

INTERVIEW_I



삼성에버랜드

‘에너지빅스(ENERVIX)’ 출범

– 인간과 환경 중심적 에너지솔루션 제공

삼성에버랜드(주)(박노빈 사장)는 지난 2월 15일, 에너지사업부문에 대한 신규브랜드 ‘에너지빅스(ENERVIX)’ 선포식을 갖고 새 출발에 나섰다. ‘에너지빅스’는 ‘인간과 환경중심의 에너지 솔루션을 제공하는 전문가’를 뜻하며 에너지전문 브랜드로서의 위상을 강화해나갈 예정이다. 에너지사업팀 황건희 상무를 만나 앞으로의 에너지사업 계획에 대해 들어 봤다. 오혜은 기자(h9187@hanmail.net)

▲삼성에버랜드 황건희 상무

Q1 **삼성에버랜드의 올해 에너지사업 계획과 현재 진행 중인 사업이 있다면** _ 올해 계획은 간단히 두 가지 측면에서 말씀드릴 수 있습니다. 첫째는 미래성장 측면이고 나머지는 기존 성과의 극대화 측면입니다.

미래성장 측면에서는, 현재 우리사회가 향후 당면할 과제에 대비하는 사업으로써, 여기에는 주로 환경개선과 관련된 사업이 주가 될 것입니다. 2013년도 기후변화협약에 따른 온실가스 의무 감축 대상국으로의 가입이 충분히 전망되고 있으며, 지금도 환경보호와 관련된 여러 가지 사회적인 이슈가 강하게 대두되고 있는 상황입니다. 따라서, 이와 관련하여 신재생에너지의 확대보급을 포함한 다양한 사업을 모색하고 있으며 대부분 장기적인 과제로 추진될 계획입니다.

Q2 **지난해 에너지사업 성과가 있다면** _ 기존 사업의 성과극대화 측면에서는, 에너지진단을 강화함으로써 에너지절감사업의 성과를 극대화하는 것입니다. 즉, 고유가 상황 및 정부의 진단의무화 정책에 따른 사업의 확대를 추진할 계획입니다. 이를 위해, 전문인력을 보강하여 진단조직을 강화시켰으며 사업의 효율을 보다 높이기 위해 현지에 사무소도 개설하였습니다. 사실, 지난해는 고유가라는 커다란 기회에도 불구하고 많은 기업들이 경영상태가 별로 좋지 않아서 에너지를 절감하기 위한 투자를 줄이는 사례도 있었습니다. 이에 따라 올해는, 단순히 절감을 위한 기술제공보다는 생산성도 병행하여 높이는 방향으로 사업을 추진할 계획입니다.

Q3 **에너지 사업 부문에 브랜드 개념을 도입하게 된 계기는** _ 이번에 에너지 전문 신규브랜드 ‘에너지비스’를 도입하게 된 목적은, 에너지와 관련된 여러 가지 사업을 보다 전문화하고 다양화하기 위한 것입니다. 잠시 신규브랜드에 대하여 소개하면, 에너지비스(ENERVIX)는 energy(에너지), service(서비스), expert(전문가)가 결합된 단어로서 인간과 환경 중심의 에너지 솔루션을 제공하는 전문가라는 의미이며, 이번 브랜드 도입을 통해 에너지절감의 중요성을 사회전반에 알리고, 보다 전문성을 갖춘 서비스를 제공하겠다는 기업의 신념을 나타내고 있습니다.

“이제는 단순한 에너지 소비량의 절감이 아닌 생산성이 높아지는 절감, 그리고 친환경적인 절감을 병행하는 에너지효율화형 사업을 수행할 것입니다. 이를 통해서 기업의 경영 개선 및 나아가 환경 개선에 기여하도록 적극 노력하겠습니다.”

Q4 **에너지비스(ENERVIX)가 갖는 의미와 기대효과** _ 삼성에버랜드는 1989년부터 에너지절감과 관련된 사업을 해왔습니다. 그간, 건물은 물론 플랜트 분야에서 다양한 기술과 경험을 축적해왔으며, 진단기술과 설계, 그리고 시공기술은 꽤 높은 수준으로 성장하였습니다. 이러한 노력의 연장선상에서, 제1호 에너지절감전문기업이라는 역할에 걸맞게, 보다 전문적인 기술과 함께 다양한 고객에게 서비스를 제공함으로써 ESCO 업계의 위상을 강화하겠다는 의지의 산물이 바로 ENERVIX 라는 전문브랜드입니다.

Q5 **향후 사업계획에 대해** _ 그간의 에너지사업은 석유와 같은 한정된 자원의 사용을 줄이는, 다시 말하면 에너지절감사업에 초점을 맞춰왔습니다. 즉, 고유가 상황에 적합한 사업이라고 할 수 있죠. 그러나 이제는 단순한 에너지 소비량의 절감이 아닌 생산성이 높아지는 절감, 그리고 친환경적인 절감을 병행하는 에너지효율화형 사업을 수행할 것입니다.

이를 통해서 기업의 경영 개선 및 나아가 환경 개선에 기여하도록 적극 노력하겠습니다. ☺