



Global Packaging News

Germany

국제식품전시회 '아누가2023' 역대최다참가국
118개국 약 7,800개사 참가, 글로벌 바이어 13만 명

국제식품전시회 아누가(anuga)가 역대 최다 참가국을 기록해 기대감을 높이고 있다. 118개국 약 7,800개사 참가로 대표적인 국제식품전시회로서

의 면모를 선보일 전망이다.

'아누가 2023'은 오는 10월 7일부터 11일 독일 쾰른에서 축구장 44개(284,000 m²)에 달하는 규모로 개최된다. 전 세계에서 쏟아진 참가 문의로 아누가 주최사인 쾰른메세는 전시장 내 복도까지 줄었다고 밝혔다.

이미 13만 명의 글로벌 대형 유통사가 방문을 확정했다. 월마트(Walmart), 코스트코(Costco), 쿵(coop), 알디(Aldi) 등 유럽, 미주, 아시아 지역 주요 바이어들이 방문한다. 국내식품업계의 관심도 상당하다. 새롭고 이색적인 제품 모색을 위해 국내에서도 주요 바이어들이 대거 방문할 예정이다.

올해 아누가는 풍성한 부대행사로 이목을 끌고 있다. North Boulevard에서 진행되는 아누가 혁신제품 전시(Anuga taste Innovation Show)는 무엇보다 뜨거운 화제를 몰고 있다.



▲ 국제식품전시회 아누가(anuga)가 역대 최다 참가국을 기록해 기대감을 높이고 있다.

소비자의 시선을 모으는 획기적인 제품을 한데 모아 공개하며, F&B 시장 트렌드 분석가가 선정한 Top10 제품도 특별쇼로 발표될 예정이다.

아누가 자매전시회인 국제식품 미래산업 전시회 '아누가 호리즌' (anuga Horizon)이 주관하는 미래식품 콘퍼런스가 10월 9일과 10일 Congress Centre North에서 진행된다. 최근 뜨거운 감자로 꼽히는 '미래식품' 산업 전반에 관한 통찰과 전망을 제공할 예정이다. 또한 올해는 아누가 와인 어워즈 (FairWine Awards)가 첫 선을 보인다. 아누가 와인 어워즈는 친환경적 제조법과 지속가능한 포도재배 프로그램으로 생산된 와인을 엄선하여 10월 10일 Congress Centre East에서 소개한다.

아누가 2023 방문 및 티켓 구매에 관한 사항은 주최사 쥘르메세의 공식 한국 대표부 라인메쎬(02-798-4105, claire@rmesse.co.kr)에 문의할 수 있다.

China

'All in Print 2023' 11월 1일 개최
전 세계 1,000개 기업, 10만명 방문 규모



▲ All in Print China 2023 전시회가 11월 1일부터 4일까지 중국 상하이에서 개최된다.

'올 인 프린트 차이나 (All in Print China 2023)' 전시회가 오는 11월 1일부터 4일까지 중국 상하이에서 개최된다.

올해 All in Print China는 디지털인쇄, 프리프레스, 종합인쇄 솔루션, 포스트프레스 프린팅, 지류 패키징 공정, 골판지포장, 라벨프린팅, 혁신 재료 관까지 총 8개 테마로 구성해 관련 산업을 총망라한다.

세계 인쇄시장 2위의 거대 시장인 중국에서 열리는 전시회이자 글로벌 인쇄 트렌드인 디지털, 친환경, 개인 맞춤형 등 인쇄 기술을 총 집약했다는 점은 All in Print China를 꼭 참가해야 하는 이유이다. 실제 직전 회차에는 10만명이 방문했으며, 1,030개 기업이 참가하는 등 성황리에 폐막했다. 아시아 최대 인쇄전시회 명성에 걸맞게 All in Print China는 다채로운 행사를 진행한다. '이노베이션 팩토리' '스마트 공정 존' '산학 연계 존'에서는 신기술과 혁신 솔루션이 대거 집중된다. 인쇄 업계글로벌 리더들의 미래 비전을 확인하고, 트렌드를 발굴할 장으로 기대를 모은다.

또한 이번 전시회는 해외 바이어, 투자자, 정부 및 공공 기관의 적극적 참여 및 활발한 구매 상담을 유도하고자 온라인 매치메이킹 시스템 'All in Print 클라우드 3.0'을 운영한다. 방문객은 사전 등록 후 해당 서비스를 이용할 수 있다. 한편 중국은 코로나 관련 복잡한 절차를 모두 해제했다. 이전에 복잡했던 절차가 모두 해제되어 All in Print 2023이 예년과 같은 활기를 되찾을 것으로 예상된다. 기대를 모으는 All in Print



China 2023은 홈페이지를 통한 사전 등록(방문객 등록: <https://www.allinprint.com/links?id=877>)시 무료관람이 가능하다. 참관문의는 메쎬 뒤셀도르프 한국대표부 라인메쎬(02-798-4343, info@rmesse.co.kr)에 하면 된다.

Europe

플라스틱 아아웃! 일체형 병뚜껑 부착 의무

2024년 7월 3일부터 유럽 내 의무화 예정

일체형 병뚜껑이란?

일체형 병뚜껑인 테더 병뚜껑(Tethered Cap)은 소비자가 병에 들어있는 음료를 마시기 위해 병뚜껑을 열어도 병에서 분리되지 않고 그대로 병에 부착된 상태를 유지하는 특수한 병뚜껑이다. 병뚜껑이 병에서 분리되지 않으면 따로 버려질 가능성은 줄어들고 본체 병과 함께 재활용될 확률은 높아진다. 현지 프랑스 분위기는 음료, 주스, 우유 등 많은 음료병에 일체형 병뚜껑이 대중화되는 추세다.

유럽의 탈플라스틱 정책

유럽에서는 환경과 시민건강의 보호를 위해 일회용 플라스틱 폐기물을 줄이기 위한 정책을 확대하고 있다. 유럽연합(EU)은 2030년까지 플라스틱 용기 중 30%를 재생 플라스틱으로 사용하도록 의무화하고 있다. EU 집행위원회는 2018년에 플라스틱 탈피 전략을 발표했으며 플라스틱 포장재의 재활용 수준을 2025년까지 50%, 2030년까지 55%로 개선하는 것이 목표다.

EU 지침에 따라 내년 7월 3일까지 3리터 이하 용기에는 모두 사용 과정 전반에 걸쳐 이처럼 병에서 떨어지지 않는 일체형 병뚜껑이 도입되어야 한다.

유럽에 진출해 있거나 진출을 계획하는 기업들은 의무적으로 따라야 한다.

프랑스 정부의 탈플라스틱 목표: 낭비방지법

이러한 유럽의 환경보호 및 탈플라스틱 목표에 따라 유럽 각 정부들 또한 관련법의 목표를 공포했다. 프랑스 정부의 탈플라스틱 정책은 낭비방지법(Loi Agec, loi anti-gaspillage pour une economie circulaire)의 세부 정책으로서 2021년부터 2040년까지 5개년 단위의 4단계 실행계획으로 이루어지고 있다. 프랑스에서는 슈퍼마켓에서 대부분의 과일과 채소에 사용하는 플라스틱 포장을 금지했으며 2040년까지 일회용 플라스틱을 완전히 배제할 계획이다.

다국적 기업뿐만 아니라 현지 브랜드, 유통매장도 동참

지난해 코카콜라는 일체형 뚜껑 제품을 영국에서 출시한 것을 시작으로 현재는 유럽 대부분에서 유통하고 있다. 코카콜라는 독일, 스페인, 영국 등에서 탄산 음료 페트병에 일체형 병뚜껑을 도입했다.

코카콜라 같은 다국적 기업뿐만 아니라 프랑스 현지에서는 대부분의 식품·음료 생산업체들이 동참 중이다. 유제품이나 과일주스, 콤포트 등 포장 형태가 다른 제품들도 마찬가지다. 종이팩(카톤팩)의 우유, 두유, 주스류 등의 제품은 기존 탈착형 뚜껑 대신 일체형 뚜껑을 택했고, 일반 음료들 또한 일체형 뚜껑을 갖춘 용기에 제품을 판매하는 것이 대중화되었다.

스코틀랜드의 그레이엄 다이어리(Graham's The Family Dairy)는 종이팩 형태에 맞는 일체형 뚜껑을 영국 유제품 시장에서 최초로 도입하고 있고, 핀란드의 유제품 회사 바리오(Valio)도 팩 형태에 맞는 뚜껑을 올해 상반기부터 적용한다고 밝혔다.

유통매장의 PB제품도 이런 탈플라스틱화에 동참

중이다. 영국의 슈퍼마켓 체인인 원스톱(One Stop)도 동참하고 있다. 원스톱은 지난해 11월부터 자신들의 PB제품 중 판매량이 가장 높은 우유 제품에 투명한 색의 뚜껑을 도입하기 시작했는데 투명 뚜껑은 재활용이 용이한 장점이 있다.

프랑스의 유통업체 Intermarche 또한 자사의 과일 주스 PB브랜드, PAQUITO 제품에 일체형 뚜껑을 달아 출시함과 동시에 자연에서 얻은 재생 가능한 재료 혹은 재활용 재료를 사용하여 패키징에 사용하는 등 여러 친환경적 조치를 취하고 있다.

시사점

EU 일회용 플라스틱 지침에는 3리터 미만의 플라스틱 음료 용기에 일체형 뚜껑이 부착된 상태에서 만 판매될 수 있다고 명시되어 있다. 본 지침은 2024년 7월 3일부터 유럽 내에서 의무화될 예정이며 음료 기업들은 지침 의무를 충족해야만 유럽 시장에 진출이 가능하다.

이뿐만 아니라 병뚜껑과 관련된 일회용 플라스틱에 관한 EU의 지침에 의하면 일정 비율 이상의 재활용 플라스틱 사용 비율을 페트병에 표시해야 하며, 일회용 제품에 대한 라벨 표시 요건, 보증금환급 제도를 통해 플라스틱병과 알루미늄 캔에 대한 수거율을 높이는 등 지속적으로 일회용품 사용에 대한 제언과 규제가 이어지고 있다. 관련된 의무 사항이



▲ 뚜껑과 일체형인 페트병

어떻게 발전하고 적용되는지 살펴보고, 수출 물량이나 생산에 차질이 없도록 사전에 준비하는 것이 중요하다.

USA

크래프트 싱글즈 '포장재가 질식 유발 가능'

가공치즈 '싱글즈 아메리칸' 8만3800여 박스 리콜

미국의 대표적인 가공식품 제조업체인 '크래프트 하인즈'(Kraft Heinz)가 인기 제품 '싱글즈 아메리칸 치즈 슬라이스'를 대거 리콜했다.

크래프트 하인즈는 지난달 21일(현지시간) 가공치즈인 '싱글즈 아메리칸' 8만3800여 박스에 대한 대대적인 리콜을 발표했다. 또한 문제를 일으킨 기계를 수리하고, 나머지 모든 기계에 대한 철저한 검사를 실시했다.

크래프트 하인즈 측은 리콜 이유에 대해 "치즈 낱장을 감싼 얇은 비닐 포장지의 일부가 제대로 벗겨지지 않고 남아 구역질 또는 질식을 유발할 위험이 있기 때문"이라면서 "자동포장 기계 중 한 대가 일시적인 문제를 일으켜 치즈 낱장을 감싼 비닐을 벗겨내더라도 얇은 속필름이 치즈 위에 남아있을 수 있다"고 설명했다. 이어 "소비자 불만이 잇따라 자발적으로 리콜 조치했다"며 "소비자 가운데 6명은 해당 제품 섭취 후 질식 또는 구역질을 경험했다고 밝혔으나 부상 또는 심각한 건강 문제는 보고되지 않았다"고 덧붙였다.

해당 리콜 제품은 최적소비기한 만료일이 2024년 1월 10일부터 2024년 1월 27일 사이인 크래프트 싱글즈 아메리칸 저온살균 가공치즈 16온스(약 453g) 포장(24장)과 최적소비기한 만료일이 2024년 1월 9일부터 2024년 1월 13일인 3파운드(약 1.3kg) 멀티팩(72장) 등이다.