



EU, 식품 라벨 규정 강화 원산지 표시 의무 대상 식품 확대

지난 달 6일 EU 의회는 현행 기존 식품 라벨 규정을 강화하는 한편, 법적 명료성을 제고한 최종 규정을 채택했다.

신규 식품 라벨 법은 소비자가 식품 구매 때 구매하려는 식품에 들어 있는 지방, 포화지방, 탄수화물, 당분, 단백질, 염분 등의 함유량과 식품의 열량을 쉽게 읽고 이해할 수 있도록 표시할 것과 알레르기성 성분이 들어 있는 식품에는 해당 성분을 소비자가 한눈에 인식할 수 있도록 표시할 것을 규정하는 한편, 현행 기존 규정보다 원산지를 표시해야 하는 식품 카테고리를 확대하는 방향으로 강화됐다.

이 신규정의 목적은 소비자들에게 알아보기 쉽고 명료한 정보를 라벨을 통해 제공함으로써 좀 더 건강한 식품을 선택할 수 있도록 하고 범규의 간소화로 중소기업의 부담을 경감하기 위한 것이다.

신규정 주요 내용을 살펴보면 먼저, 영양 성분 표시 의무가 주어졌다.

소비자들이 한눈에 식품에 들어 있는 지방(fat), 포화지방(saturated fat), 탄수화물(carbohydrates), 당분(sugars), 단백질(protein), 염분의 함유량과 열량(energy content)을 읽을 수 있도록 포장 위에 표로 표시해야 한다. 열량과 성분 함유량의 기준은 1백g 당 또는 1백ml당으로 표시돼야 하며 영양 성분 표 이외 추가로 1인분 개당(portion) 열량과 성분 함유량을 표시할 수 있다.

두 번째로 알레르기성 성분은 다른 성분과 구별되게 표시해야 한다.

현행 EU 식품 라벨 규정에서도 포장된 식품(pre-packed foods)에 들어 있는 알레르기성 성분(allergenic substances)을 포함한 모든 성분이 구별 없이 리스트 형식으로 포장 위에 표시하도록 하고 있으나 신규정에서는 특히 알레르기성 성분이 함유된 식품은 해당 알레르기 성분(들)이 여타 성분들과 구별될 수 있도록 눈에 띄게 강조 표시하도록 했다. 이같이 다른 성분과 구별될 수 있게 표시함으로써 소비자들이 한 눈에 알레르기성 성분이 함유된 식품임을 인지토록 하기 위한 것이다.

또한, 신 법규에서는 포장되지 않은 식품, 예를 들어 레스토랑이나 구내식당에서 판매되는 식품에 알레르기 성분이 들어 있는 경우에도 이 정보가 소비자에게 전달돼야 한다고 규정했다. 그러나 소비자에게 어떤 방식으로 이 정보를 전달할 것인지에 대해서는 각 회원국이 결정하도록 했다.

세 번째로 원산지 표시 의무대상 식품 카테고리를 확대했다.

쇠고기(beef), 꿀, 올리브유, 생과일 및 야채 등 일부 식품과 그 외 원산지를 표시하지 않으면 소비자를 오도할 가능성이 있는 식품에 원산지 라벨로 표시하도록 하는 규정이 있지만 EU 의회의 요구로 신규정에서는 현행 규정의 원산지 표시 의무 대상 품목에다가 돼지, 양, 염소, 조류의 신선한 고기를 추가해 이들 제품에도 원산지를 표시하도록 했다.

이 조항에 대한 이행 법규는 집행위가 신규정

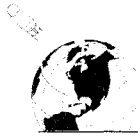
발효일부터 2년 내에 마련할 것이며 또한 앞으로 원산지 표시 대상 식품의 범위가 신규정에서 나열된 품목 이외 여타 다른 카테고리의 식품(재료로 사용된 고기, 우유 또는 비공정 식품)까지 확대될 것이나 확대하기 전에 집행위는 그러한 규정의 이행 가능성(feasibility)과 예상되는 추가 비용 등의 영향을 조사, 검토한 후 긍정적인 결론에 귀결할 때 확대를 결정할 예정이다.

네 번째로 소비자를 오도하는 포장을 금지하도록 규정했다.

신규정은 식품 포장의 겉모양과 글자 표기(description), 또는 표기된 그림(pictorial presentation) 등이 소비자를 오도하지 않도록 해야 한다고 규정했다

한편, 예를 들어 '야채 치즈(cheese-like foods made with vegetable products)'와 같이 제품의 구성 성분이 본래의 치즈와는 다르나 모양 상 치즈와 유사하게 만들어진 '모방식품(imitation foods)' 들은 소비자가 모방식품이라는 것을 쉽게 알아볼 수 있게 해야 한다고 규정했다. 즉, 어떤 식품에는 정상적으로 어떤 성분이 들어 있을 것이라고 누구나 생각하는 성분이 다른 성분으로 대체된 식품은 포장 팩(pack) 앞면의 브랜드명 옆에 뚜렷한 크기의 활자로 모방 식품임을 표기해야 한다.

여러 가지 다양한 종류의 고기로 만들어진 육류식품에는 'formed meat', 여러 가지 다양한 종류의 생선으로 만들어진 생선 식품에는 'formed fish' 라는 라벨로 혼합 식품이라는 것을 표시해야 한다.



EU 관보에 발표되면 식품업체들은 3년 내로 이 규정 내 대부분의 조항을 적용해야 하며 단, 영양가(nutrition values) 관련 규정 조항은 5년 내로 적용하도록 시행기간을 연장했다.

佛, 친환경라벨 7월부터 시범 운영 수년 내 의무사항 적용

지난 달 1일 자로 프랑스 환경지속가능개발부 주도로 프랑스 내 유통되는 제품에 대한 친환경성 정도를 소비자들이 알 수 있도록 표기하는 '친환경 라벨' 제도가 시범적으로 도입·운영되기 시작했다

이 라벨은 원료, 제조, 운송 및 유통, 사용, 폐기처리 혹은 재활용 등으로 이어지는 제품 수명주기 모든 과정에서 발생하는 환경에 대한 영향을 분석, 이를 최대한 객관화하거나 수치화해 소비자들이 구매 결정을 할 때 반영할 수 있도록 돕기 위한 것이다.

지난해 11월부터 2백30여개 국내외 기업이 친환경 라벨 테스트에 참가를 희망했으며, 그 가운데 1백68개 기업이 최종 선정, 이번 시범 운영에 참가하게 됐다. 이 제도 참여 기업 중에는 다논, 헨켈, 코카콜라 등 각종 식료품, 소비자재 제조·유통분야 대기업 및 다국적기업에서부터 중소기업까지 다양한 배경의 기업들이 참여하고 있다.

제품 포장지에 표기하거나 매장 진열대에 표기하는 등 두 가지 방식으로 운영될 이 제도는 앞으로 1년간 시범 운영되며, 그 성과는 향후

이 라벨제 본격 도입 여부에 중요한 영향을 미칠 것으로 예상된다.

친환경 라벨에는 산업·제품별로 친환경 정도를 측정하는 기준이 다양할 수 있으므로 반드시 표기해야 하는 기준이 아직 확실히 정해지지 않았다. 현 시범운영 체제에서 흔히 거론되는 기준은 제조·유통 등 제품 수명주기에서 배출되는 이산화탄소를 비롯한 온실가스 배출 정도, 대기오염 수준, 수질오염 정도 등과 관련된 것들이다.

분야·제품별 현재 반영된 실제 사례는 아래와 같은 내용을 수치화해 라벨에 표기하는 것을 추진 중이다.

한 유통업체는 매트리스를 올려놓는 침대 밑판에 부착될 환경 라벨에 지구 온난화의 주범인 온실가스 배출량이 12.7kg, 대기오염의 주요 원인인 이산화황 배출량이 24.1kg, 그리고 수질오염 척도 중 하나인 부영양화 수준이 1백84 kgP인 것으로 분석, 전체 친환경 정도를 A~E의 다섯 단계 중 상위 두 번째 단계인 B로 분류했다.

이산화탄소를 비롯한 온실가스 배출량이 최우선 기준으로 대부분 채택되는 분위기인 가운데 나머지 2~3개 기준은 해당 품목별로 상이할 것으로 보이는 가운데 기준 마련 외에도 이를 어떻게 측정하고 수치화할 지에 대한 부분이 아직 명쾌하게 해결되지 않았다.

친환경 라벨 운영 성공을 위해서는 우선 바로 앞서 언급된 바와 같이 어떤 기준을 환경 라벨에 표기할 지에 대한 심도 있는 검토가 필요하다.

제품별로 수명주기 분석에 따라 환경에 영향을 미치는 부분을 면밀히 분석, 반영해 적합한 기준을 확립하는 것이 최우선 과제이나 이 작업이 단순하지 않다는 점이 가장 큰 문제이다.

기준을 정하는 것뿐 아니라 측정방법과 측정 결과를 어떻게 수치화할 것인지도 매우 중요하다. 예를 들어 이산화탄소 배출량을 측정했을 때 이를 절대치로 표기할 지, 혹은 매우 많음에서 없음 등의 척도에 따른 상대적 표기를 할지에 대한 고민도 필요하다.

어떤 방식이 정확하게 정보를 전달하면서 소비자들이 쉽게 이해하며 다른 경쟁사 제품과 비교할 수 있을지 충분한 검토가 선행되어야 한다.

이 외에도 제품의 제조 과정을 비롯, 수명주기와 관련된 광범위한 정보가 필요한데 제품 주기가 복잡한 품목은 이를 수집하는 것 자체가 엄청난 작업일 수밖에 없으며 또한 공급업체가 관련 자료를 충실히 제공해야 하는데 그렇지 못한 경우도 상당수 발생할 것으로 보인다.

인터넷상 표기나 직접 표기 등 업체별로 방안 상이하나 라벨 중요성에 대한 인식은 동일하다. 이런 배경에서 우선 대부분의 업체는 이 라벨을 직접적으로 표기하는 대신 인터넷에 해당 제품의 라벨 표기 내용을 공개하는 방식을 선택했다.

관심 있는 소비자들이 능동적으로 정보를 얻도록 하는 방식으로 일단 시간을 벌려는 방법으로 볼 수 있으며 라벨 표기에 따른 문제가 발생할 경우에 대비할 수 있다는 장점이 있다.

일부 업체는 포장지에 표기하거나 제품 진열대에 표기하는 등 직접 표기를 통한 정면돌려를 추진 중이다.

시범 운영과정에서의 표기 방식은 업체마다 상이하지만 이 라벨의 중요성에 대한 인식은 대부분 같이 하고 있다. 이 라벨이 최종 도입되기까지는 상당한 준비기간이 필요할 것임이 분명하지만 이번 시범 운영에 참가하는 업체들은 자사 제품의 친환경성을 점검하는 동시에 자사 인력들이 이에 익숙해지는 기회로 활용하기를 희망하고 있다.

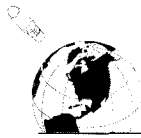
이에 그치지 않고 시범 운영과정에서 접수한 소비자 반응을 체크, 제품 개발 및 제조에 반영함으로써 친환경 관련 노하우를 축적할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

전문가들은 특히 소비자들이 각 기준이 의미하는 내용과 이에 따른 환경 비용을 이해, 친환경 제품을 구매할 수 있도록 알리고 교육하는 것이 중요하다고 강조했다.

이 라벨 제도는 프랑스가 정부 차원에서 지난 6년간 고심 끝에 시범운영에 돌입한 제도로 향후 친환경 제품과 기업을 구분하는 기본 요소로 활용될 수 있다.

따라서 업체들은 라벨제 최종 도입을 전제로 자사 제품과 기술 및 서비스의 친환경 측면을 강화하고 부각하는데 총력을 기울일 수밖에 없을 것으로 보인다.

또한 중간 공급업체로부터 조달받는 부품·제품에 대해서도 이런 부분을 주요 요구 사항으로 제시할 가능성이 크다는 점에서, 이에 대한 적절한 대응이 필요하므로 대프랑스 수출을



희망하는 우리 업체들도 평소 업무에 둘 필요가 있다.

러시아, 더운 여름으로 음료업계 호황 미네랄 워터, 생수 판매 높아

올해 러시아의 여름은 이상 기온으로 예년보다 더워서 비알코올 음료 생산 업계는 활발한 판매 시즌을 준비하고 있다.

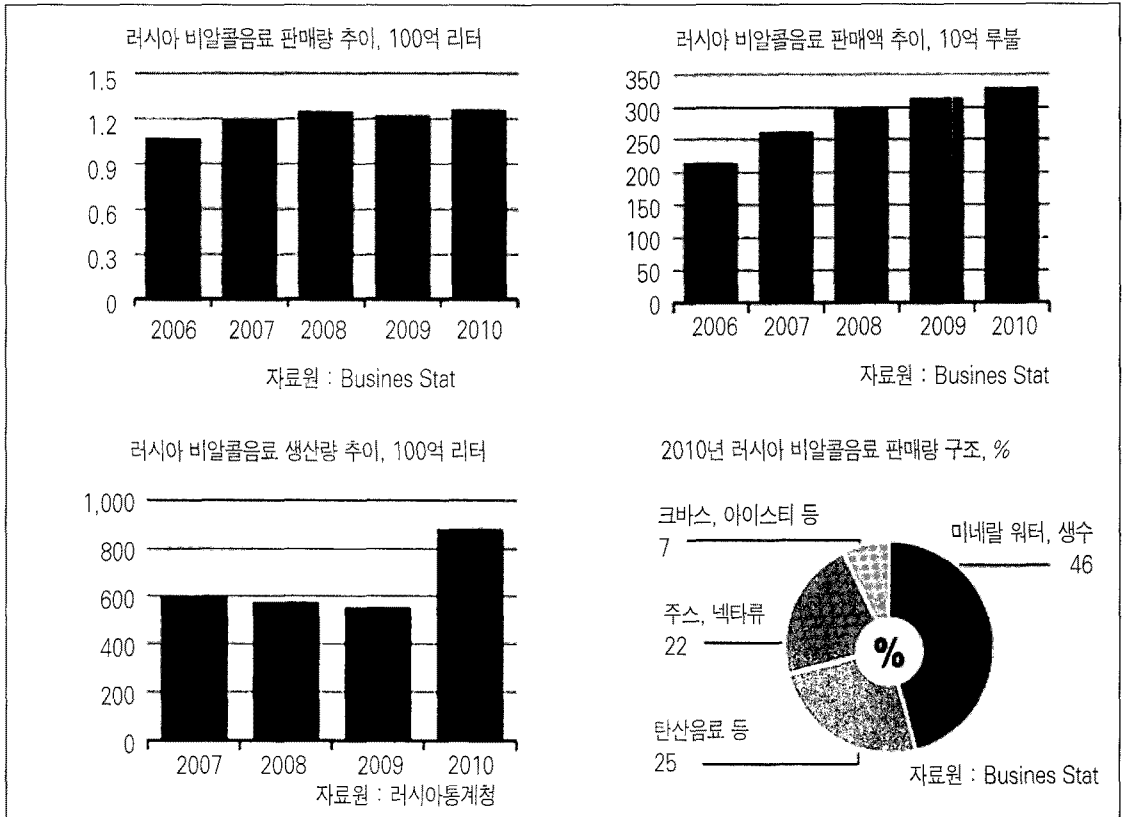
Nielsen사의 조사에 따르면 2010년 음료수 생

산은 60% 증가해 87억6천5백만 l 를 생산했으며, 총 1백30억 l 가 판매됐고 판매액은 3천2백90억 루블(약 1백10억 달러)로 추산됐다.

음료 판매의 절반 정도가 미네랄 워터나 생수이며, 그 비중은 점점 증가했다(2006년 37%에서 2010년 46%로 증가).

많이 팔리는 음료 중 두 번째는 청량음료로 시장의 약 25%를 차지하며 호밀로 만든 러시아 전통 음료수인 크바스(Kvas)는 전체 시장의 3%를 유지하고 있다.

2010년에도 이상 기후로 무더운 여름이 비알



▲ 러시아 음료업계 현황

코올 음료의 엄청난 성장을 했으며, 그 결과 러시아의 음료수 시장성장률은 두자릿 수에 달했으며, 이는 전문가들의 예측을 훨씬 뛰어넘은 수치였다.

크바스 생산자들은 시장 내 상대적으로 적은 비중에도 2010년도 판매 성과에 만족했다.

Ochakov사는 2010년 약 2억4천만 l의 크바스를 판매했는데, 이는 2009년과 비교해 60%가 증가한 양이다. 크바스를 생산하는 또 다른 기업인 Deka사도 2010년 한 해 동안 전체 판매가 1백78% 증가했으며 특히, 크바스는 2백33%나 늘어났다고 발표했다.

음료 업계는 2010년 비알코올 음료 수요의 엄청난 증가를 겪었다. 예를 들어 Coca-Cola사 관계자에 의하면 2010년 러시아 내 판매는 전년대비 16% 증가했으며, 2011년 일사분기는 전년동기대비 27%의 판매성장률을 보였다. 또한 러시아는 여타 다른 나라 중에서 가장 좋은 판매 증가세를 보였다. 2011년 1분기 Coca-Cola사의 순이익은 19억 달러로 전년동기대비 18%가 성장했다. Coca-Cola는 14개의 병 생산공장과 75개의 공급처를 러시아 내 두고 있다.

2011년 여름을 대비하면서 비알코올 음료 생산자들은 생산량을 최대한으로 끌어올렸다. Ochakov사는 생산시설 현대화를 진행해 매월 생산량이 6천 l에서 9천1백 l로 늘어났다. Deka사도 이미 2011년 1분기에 전년동기대비 2.3배 이상 생산을 증가시켰다.

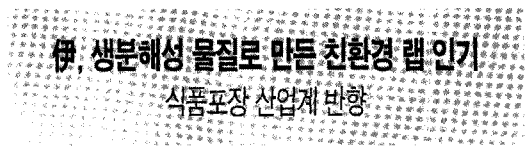
2010년 말 러시아 최대의 음료회사인 Wimm-Bill-Dann사를 38억 달러에 인수해 러시아 최대의 음료제조기업이 된 PepsiCo사도 생산을 늘릴 계획에 있다.

PepsiCo사에 따르면, Wimm-Bill-Dann사를 인수함으로써 이 회사를 연간 50억 달러 이상의 매출을 내는 러시아의 가장 큰 식품 및 음료 제조 회사로 만들 것이라고 밝힌 바 있다. 인수 후 PepsiCo사는 러시아에서 가장 큰 20개 생산 브랜드 중 6개의 브랜드를 소유하고, 러시아 및 CIS에서 49개의 제조 회사를 소유하게 됐다.

무더운 폭염은 비알코올 음료업계뿐만 아니라 아이스크림 업계 및 맥주업계에도 긍정적인 영향을 미치고 있다.

이 밖에도 무더운 여름으로 인해 에어컨, 선풍기 같은 냉방용품의 수요도 크게 증가했으며, 대형 산불로 인한 스모그로 인해 공기청정기 등의 판매량도 크게 증가한 것으로 추산된다.

무더운 날씨의 영향으로 인기를 끌고 있는 제품 중에 USB 포트에 연결하면 사무실 의자가 시원해지는 쿠션 방석(USB Cushion Cooler) 등 아이디어 상품도 등장했다. 이 제품은 쿠션 표면에 많은 작은 구멍들이 있어서, 아래쪽 흡입기를 통한 신선한 공기가 엉덩이 아래쪽으로 공급돼 땀이 나는 것을 방지하고 쾌적한 상태에서 일할 수 있도록 도와줌. 또한 별도의 USB 파워 어댑터를 사용하면 자동차에서도 사용할 수 있다.



2011년 1월부터 이탈리아는 유통업체에서 소요되는 모든 쇼핑백의 친환경 생분해성 플라스틱 봉투의 의무적 사용을 전면적으로 시행하고 있다.



한 개에 0.10유로에 판매되는 이런 생물분해성 봉투에 이어 이탈리아 북부 노바라에 위치한 한 화학기업은 어떠한 종류의 식품류에도 사용이 가능한 친환경 생물분해성 랩을 개발해 화제가 됐다.

식품류에 사용 가능한 이 친환경 랩은 산성 음식이나 지방성 식품에도 사용 가능하며 사용 후 유기 쓰레기로 폐기, 자연 속으로 흡수되는 것이 특징이다.

세계 생분해성 3대 인증 중 하나인 유럽의 EN 13432를 획득한 이 소재는 기존 플라스틱 랩에 포함, 음식으로 이전될 수 있는 화학 첨가물이 전혀 들어가지 않아 인체에 무해할 뿐 아니라 내구성과 확장력도 기존 제품에 떨어지지 않게 우수한 것으로 알려졌다.

이런 특성으로 향후 식품 포장 산업에 큰 영향을 일으킬 것으로 기대되는 바, 현지 최대 환경단체인 레가 암비엔테(Lega Ambiente)와 경제인연합(Confindustria)이 수여하는 환경 혁신상도 받았다.

이 생분해성 랩은 이탈리아 북부 화학기업 노

바몬트(Novamont)사가 개발했으며 Mater-Bi®로 상표 등록돼 있다. 이 제품의 주요 성분은 옥수수 전분과 같은 식물성 성분을 사용한 바이오 폴리머 계열로 재생 가능하다는 것이 특징이다. 또한 따뜻한 음식을 냉장고에 보관 시 발생하기 쉬운 습기를 적절히 흡수할 수 있는 투과성이 현저히 높아 음식물 보관과 보호에 이상적인 소재로 평가받고 있는 중이다.

노바몬트사는 일반 플라스틱 제품과 동일한 내구성과 기능을 지니면서 자연에서 추출된 재생 가능한 원자재를 사용해 생산 시 배출되는 온실가스 및 에너지 절약에 기여, 이상적인 친환경 생산 소비구조 창출에 성공했다. 랩으로 사용되는 이 물질은 생물 분해와 합성과정을 거쳐 다시 자연으로 돌아가며 어떠한 오염물질을 남기지 않기 때문이다.

이외에도 Mater Bi 소재를 사용한 새로운 식품류 포장도 선보였는데 이는 패키징 전문기업인 사프타(Safta)사와 협력해서 개발했다.

이 생물분해성 포장은 산소와 습기 투과율이 현저히 낮아 식품의 장시간 신선 보관이 가능해



▲ 생분해성 식품용 랩



▲ Mater-Bi 소재를 이용한 식품 포장재

커피, 설탕, 오븐용 음식, 스낵 등 식품 포장에 이상적일 뿐만 아니라 가루비누, 동물용 사료 포장에도 널리 적용할 수 있다.

식품 포장산업에서 차지하는 플라스틱 의존도는 매우 높으며 생산 시 발생하는 환경오염도나 폐기 처리도 큰 환경문제로 대두되고 있다.

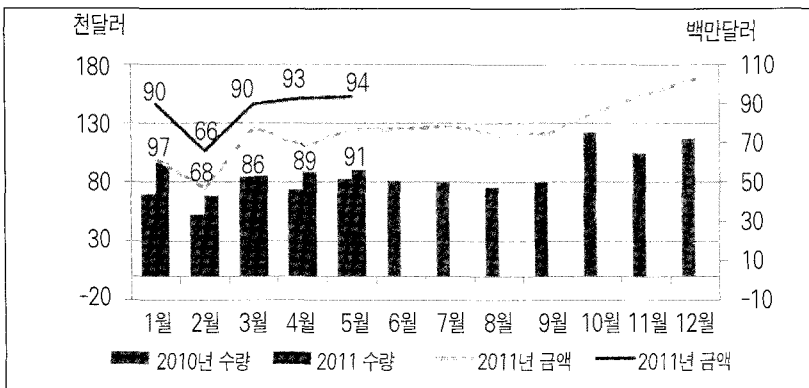
세계 생분해성 소재 시장이 매년 20%씩 성장할 것으로 기대되는 가운데 기존 플라스틱이 사용되는 분야에서의 생분해성 소재 적용이 날로 확대 추세로 관련 제품 개발도 활발히 진행되고 있다.

노바몬트사는 이러한 혁신적인 생분해성 소재를 개발, 가정 및 식품포장산업에서 방대한 양이

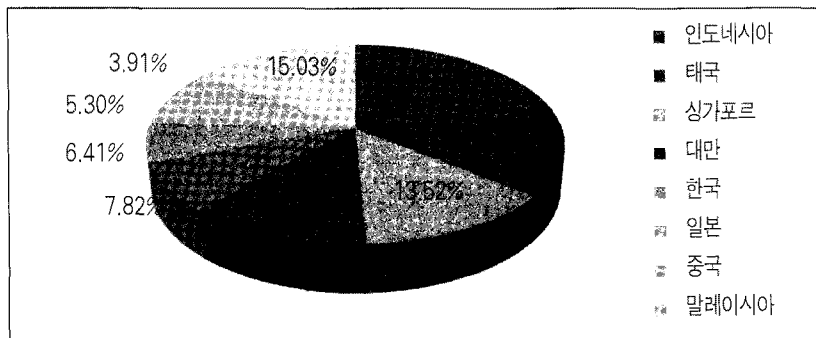
소비되는 랩으로 제품화에 성공, 이를 통해 환경 보호 및 웰빙에 민감한 의식 있는 소비자층의 인식 확대뿐만 아니라 동시에 식품 포장업계에도 지각변동을 몰고 올 전망이다.

베트남, 포장 및 인쇄용 제지 수요 증가 국제 제지 원료 수입가격 증가

베트남 제지시장은 인쇄(신문, 출판), 제조산업(포장), 소비재(문구용) 등 다양한 분야에 쓰이며, 소득 증가와 관련 분야 발전에 따라 지속적으로 제지 수요가 증가하고 있다.



◀ 2010, 2011년 베트남 월간 제지 수입 동향(자료원: 베트남 통계총국)



◀ 2011년 1~5월 대베트남 제지 주요 수출 국가 현황(자료원: 베트남 통계총국)



일반 제지(문구용, 인쇄용)는 베트남 내에서도 생산하지만 수요에 따른 수량 부족으로 제지 원료와 함께 수입을 병행하고 있으며 고급제지(코팅지, 고급인쇄용)는 베트남 국내 제품 생산 품질이 낮고 높은 생산비용으로 아세안 국가로부터의 수입제품이 많이 유통되고 있다.

베트남의 올 초 전기, 석탄, 유류제품의 물가 인상에 따른 생산비용 증가와 운반비용 증가로 인해 국내 제지 생산 비용이 증가하고 있다. 이와 함께 국제 제지 원료 수입가격의 증가로 베트남 국내 제지생산 기업에선 2011년 5월부터 출하가격을 9~14% 인상했다.

이로 인해 많은 국내 제지를 사용하는 기업에 부담이 되면서, 베트남 국내 제지 생산기업 활동이 주춤한 상황이다. 호치민 제품 가격의 경우 필기, 인쇄용지(70gsm, 92 ISO, 롤 형태) 제품 판매가격은 약 2천1백만~2천2백만 동으로 2011년 3분기까지 인상이 유지될 것으로 예

상되나, 곧 다가오는 신학기에 따라 제품의 수요 또한 증가할 것으로 전망된다. 호치민 유통 수입 필기, 인쇄용 제지 제품 가격 또한 2천2백70만~2천3백20만 동으로 당분간 이 수준을 유지하며, 수입은 감소할 것으로 전망이다.

최근 베트남 제지시장 수요는 예년에 비해 높은 수준이지만 더욱 안정적인 시장을 위해 기업에서 생산발전을 위한 투자가 필요하다. 그러나 올해 금융 대출의 제한으로 인해 기업에서의 생산설비 투자가 지연되고 있다.

2011년 1~6월까지 베트남 제지, 표지 총 생산량은 92만5천7백톤으로 전년동기 대비 12% 증가했으며 2011년 6월 생산량은 16만5천5백톤으로 전월 대비 2.2% 감소했지만 전년동기 대비 19.9% 증가했다.

2011년 1~5월 동안 베트남 제지 총 수입은 43만3천1백60톤, 4억3천5백만 달러로 전년동기 대비 수량과 금액에서 18.4%, 31.2% 증

[표 1] 베트남 국내 제지 생산 동향(천톤)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010년(*)
국영부분	305.5	277.8	308.1	331.7	298.6	-
민영부분	559.5	695.5	1205.8	1337.6	1119.1	-
외국투자부분	36.2	57.3	213.1	230.4	207.3	-
총계	901.2	1030.6	1727.0	1899.7	1625.0	1848.9

* 자료원 : 연감통계자료(2009), (*)베트남 통계총국(GSO) 추정치

[표 2] 베트남 연도별 수입 동향

구분	2006	2007	2008	2009(*)	2010년(*)
금액(백만달러)	497.8	623.5	786.2	770.6	925.1
증감율(%)	21.12	25.25	26.09	-1.98	20.05

* 자료원 : 연감통계자료(2009), (*)베트남 통계총국(GSO) 추정치

가했다.

2011년 5월 베트남 제지 수입은 9만5백50톤, 9천4백17만 달러로 전월 대비 수량과 금액에서 각각 1.7%, 0.8% 증가했다.

올해 연초부터 4월까지 높은 수입가격 증가가 지속적으로 이어졌지만, 5월 들어 인하됐다. 이는 국내수요가 높은 시점에서 제지 수입은 지속적으로 증가할 것으로 예상된다.

2011년 5월 베트남의 제지 평균 수입가격은 1천40달러/톤으로 전월 대비 0.84% 감소했다.

2011년 1~5월 대베트남 제지 수출국으로 인도네시아가 가장 많이 공급했다. 이어 태국, 싱가포르, 대만 한국 순이다.

인도네시아에서의 제지 수입은 베트남 전체 제지 수입량의 20% 이상 비중을 차지하며 전반적으로 베트남 제지 주요 수출국의 제지 공급은 증가 추세이다.

2011년 4월 대베트남 수출국 중 인도네시아와 한국에서의 수출이 크게 증가했지만, 두 국가의 5월 제지 수입은 전월 대비 다소 감소했다.

2011년 1~5월 인도네시아로부터 제지 수입은 11만2백20톤, 9천6백87만 달러로 전년동기 대비 수량과 금액에서 각각 24.37%, 27.40% 증가했다.

인도네시아에서의 제지 수입은 베트남 전체 제지 수입량의 20% 이상 비중을 차지했다.

올해 5월 인도네시아로부터의 제지 수입은 2만1천30톤, 1천9백27만 달러로 전월 대비 수량에서 20.87%, 금액에서 16.16% 감소했다.

2011년 1~5월 동안 베트남의 한국으로부터 제지수입은 4만3천62톤, 3천4백만 달러로 전년동기 대비 수량에서 39%, 금액에서 53% 증가했다.

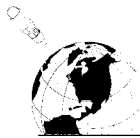
2011년 5월 수입은 6천6백73톤, 5백85만 달러로 전월 대비 수량과 금액에서 각각 31.34%, 26.01% 감소했다.

스페인, 일회용 비닐봉지 사용금지 정책 추진 비생분해성 비닐봉지 소비억제

스페인 정부는 기존 “폐기물 처리 및 토지오염 관리법(Ley de Residuos y Suelos Contaminantes)” 개정을 통해, 스페인 내 일회용 비닐봉지 사용을 전면 금지할 계획이다.

추진안에 따르면, 자연분해 기간이 더딘 일회용 비생분해성 플라스틱 봉지를 타 친환경 제품으로 단계적으로 대체해, 2018년에는 사용을 완전 금지하는 데에 초점을 두고 있다. 그러나 생선 및 고기와 같이 부패하기 쉬운 식품을 포장하기 위한 비닐필름의 사용에는 일정수준의 유예기간이 주어질 것으로 보인다.

위 방안은 최근 EU에서 추진 중인 비닐봉지 소비억제 정책과 상통한다. EU 집행위는 유럽 내에서 연간 3톤이 넘게 사용돼 환경오염의 주범이 되는 일회용 비닐봉지의 소비를 억제하는 방안을 구상 중이다. 이를 위해 2011년 8월까지 관련 전문가와 소비자를 대상으로 가장 적합한 비닐봉지 소비억제 방식에 대해 논의할 예정으로 현재까지 사용 전면 금지, 사용 시 특별세



부과, 생분해성 비닐봉지(썩는 비닐봉지) 소비 촉진 등이 거론됐다.

현지 플라스틱 제조업계는 정부의 이런 고강도 소비억제 정책에 대해 강하게 반발하고 나섰다.

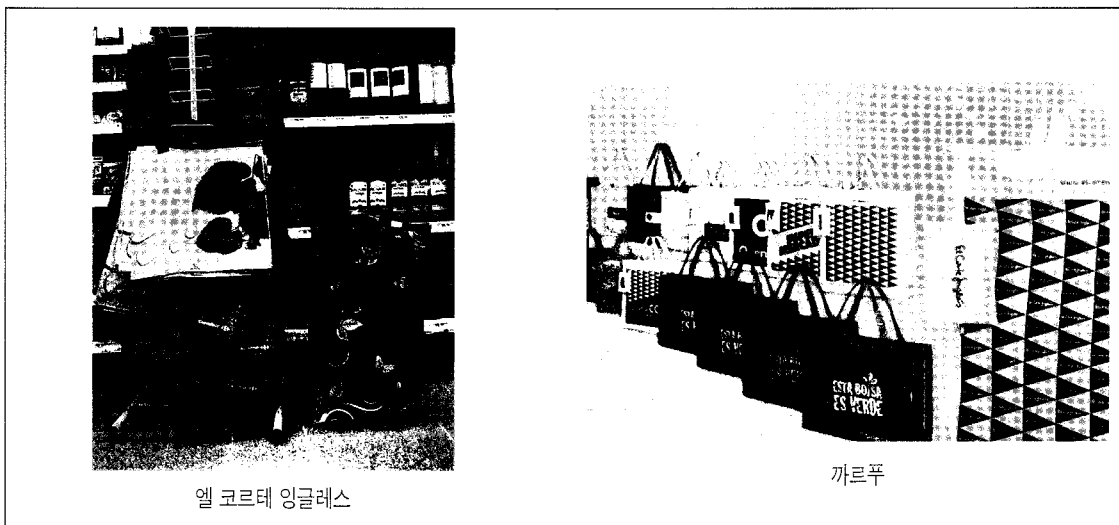
스페인 플라스틱 산업협회(Anaip)에 따르면, 스페인은 유럽 최대 비닐봉지 생산국이며, 동시에 3위 소비국으로 연간 1백35억 개의 비닐봉지를 사용했다. 또한, 현재 약 3백50개의 비닐봉지 제조기업이 스페인 내 산재해 있으며, 1만 1천명의 노동인구가 이 산업에 종사하고 있다.

협회는 일회용 비생분해성 비닐봉지 사용금지 정책이 시행되면 약 3백개의 제조기업이 파산해 6천여 개의 일자리가 사라질 것으로 경고했다.

유통업체 및 일반 소비자들은 친환경 비닐봉지 유료 제공에 호의적인 반응이다.

일회용 비닐봉지 사용금지 정책과 관련해 스페인 소비자들은 대체로 호의적인 반응을 보일 것으로 전망된다. 스페인 국민은 그간 독일 등 북유럽 국가에 비해 환경파괴의 심각성에 대한 인식이 다소 낮은 편이었으나, 근래 들어 환경보호를 위해 불편함을 어느 정도 감수하고자 하는 의지를 보였다.

Anaip의 2009년 앙케트 조사로는 스페인 소비자 중 90%는 비닐봉지 사용을 절제해야 한다고 응답한 반면, 48%는 슈퍼마켓 등 유통업체에서의 비닐봉지 유료판매는 반대 입장을 보였다. 그러나 2011년 5월 발렌시아플라스틱 산업협회(Avep)와 플라스틱 기술연구원(Aimplas)의 공동 앙케트 조사로는 응답자 중 75%가 일회용 비닐봉지 사용 금지법안이 소비자의 편의를 저해할 것으로 대답했으나 65%는 그럼에도 불구하고 환경보호를 위해 비닐봉지



엘 코르테 잉글레스

까르푸

▲ 주요 유통기업에서 판매 중인 재활용 할 수 있는 플라스틱 백(자료원 : 엘 코르테 잉글레스 및 까르푸 홈페이지)



사용에 대한 비용을 지불할 의향이 있음을 밝혔다.

스페인 내 주요 대형 유통기업들은 최근 “씩는 비닐봉지”인 생분해성 플라스틱 봉지를 유료로 제공하기 시작했으며, 일부는 이를 통해 비닐봉지 소비량을 줄이는 소기의 성과를 거뒀다.

현지에서 가장 처음으로 씹는 비닐봉지를 판매하기 시작한 기업은 까르푸(Carrefour)로, 2009년 말부터 기존 일회용 비닐봉지 무료 공급을 금지하고 씹는 비닐봉지를 5유로 센트, 재활용할 수 있는 플라스틱 백을 50유로 센트에 제공했다.

이를 통해, 2010년에 사용된 씹는 비닐봉지의 소비량이 2008년 일반 일회용 비닐봉지 소비보다 약 5배 감축되는 효과를 얻었다.

주요 슈퍼마켓 체인기업인 메르카도나(Mercadona)는 2011년 6월 초부터 씹는 비닐봉지를 유료로 제공하기 시작했으며 이를 통해 연간 3천5백만 유로의 지출을 절감할 것으로 전망했다. 또한, 스페인 내 모든 유통업체가 비닐봉지를 유료로 공급할 시 연간 6억 유로에 달하는 지출절감 효과를 거둘 수 있을 것으로 추산했다.

스페인 최대 백화점 체인그룹인 엘 코르테 잉글레스(El Corte Ingles)도 2011년 6월부터 씹는 비닐봉지 및 재활용할 수 있는 플라스틱 백을 판매하기 시작했다.

특히, 이 그룹은 플라스틱 백에 감각적인 디자인을 가미해 소비자의 구매욕구를 더욱 자극하고자 했다.

스페인은 물론 전 유럽 차원으로 일회용 비생분해성 비닐봉지 소비 억제정책 도입이 힘을 얻음에 따라, 이를 친환경적인 방식으로 대체할 수 있는 제품의 틈새시장을 공략해 볼 수 있는 것으로 전망된다. 이 정책이 시행되면 앞선 언급된 생분해성 비닐봉지 및 재활용할 수 있는 플라스틱 백의 소비가 증가함은 물론, 쇼핑용 카트나 장바구니에 대한 수요 확대도 기대해 볼 수 있다.

정부의 비생분해성 비닐봉지 사용금지 및 유통업체의 생분해성 비닐봉지 유료 제공으로 전반적인 플라스틱 수요 감소로 이어져, 관련 현지 플라스틱 제조산업의 생산활동 저하가 우려된다. 따라서 제조업체는 세계적인 추세에 발맞춰 재활용할 수 있는 친환경적인 플라스틱 제품 개발에 주력해야 할 것으로 보인다. ko

기술원고를 모집합니다.

**포장과 관련된 신기술을
발표할 업체와 개인은
‘월간 포장계’ 편집실로
연락주시기 바랍니다.**

편집실 : (02)2026-8655~9

E-mail : kopac@chollian.net