련산업의 수요가 크게 증가하고 이에 따른 식품포장산업도 크게 성장하고 있는 추세에 있다.

또한, 크게 발달해 있는 석유화학산업의 영향으로 포장 원자재인 플라스틱의 공급이 양호해 플라스틱 포장산업도 성장을 계속하고 있는 것으로 밝혀졌다.

사우디의 포장기계류 연간 수요는 약 5천만달러에 달하는데, 실제 각종 기계플랜트에 포함된 기계류를 포함할 경우에는 훨씬 규모가 크다고



할 수 있다.

현재, 사우디아라비아내 포장기계 제조업체가 없어 수요의 전량을 수입품에 의존하고 있으며, 독일, 이탈리아, 스웨덴 등 유럽산 제품이 주류를 이루고 있다.

최근 고유가로 인해 유입된 풍부한 오일머니를 기반으로 각종 플랜트 프로젝트 발주가 크게 증가하고 있어 포장기계류 수요 또한 증가할 것으로 예상된다.

HS 8422.40에 속하는 자동포장기계 등 기타 포장기계류 수입통계 기준으로 2004년도 사우디아라비아의 수입은 전년대비 43%가 감소한 1천6백56만달러를 기록했다.

나라별로는 이탈리아산 포장기계의 수입이 4백64만달러로 전년대비 47% 감소했으나, 독일을 제치고 시장점유율 1위를 차지했고, 독일산 포장기계 수입은 57%가 감소한 4백30만달러를 기록해 26%의 시장점유율로 2위를 차지했다. 한국산 수입은 전년대비 8% 증가했으나 18만달러로 실적이 매우 미미하게 나타나고 있다.

한편, 병이나 캔 등의 용기 주입 및 포장기계(HS 8422.3010)의 수입은 전년대비 16%가 감소한 3천97만달러를 기록했다.

나라별로는 독일산 기계의 수입이 26% 상승한 1만3백66만달러로 시장점유율 1위를 기록했고, 이탈리아산 기계의 수입은 60%가 감소한 5백73만달러를 기록함으로써 2003년도 1위의 점유율에서 크게 떨어져 독일에 이어 2위를 기록했다.

사우디에 국내 포장기계류 생산업체가 없어 포장기계 시장은 외국제품 간 경쟁체제에 있다.

자동포장기계, 보틀링 포장기계류 등 포장기

계류 전반에 걸쳐 이탈리아와 독일이 시장의 절반이상을 점유하면서 경쟁을 벌이고 있고, 한국산 포장기계의 진출실적은 아주 미미한 수준이다.

브랜드별로는 포장기계의 경우 이탈리아의 Minipack, Siat, 독일의 Boss, Multivac, 일본의 Akebono 등이 진출해 있고, 보틀링 포장기계류로는 이탈리아의 Miligari와 Takal, 독일의 Ortman & Herst, Combibloc, KHS와 Noll, 미국의 Universal Aqua, 프랑스의 Sasib 브랜드 등이 경쟁하고 있는 것으로 밝혀졌다.

유럽산 제품간 경쟁하고 있는 것은 전통적으로 기술력이 우수해 시장에서의 경쟁력을 확보하고 있기 때문으로 분석된다.

사우디아라비아 포장산업은 향후 높은 성장이 예상되는데, 그 요인으로 연 3.5~4.0%에 이르는 인구증가에 따른 식품류와 소비재 수요가 증가하고 건설붐과 함께 시멘트, 페인트 등 건축원자재를 위한 포장수요 증가, 석유화학 산업발전에 따른 각종 플라스틱 화학제품 생산의 증가로 인한 포장기계류 수요 증가를 들 수 있다.

포장기계의 주요 수요처는 식료품, 가정용품, 전자제품, 공구류/기계류 생산업체 등인데, 포장용품의 75%를 식료품 업체에서 사용하고 있어 사우디 포장기계 시장의 최대 수요처는 식료품 업체라 할 수 있다.

현재, 사우디아라비아 식음료품 관련 업체수는 낙농제품 생산업체가 56개사, 아이스크림 생산업체가 13개사, 통조림 과일 및 야채 생산업체가 29개사, (과일)음료 생산업체가 13개사, 대추야자 포장업체가 43개사, 빵, 비스킷, 초콜릿, 스낵 제조업체

가 1백36개사, 음료 포장업체가 55개사 등이다.

사우디아라비아 포장기계류 시장에서 한국산이 차지하는 비중은 미미하지만, 향후 풍부한 오일머니를 바탕으로 하는 기계플랜트 발주가 러시를 이루고 이에 부수되는 각종 기자재의 수요가 크게 증가할 전망이므로 사우디 포장기계류 시장에 대한 진출을 서둘러야 할 시점인 것으로 파악된다.

美 월마트, RFID 의무화 급증 재고품질 16% 줄어, 매출 효과

월마트가 차세대 바코드 시스템 기술인 RFID의 사용으로 재고 품질(out-of-stocks)이 사용 전보다 16% 줄어 매출에 큰 효과를 보고 있다고 한다.

월마트는 작년 10월부터 델러스 인근에 있는 5개의 디스트리뷰션 센터를 포함해 5백여개의 매장, 그리고 월마트에 제품을 공급하는 1백40여 개의 제조업체들을 대상으로 RFID 사용을 시작했다.

최근, 아칸소대학 연구팀의 분석에 의하면 제품주문과 배달, 배치과정에서 RFID 부착상품은 그렇지 않은 상품보다 3배정도 빠르게 진열할 수 있고, 재고품질률도 16% 감소했다고 밝혔다.

RFID는 올해에도 빠른 속도로 확대될 것이며, 월마트에 제품을 공급하고 있는 3백개 이상의 업체들과 1천여개의 월마트 매장에서조차 올해 안에 사용될 계획이다.

RFID 기술은 최근 몇년 전부터 대형 물류창

고 및 소매유통점을 중심으로 효율적인 재고 및 물류관리 방안으로 이용이 증가하고 있는데, 파렛트 및 제품에 내장된 칩의 정보를 스캔해 재고 및 고객관리에 유용하게 활용되고 있다.

Amcor, Vision Grande 지분 획득 중국 담배포장 시장 확보

호주의 거대 포장용지 업체인 Amcor사가 홍콩의 Vision Grande Group Holdings의 지분 16.7%를 획득했다.

Amcor사의 Beijing과 Qingdao에 위치한 담배 포장용지 설비와 Vision Grande의 6천6백만 달러 상당의 Vision Grande의 지분 16.7%를 교환하였다. 이번 거래로 Amcor사는 중국 담배 포장용지 시장의 교두보를 마련했으며 앞으로 중국 담배 포장용지 시장을 적극 공략할 예정이다. Vision Grande는 현재 중국내에 3개의 공장을 가지고 있는데 중국 내수 시장의 경쟁이 갈수록 치열해 지고 있다고 전했다.

중국의 담배 산업은 몇몇 국영기업들에 의해 과점되고 있으며 그들은 보통 5개 정도의 포장용지 업체와 계약을 맺고 있다.

담배 업체들은 치열해지는 시장에서 살아남기 위해 새로운 브랜드를 신설하거나 M&A를 시도하고 있다.

Vision Grande관계자는 이번 합병으로 북중국으로까지 진출할 수 있게 되었으며 중국 담배 포장용지 산업의 선두가 되기 위해 끊임없이 확장을 계속할 방침이라고 전했다. ☐