



Global Packaging News

The United States

알루미늄 압출재 반덤핑 조사... '한국기업 주의 필요하나 기회도 존재'

높은 수요와 다른 국가 대비 상대적 낮은 관세로 수출 확대 기대

국 상무부, '24년 5월 반덤핑 조사 예비 판정 결과 발표

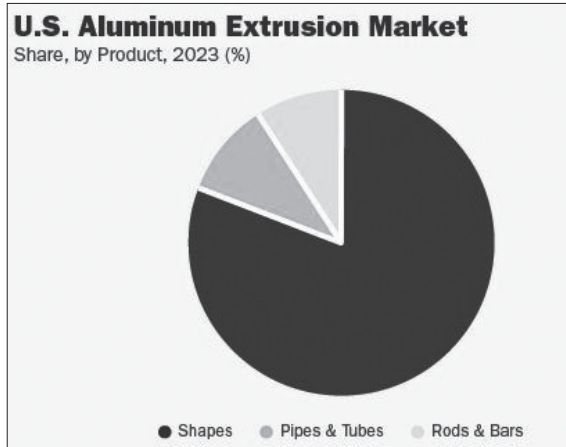
2024년 5월 2일 미국 상무부는 한국, 중국, 멕시코, 인도네시아 등을 포함한 14개국의 알루미늄 압출재 관련 반덤핑 조사 예비 판정 결과를 발표했다. 이는 2023년 10월부터 미국 알루미늄 협회(The U.S. Aluminum Extruders Coalition)의 청원에 따라 미국 상무부(U.S. Department of Commerce)가 알루미늄 압출재(Aluminum Extrusions)에 대한 덤핑 및 보조금 여부를 조사한 것에 대한 결과이다. 반덤핑이란 가격 경쟁력 확보를 위해 지나치게 낮은 가격으로 '덤핑(Dumping)'된 수입품에 정상 가격과 덤핑 가격간 차액을 관세로 부과하는 것이다.

예비 판정 결과, 국내업체 2개사에 최대 2.42%의 반덤핑 관세가 부과되었다. 또한 상무부 조사 질의에

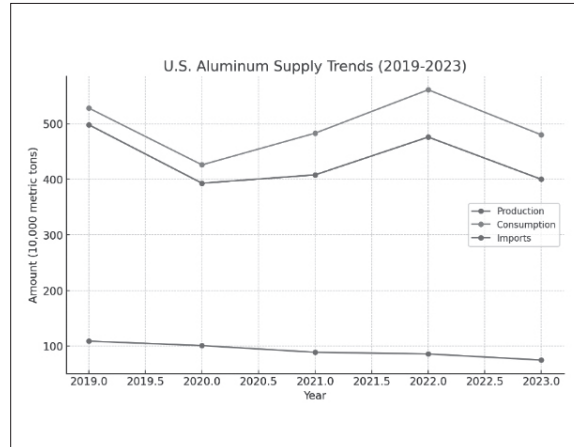
답하지 않은 국내기업 8개사에는 AFA 규정을 적용하여 43.5%가 부과되었다. 다만, 해당 8개사의 대미 수출액은 미미한 수준이기에 관세에 의한 영향은 제한적일 것으로 전망된다. AFA 규정(Adverse Facts Available)이란 피조사기업에게 불리한 가용정보를 사용하여 조치 수준을 상향 조정하는 규정으로 무응답 조사대상에 징벌적 성격으로 적용하는 것이다.

반면, 미 상무부는 예비판정을 통해 중국산 알루미늄 압출재에는 최대 376.85%, 멕시코산에는 최대 82.03%, 인도네시아산에는 최대 112.21%의 관세를 부과하였다. 이는 한국산 제품에 부과된 관세보다 최소 40배 높은 수치로, 반덤핑 관세가 부과되어도 국내 제품은 가격 경쟁력을 지속적으로 확보할 것으로 기대된다. 최종 판정 결과는 '24년 7월에 발표될 예정이었지만, 최대 9월 말까지 발표가 지연될 것으로 전망된다.

이와 같은 반덤핑 조사는 미국 정부의 산업 보호주의 정책의 일환으로 볼수 있다. 실제로 미 연방 정부는 2023년 10월부터 약 7개월간 72건(반덤핑 46건, 상계관세 26건)의 반덤핑 및 상계관세 신규 조사 개시



▲ 알루미늄 압출재 품목별 시장 점유율(자료:Grand View Research)



▲ 2019~2023년 미국 알루미늄 수급 추이(자료:시카고무역관 종합)

결정을 내렸다. 이는 2021년(35건)에 비해 약 2배 정도 증가한 수치이다.

다양한 활용 가능성으로 미국에서 수요가 높아지는 알루미늄 압출재

이처럼 미국 정부가 보호하여 육성하고자 하는 알루미늄 압출재는 알루미늄을 고온으로 가열하여 특정 모양으로 제조한 제품이다.

이는 소비자의 요구와 용도에 따라 다양한 형태를 만들 수 있으며, 높은 열 전도성과 재활용 가능성 등의 특징으로 각광받고 있다. 다양한 용도로 활용될수 있기에, 자동차, 교통, 전력 기자재, 건설 등 전방위적 산업에서 수요가 발생한다.

글로벌 조사기관인 Grand View Research에 의하면 '23년 기준 미국 알루미늄 압출재 시장 규모는 약 68억 달러로 '30년까지 연평균 7%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다. 세부 품목별로는 자동차 차대, 교량 틀(profile) 등으로 활용되는 'shape'가 시장의 약 80%를 차지하였으며, 파이프 품목과 막대 품목이 각 10%씩 차지하였다.

높은 수요에도 불구하고 자체 생산 대신 수입에 의존

이와 같은 높은 압출재 수요에도 불구하고 미국에서 '23년 생산된 알루미늄 압출재는 280만톤에 불과하였다. 반면 수입 의존도는 매우 높은 편이다. 글로벌 조사기관인 Statista에 의하면 '23년 미국의 알루미늄 압출재 수입량은 6억 7,700만톤이었으며, 그 중 한국으로부터의 수입량은 950만톤이었다. 즉, 수입이 미국 내 생산의 약 241배 정도 높은 것이다.

특히, 알루미늄 압출재뿐만 아니라 원재료인 알루미늄도 수입에 의존하고 있기에 미국에서의 알루미늄과 알루미늄 가공 산업 육성의 필요성이 높아지고 있다. 미국에서의 알루미늄 자체 생산은 감소하는 추세이다. '00년 기준 367만톤이었던 생산량은 '23년에 75만톤을 기록하였다. 이로 인해 수요를 충족시키기 위해 수입 의존도가 높아져 '23년에는 83%를 기록하였다.

특히, 미국의 알루미늄 생산 1위 기업인 Magnitude 7 Metals사가 '24년 1월 생산 중단을 선언하였다. '00년 이후 알루미늄 제련소의 폐업이 지속되는 가운데 최근 미국에서의 알루미늄 생산량의 30%를 차지



Global Packaging News

하던 Magnitude 7 Metals사의 미주리 공장 운영 중단은 자체 공급 부족을 심화시킬 것으로 예측된다. 이와 같은 미국에서의 알루미늄 생산이 감소하는 이유는 높은 전기료와 달러 강세 때문이다. 알루미늄 제조는 전기료가 생산 원가의 40%를 차지하는 에너지 집약형 산업으로, 최근 전기료 상승으로 인해 제조사들의 생산 원가 부담이 높아지고 있다. 실제로 알루미늄 제련소의 60%가 입주해 있는 켄터키 주의 경우, '20년 5.3¢/kWh에서 '23년 7.3¢/kWh로 약 38% 전기료가 높아졌다. 또한 달러 강세로 수입 알루미늄의 판매 가격이 미국산 대비 상대적으로 낮아졌다. 이와 같은 현상은 알루미늄 뿐만 아니라 알루미늄 압출재를 비롯한 가공품에서도 발생하는 현상이다.

시사점

트럼프 행정부는 '18년 자국 철강업계 보호를 위해 수입산 철강 제품에 '철강 232조'를 적용하여 고율 관세를 부과하고 물량을 제한한 바 있다. 당시 한국 정부는 고율 관세 대신 쿼터를 축소하는 대안을 선택하였다. 이로 인해 한국산 철강에 '263만t 무관세' 규정이 적용되고 있다. 9월에 최종 확정될 알루미늄 압출재 반덤핑 관세도 철강 사례와 유사하게 국내기업이 주의를 기울여야 할 사항이지만 동시에 기회 요인으로 작용할 수 있다.

글로벌 중장비 제조업체인 Caterpillar의 한 담당자는 무역관과의 인터뷰에서 "5월 예비 판정으로 알루미늄 압출재를 비롯한 알루미늄 가공품에 대해 중국 외 대체 가능한 업체를 발굴하고자 한다"라고 말했다. 또한 "한국산 제품의 품질 경쟁력이 높고, 반덤핑 관세 부과에도 불구하고 가격 경쟁력을 유지할 수 있어서 좋은 대안으로 검토 중이다." 라고 말했다.

다만, 해당 담당자는 국내기업이 진출 전 바이어와의

사전 네트워크 구축과 행정 서류 구비를 신경 써야 한다고 강조했다. 미국 바이어는 납품체 교체 수요가 있을 시 기존에 구축된 네트워크를 바탕으로 대체 가능한 업체를 접촉한다고 한다. 그렇기에 금번 반덤핑 관세 등으로 중국산을 대체하고자 하는 수요가 발생하기 이전에 네트워크를 구축해 놓는 것이 중요하다고 강조했다. 또한 한국과 미국은 FTA 체결국으로 반덤핑 관세가 부과된 알루미늄 압출재 외 기타 알루미늄 가공품에 대해서는 관세 혜택을 받을 수 있다. 그러나 간혹 관세 혜택을 사전에 인지하지 못하거나, 알고 있더라도 행정서류가 미비하여 혜택을 받지 못하는 경우가 발생한다고 한다. 이는 제품의 가격 경쟁력과 직결되기에 이를 사전에 정확히 파악하는 것이 중요하다고 말했다.

China

연간 213억 잔의 신차음료(新茶饮) 소비로 인한 플라스틱 폐기물 증가

포장 설계 개선, 순환 컵 시스템 도입 필요성 강조

지난 1년 동안 중국 소비자들은 무려 213억 1천만 잔 이상의 갓 만든 차를 소비하며, 이는 초당 평균 676잔에 해당한다. 그러나 이러한 즉석차 소비의 이면에는 약 43,400톤의 플라스틱 쓰레기가 발생하고 있다. 이에 대한 대응으로, 9월 4일 환경 보호 단체인 태평양환경자원센터는 '밀크티 잠금해제 신록의: 중국 밀크티 산업의 플라스틱 저감 경로에 관한 연구' 보고서를 발표했다. 이 보고서는 차 음료 산업의 플라스틱 폐기물 문제를 해결하기 위한 경로를 제시하고, 향후 5년 동안 업계가 따를 플라스틱 저감 전략을 제안하고 있다.

보고서에 따르면, 신차 브랜드들이 공개한 포장 재료

의 증량에 기초하여, 신차 소비로 인한 플라스틱 폐기물은 전체 플라스틱 쓰레기의 약 70%를 차지하고 있다.

특히, 테이크아웃 플랫폼 매출 상위 10개 체인 브랜드에서 발생한 플라스틱 폐기물이 가장 많다. 이는 인구 2,100만 명이 거주하는 초대도시의 약 4개월치 플라스틱 생활 쓰레기와 동일하며, 대규모 도시인 안후이 허페이의 연간 플라스틱 생활 쓰레기와도 맞먹는다. 그러나 현재의 재활용 시스템은 미성숙하여 많은 플라스틱 폐기물이 환경으로 유입되거나 매립지, 소각장에서 재활용되지 못하고 있다.

중국은 2020년에 발표한 '플라스틱 오염 통제를 더욱 강화하기 위한 국가발전개혁위원회 생태환경부의 의견'에 따라, 2025년까지 현금 이상 도시에서 산업에서 사용되는 분해되지 않는 일회용 플라스틱 식기를 30% 줄이는 목표를 설정했다. 보고서에 따르면, 현재 중국의 테이크아웃 플라스틱 포장 폐기물 총량은 연간 46만 톤에서 168만 톤 사이이며, 신차 음료 산업의 플라스틱 폐기물 역시 이와 유사한 수준이다. 조치를 취하지 않으면 2030년까지 신차 음료 산업에서 발생하는 연간 총 폐기물은 124.1만 톤에 달할 것으로 전망된다.

보고서는 신차 음료 산업이 플라스틱 제로 비전을 달성하기 위해 네 가지 측면에서 접근할 것을 권장한다. 원천 감소, 재사용, 대체 재료의 신중한 사용, 재활용.

첫째, 정교한 포장 설계는 소비자의 관심을 끌지만, 이로 인해 포장 무게가 증가하고 있다. 2022년 조사에 따르면, 차 한 잔의 포장에는 최대 12개의 요소가 포함되며, 이 중 불필요한 포장이 전체 포장 중량의 30% 이상을 차지한다. 따라서 낭비를 줄이고 경량 설계를 채택하며 불필요한 포장을 최소화해야 한다. 이를 통해 2030년까지 연간 36,700톤의 폐기물

을 줄일 수 있을 것으로 기대된다.

둘째, 재사용 방식의 도입이 필요하다. 대형 커피 체인점에서는 자체 컵 사용을 장려하지만, 보고서에 따르면 신규 차 음료 브랜드 중 일부만이 재사용을 촉진하고 있다. 순환 컵 시스템을 도입하여 재사용을 촉진하고, 소비자에게 지속 가능한 선택을 제공하는 것도 하나의 방법이다.

예를 들어, 파리 올림픽에서는 일회용 플라스틱 컵 대신 순환 컵을 사용했으며, 이와 같은 사례는 국내에서도 확대될 필요가 있다.

셋째, 비석유 기반 재료의 사용을 고려할 필요가 있다. 최근 밀크티 회사들은 플라스틱 빨대를 종이 또는 생물학적 기반 재료로 교체하고 있으나, 이러한 대체 재료는 분해 조건이 있으며, 현재의 쓰레기 분류 시스템에서 적절히 재활용되지 않을 수 있다. 대체 재료의 전체 수명 주기와 환경 영향을 신중히 평가해야 한다.

마지막으로, 재활용 프로세스의 개선이 필요하다. 재활용이 용이하도록 설계를 개선하고, 재활용 프로세스를 효율화하여 폐기물 생성을 줄여야 한다. 보고서에 따르면, 다양한 조치가 완전히 시행될 경우 2030년까지 새로운 차 음료 산업의 총 폐기물 수는 419,700톤으로, 2024년 대비 21.82% 감소할 수 있으며, '모든 것이 그대로'와 비교할 때 66.18% 감소할 것으로 예상된다.

보고서는 업계의 제로 폐기물 목표를 달성하기 위해 소비 환경의 체계적인 전환이 필요하며, 기업과 소비자, 정부가 함께 협력해야 한다고 강조했다. 리천양 태평양환경자원센터 사업 담당자는 "세계 소비자의 선택이 다양한 산업을 지속 가능한 발전으로 이끌고 있으며, 새로운 차 음료도 예외는 아니다. 소비자의 참여로 녹색 전환이 새로운 트렌드와 기회를 가져올 것"이라고 강조했다.



Amazon

95% 에어캡을 재활용 가능한 종이 충전재로 대체

“올해 말까지 에어캡을 완전히 없앨 계획”

미국의 온라인 소매업체 Amazon이 북미 지역에서 배송 포장에 사용되는 에어캡의 95%를 재활용 가능한 종이 충전재로 교체했다. 이 조치는 지속 가능한 포장 솔루션과 환경 책임을 향한 중요한 진전을 나타내며, Amazon은 올해 말까지 에어캡을 완전히 제거할 계획이다.

대폭적인 폐기물 감소

Amazon은 자사의 웹사이트에서 "우리는 포장을 작게 만들기 위해 끊임없이 발명하고 큰 생각을 하고 있다. 고객이 물건을 손상 없이 받으면서 가능한 한 적은 포장을 사용하여 폐기물을 피하고 재활용 가능한 자재를 우선시하려 한다"라고 밝혔다.

종이 충전재로의 전환을 통해 Amazon은 연간 약 150억 개의 에어캡을 제거할 것으로 예상된다. 이 조치는 Amazon의 북미 지역에서의 최대 플라스틱 포장 감소 노력으로 기록됐다.

Prime Day에서 변화 체험

이 변화는 올해 Prime Day에 고객들에게 직접 체험될 예정이다. 거의 모든 고객 배송에서 에어캡을 찾아볼 수 없게 될 것이다. Amazon의 지속 가능한 포장 부문 부사장인 Pat Lindner는 “재활용이 쉬운 자재를 사용하여 고객 배송 경험에 긍정적인 영향을 미치게 되어 자랑스럽다. 이는 고객 경험을 보호하기 위해 새로운 솔루션을 신중하게 테스트하고 확장하는 훌륭한 사례이다”라고 말했다.

동등한 보호 제공

종이 충전재는 제3자 엔지니어의 철저한 테스트를 통해 에어캡과 동일하거나 더 나은 보호를 제공한다는 결과를 얻었다. 종이 충전재는 100% 재활용된 내용물로 만들어지며, 집에서 편리하게 재활용할 수 있다.

Bakersfield, California의 BFL1 이행 센터에서 근무하는 Christian Garcia는 “종이로의 전환이 너무 기쁘다. 작업이 더 쉬울 뿐만 아니라 기계가 더 많은 공간을 제공하여 주문 포장이 더 쉬워졌다. 고객이 집에서 재활용할 수 있는 변화에 참여하게 되어 자랑스럽다”라고 덧붙였다.

지속 가능한 변화 추진

아마존의 노력은 포장 감소와 집에서 재활용 가능한 자재 사용 증가를 위한 지속적인 투자의 일환이다. 이는 전자상거래 산업 내 지속 가능한 솔루션을 위한 긍정적인 전환을 나타낸다.

Amazon 웹사이트에는 “이는 우리가 수년 동안 투자해온 프로그램을 포함한다. 예를 들어, 2022년에는 Amazon의 Ships in Product Packaging 프로그램을 통해 전 세계적으로 모든 패키지의 11%가 추가 Amazon 배송 포장 없이 발송됐다. 이 프로그램



▲ 미국의 온라인 소매업체 Amazon이 북미 지역에서 배송 포장에 사용되는 에어캡의 95%를 재활용 가능한 종이 충전재로 교체했다.

은 제품이 자체 포장에서 안전하게 발송될 수 있도록 테스트하고 인증한다”라고 명시되어 있다.

또한, Amazon은 San Francisco에 본사를 둔 인공지능(AI) 및 로봇틱스 회사 Glacier와 협력하여 새로운 자재와 재활용 프로그램을 개발하고 있다. 이들은 AI 기반 로봇을 활용하여 재활용품 분류를 자동화하고 회사의 재활용 흐름에 대한 실시간 데이터를 수집함으로써 폐기물 감소와 재활용 자재 사용을 증가시키고 있다.

북유럽 기업

스톡홀름 디자인 위크에서 혁신적인 순환 포장 솔루션 공개

QR 코드와 앱 기반 구독 서비스를 통해 순환 반품 및 리필 지원

네 개의 북유럽 기업이 협력하여 재사용 가능하고 리필 가능한 소비자 포장 시스템과 순환 주문/반환 서비스를 창출했다. 이 혁신적인 프로젝트는 'På(fyll)'로 명명되었으며, 이는 '부어 채우다'라는 뜻이다. 스웨덴 디자인 회사 Form Us With Love(FUWL)가 9월 초 스톡홀름 디자인 위크에서 공식 발표했다.

이 프로젝트는 FUWL과 세 개의 노르웨이 파트너인 소비자재 브랜드 집합체 Orkla ASA, 전략적 혁신 컨설팅 회사 Æra, 그리고 Bakken & Bæck AS의 공동 노력으로 진행됐다. 최근 På(fyll)는 Fast Company 매거진의 2023년 Innovation by Design Awards에서 결선에 진출했다.

På(fyll)는 Orkla의 가정용 제품을 위한 앱 기반 구독 서비스로 운영되며, 실용적이고 최소한으로 브랜드가 붙은 플라스틱 용기가 특징이다. 이 용기들은 여러 번 쌓아서 리필할 수 있다. 사용자는 온라인으로

제품을 구매한 후, 제품이 소진되면 용기에 있는 QR 코드를 스캔하고 빈 용기를 집 앞에 놓아두면 리필 배송을 기다릴 수 있다.

FUWL의 디자인 매니저 Karin Blomberg는 현재 이 개념이 스웨덴 시장에서 시험 중이라고 설명했다. 용기는 HDPE로 제작되며, 미래에는 사용된 용기에서 재활용한 HDPE로 전환할 계획이 있어 폐쇄형 순환 시스템을 구축할 예정이다.

FUWL은 2005년에 설립된 국제 디자인 스튜디오로, IKEA와의 협업을 포함한 2년간의 광범위한 시장 조사를 수행하여 최적의 크기와 형태를 결정했다. 이 디자인은 다양한 점도를 가진 액체와 분말을 배출할 수 있는 여러 노즐을 수용할 수 있다. 초기에는 Orkla 제품만을 포함하지만, 향후 다른 회사의 제품에도 사용될 수 있다.

디자인 과정에서 전통적인 빠르게 움직이는 소비자재(FMCG) 포장과 순환 주문/반환 서비스 용기 사이의 주요 차이점이 드러났다. 전통적인 포장은 부피, 무게, 선반에서의 매력성을 우선시하는 반면, På(fyll) 용기는 기능성과 사용성을 중시한다. 용기는 배송, 그립, 저장, 붓기, 세척이 용이하도록 설계됐다.

FUWL은 유럽연합이 연간 약 2,600만 톤의 플라스틱 폐기물을 생산하며, 이 중 70%가 매립지로 가는 현실을 강조했다. 이는 매분마다 쓰레기 트럭 한 대의 플라스틱 폐기물이 바다에 버려지는 것과 같다. På(fyll)는 디지털 플랫폼과 순환 구독 모델을 통해 공급망에서 플라스틱 폐기물을 줄이고 지속 가능성을 촉진하는 것을 목표로 하고 있다.

이 프로젝트는 원활한 물류를 위한 정교한 디지털 플랫폼을 필요로 했으며, 주소 검색, 픽업 및 드롭오프 일정, 배송 추적, 배송 비용 절감을 위한 스마트 주문 묶음을 포함한다. 운송 제공업체 Heltjem과 협력하여 QR 코드 추적 시스템을 통해 창고에서 배송까지



Global Packaging News



▲ 네 개의 북유럽 기업이 협력하여 재사용 가능하고 리필 가능한 소비자 포장 시스템과 순환 주문/반환 서비스를 창출했다.

의 투명성과 책임성을 보장한다.

2022년 초, 파트너들은 노르웨이 100가구를 대상으로 PÅ(fyll)의 베타 버전을 출시했으며, 더 넓은 시장으로 확장을 계획하고 있다. FUWL은 시장 이해, 브랜딩, 산업 디자인, 전략 및 엔지니어링 분야의 전문가들이 협력하여 플라스틱 폐기물 문제에 대한 지속 가능한 사용자 친화적 솔루션을 성공적으로 개발했다고 평가했다.

UPM 라플라탁 New Wave 라벨로 지속가능한 포장의 새로운 기준 제시 HDPE 및 PP 경질 포장재에 사용 가능

New Wave 라벨 소재는 제품의 전체 수명 주기 동안 기능성을 제공하도록 설계되었으며, 주로 비누병이나 세제 용기와 같은 가정 및 개인 관리 제품에 사용된다. 이 소재는 화학물질 없이 40°C의 물로 깨끗하게 세척되어 재활용 과정에서 재료의 순도를 유지하는 데 도움을 준다. 현재 EMEA(유럽, 중동, 인도, 아프리카) 지역 고객에게 제공 중이며, 이후 아시아 시장에도 출시될 예정이다. New Wave 라벨 소재는 재활용 과정에서 섬유 손실 없이 작동하도록 테스트되어, 재료 흐름에서 오염을 방지하고, 최종적으로 재활용된 재료를 새로운 포장에 다시 사용할 수 있도록 한다. 이를 통해 생산자들은 재생 가능한 자원에서 라벨 소재를 사용할 수 있는 더 많은 선택권을 가지게 된다.

지금까지 자연색 및 흰색 HDPE(고밀도 폴리에틸렌)와 PP(폴리프로필렌) 경질 포장재에 대해 RecyClass 인증을 받는 것은 어려웠다. 이는 RecyClass에서 승인한 라벨이 없었기 때문이다. 그러나 New Wave 종이 라벨 소재의 도입으로, 브랜드는 이제 New Wave 라벨 소재를 사용한 최종 포장에 대해 RecyClass 인증을 받을 수 있다. 이 호환성 확인서(Letter of Compatibility)는 라벨 소재가 산업 규모의 재활용 기술과 호환됨을 확인해준다.

UPM 라플라탁의 지속 가능성 디렉터인 로버트 테일러는 "브랜드가 HDPE 또는 PP 경질 포장에 New Wave 라벨 소재를 선택하면 전체 패키지가 RecyClass 인증을 받을 수 있습니다. 포장의 모든 구성 요소가 호환성 확인서, 기술 승인서, 또는 RecyClass의 재활용 설계 가이드라인을 충족할 경우 추가 테스트가 필요하지 않습니다."라고 밝혔다.

UPM 라플라탁의 종이 라미네이트 부문 부사장인 실비아 주리스는 "이번 출시는 플라스틱 포장의 순환성을 강화하려는 우리의 노력에서 중요한 돌파구입

니다. 유럽의 포장 및 포장 폐기물 규정(PPWR)과 같은 규제가 지속적으로 진화함에 따라, 우리는 엄격한 재활용 기준을 충족할 뿐만 아니라 지속 가능한 포장에 새로운 기준을 제시하는 솔루션을 제공하기 위해 RecyClass와 협력해 왔습니다. 우리는 브랜드 소유자들이 지속 가능성 목표를 달성하고 순환 경제를 지원하는 재활용 가능한 포장 솔루션을 제공하는 데 앞장서고 있습니다."라고 말했다.

UPM 라플라탁의 지속 가능성에 대한 지속적인 노력은 회사의 'Beyond Fossils' 야망을 통해 이루어지고 있다. New Wave 라벨은 순환 경제의 원칙에 대한 회사의 헌신과 혁신적인 정신을 보여주는 사례이다.

Nestlé

종이 기반 패키징 솔루션으로 플라스틱 사용 90% 줄여

고성능 종이 포장재 개발 주력

Nestlé가 지속 가능성 목표를 향한 중요한 이정표를 세우며, 주요 브랜드에 대해 첨단 종이 기반 패키징 혁신을 도입하고 플라스틱 사용을 최대 90%까지 줄이고 있다.

가장 주목할 만한 출시 중 하나는 미국에서 선보인 Vital Proteins의 새로운 종이보드 통이다. 이 혁신적인 디자인은 Nestlé의 뉴저지 브리지워터에 위치한 연구개발 센터와 외부 파트너들이 협력하여 개발한 결과물이다. 종이보드로의 전환은 플라스틱 사용을 90%까지 줄여, 환경을 중시하는 소비자들에게 큰 변화를 가져올 것이다. 이 포장재는 누수와 유출 방지 기능이 뛰어나며, 내구성이 뛰어난 디자인으로 일상적인 사용에 적합하고, 조작이 쉬운 단단한 뚜껑을

특징으로 한다.

Nestlé는 지속 가능한 포장 혁신의 선두주자로서, 공급업체 및 외부 혁신가들과 협력하여 다양한 제품 카테고리에 맞는 고장벽 종이 패키징을 개발하고 있다. 특히, 특정 보존 요구 사항이 있는 제품군을 위한 고성능 종이 포장재의 개발에 주력하고 있다.

Nestlé 포장 과학 연구소의 헤드인 게르하르트 니더라이터는 "모든 제품은 각기 다른 도전을 안겨줍니다. 예를 들어, 커피는 산소와 습기에 매우 민감하다. 이러한 제품의 경우, 신선도를 유지하면서도 지속 가능성을 해치지 않는 충분한 보호 기능을 제공해야 한다"라고 전했다.

Nestlé의 종이 패키징 여정은 초콜릿과 과자 제품으로 시작되었으나, 이제는 다른 카테고리도 빠르게 확산되고 있다. 영국에서는 Nescafé의 고장벽 종이 리필 팩을 도입하였으며, 이 팩은 유리 용기를 재사용할 수 있게 하면서도 포장 무게를 97%까지 줄였다. 이 종이 리필 팩은 지역 폐기물 처리 과정에서 완전히 재활용이 가능하다. 유럽에서는 새로운 Nescafé Cappuccino 제품군이 종이 기반 본체를 채택하여 플라스틱을 제거하고, 전면 재활용 가능성을 제공한다.



▲ Nestlé가 지속 가능성 목표를 향한 중요한 이정표를 세우며, 주요 브랜드에 대해 첨단 종이 기반 패키징 혁신을 도입하고 플라스틱 사용을 최대 90%까지 줄이고 있다.



Global Packaging News

Nestlé의 커피 비즈니스 유닛의 헤드인 악셀 투제는 “커피와 같은 민감한 제품을 위한 패키징 재설계는 과학 기반 솔루션으로 대응하고 있다. 우리의 목표는 지속 가능성이 품질에 대한 타협을 의미하지 않도록 하는 것이다”라고 강조했다.

이러한 혁신은 Nestlé의 더 넓은 지속 가능성 추진의 일환으로, 회사는 2025년까지 플라스틱 포장의 95%를 재활용 가능하게 하고, 원자재 플라스틱 사용을 1/3 줄이는 목표를 세우고 있다. 이 대담한 움직임은 Nestlé를 지속 가능한 패키징의 선두주자로 자리매김하게 하며, 업계에 높은 기준을 제시하고 있다.

소비자들이 환경 친화적인 솔루션을 점점 더 많이 요구함에 따라, Nestlé의 종이 기반 패키징 혁신은 제품의 무결성과 편리함을 희생하지 않으면서도 큰 변화를 이룰 수 있음을 보여준다.

Paulig

새로운 진공 포장 라인으로 환경 보호에 앞장서

올 봄부터 재활용 가능한 포장으로 생산될 예정

Paulig은 CarbonNeutral® 인증을 받은 Vuosaari Roastery에서 새로운 포장 라인에 대한 투자를 완료하고, 올 봄부터 500그램 커피 포장 단위의 삼분의 일이 새 라인에서 생산될 예정이라고 발표했다. 이 새로운 포장 라인은 가위 없이 쉽게 열 수 있으며, 긴 재밀봉 테이프를 사용하여 포장을 다시 밀봉할 수 있는 기능을 갖추고 있다.

재활용 가능한 포장으로의 전환은 Paulig의 2025년까지 모든 포장을 재활용 가능하도록 만드는 목표를 지원하는 중요한 단계이다. Paulig의 연구개발 매니



▲ paulig이 삼분의 1의 500그램 커피 포장을 재활용 가능한 진공 포장으로 대체한다고 말했다.

저인 Kati Randell은 “우리는 전 세계에서 재활용 가능한 진공 포장을 커피 애호가들에게 선보이는 최초의 커피 회사 중 하나로서, 이를 통해 우리의 지속 가능성 목표를 달성하는 데 큰 도움이 될 것”이라고 말했다. 그는 이어서 “재활용 가능한 진공 포장은 오랜 연구와 개발, 생산 투자, 그리고 100번 이상의 테스트를 통해 완성된 결과물”이라고 덧붙였다.

핀란드와 에스토니아에서는 이번 봄부터 Paulig의 일부 제품, 예를 들어 Paulig Mundo Original과 Paulig Café New York의 진공 포장에서 새로운 재활용 가능한 포장이 제공될 예정이다. 새로운 포장은 내부가 흰색으로 식별 가능하며, 외관은 기존 포장과 같지만 플라스틱 수거용으로 분리 배출할 수 있다.

재활용 가능한 포장에 대해, 포장 폐기물을 재사용하여 순환 경제를 지원하는 것은 중요한 특징이다. 새로운 포장은 이전 포장보다 약 20% 적은 포장 재료를 사용하며, 내부는 흰색으로 식별된다. 또한, 커피 포장은 기존과 동일하게 플라스틱으로 분리 배출하면 된다.

Paulig은 이번 포장 혁신을 통해 커피 포장 산업에서 지속 가능한 미래를 향한 발걸음을 내딛고 있다.

IMA 그룹

사롱 포장 기계 및 포장 재료 부문 인수

전 세계 좌약 기계 설치 용량의 약 70% 차지

지난 8월 1일, 이탈리아의 레지오 에밀리아(Reggiolo) 지역에 본사를 둔 IMA 그룹은 새로운 법인 IMA 사롱을 통해 사롱(Sarong)의 포장 기계 및 포장 재료 부문을 인수하는 계약을 완료했다.

사롱의 포장 기계 부문은 주로 제약 및 홈·퍼스널 케어 시장을 대상으로 하는 자동 열성형, 충전 및 밀봉(FFS) 및 충전 및 밀봉(FS) 포장 기계를 설계, 제조 및 판매하는 회사로, 1972년부터 활동해왔다.

이 부문은 전 세계 좌약 기계 설치 용량의 약 70%를 차지하며, 광범위한 제품 라인, 연구개발(R&D) 전문성 및 고품질의 애프터 서비스 덕분에 오늘날 확고한 세계 리더로 자리매김하고 있다. 사롱 포장 기계 부문은 시간당 6,000개에서 30,000개의 좌약 또는 난포를 플라스틱 필름이나 알루미늄 호일로 포장할 수 있는 소형, 중형 및 대형 생산용 FFS 포장 라인을 추가하여 제품 범위를 확장해왔다. 또한, 제약용 액체 또는 반액체 제품의 단위 포장 기계도 제공하고 있다.



▲ IMA 그룹이 사롱 포장 기계 및 포장 재료를 부분 인수했다.



Global Packaging News

사롱 포장 재료 부문은 좌약 및 난포용 필름과 호일의 변환 및 판매에서 세계 시장의 리더로 자리잡고 있다. 이 부문은 또한 액체 및 반액체 제약 응용 분야를 위한 경질 열성형 필름의 컨버터 역할도 하고 있다. 사롱 포장 재료 부문은 재활용 플라스틱, 퇴비화 가능한 수지, 재활용 알루미늄 함유량 및 PVC 프리코팅제와 같은 새로운 지속 가능한 원자재를 지속적으로 연구하고 있다.

이번 인수로 인해 125명의 직원을 포함한 사롱의 포장 기계 및 포장 재료 부문은 IMA 그룹의 포장 솔루션 포트폴리오를 더욱 풍부하게 하였으며, 제약 시장에서의 입지를 강화하는 전략의 일환으로 중요한 진전을 이루었다. IMA 그룹은 이미 IMA 세이프(IMA Safe)의 카토닝 기계 포트폴리오와 IMA 엔드 오브 라인 허브를 통해 제약 부문에서 완전한 라인을 제공하고 있으며, 이번 인수를 통해 이 분야에서 더욱 경쟁력을 갖추게 됐다.

스머핏 카파

어려운 시장 속에서도 2023년 견조한 실적 및 전략적 확장 발표

사업에 10억 유로 이상 투자

지속 가능한 포장 분야의 글로벌 리더인 스머핏 카파가 2023년 재무 결과를 발표하며 어려운 수요 환경에도 불구하고 강력한 실적을 발표했다. 그룹은 113억 유로의 매출과 2,080만 유로의 EBITDA를 보였으며, 이는 18.5%의 EBITDA 마진을 반영한 것이다. 전체 물량은 올해 3.5% 감소한 반면, 스머핏 카파는 지속 가능한 포장 솔루션에 대한 수요 증가로 인해 4분기에 성장세로 돌아서는 등 수요가 점진적으로 개선됐다.

2023년 스머핏 카파는 사업에 10억 유로 이상을 투자하여 미래 성장과 혁신을 위한 플랫폼을 강화했다. 또한 여러 지역에 걸친 Bag-in-Box 사업의 성장과 모로코에 새로운 최첨단 골판지 시설의 개장을 포함한 주목할 만한 발전과 함께 지리적 및 제품 다양성을 계속 확장했다.

유럽 부문은 2023년 매출의 75%, EBITDA의 77%를 차지하며 그룹 실적의 가장 큰 기여자로 남아 있다. 이 부문에는 솔리드 보드, 삭 크래프트 페이퍼, Bag-in-Box 포장과 같은 기타 종이 기반 포장 제품과 함께 모든 범위의 컨테이너 보드를 생산하는 공장 및 공장의 포괄적인 시스템이 포함된다. 한편, 아메리카 부문은 브라질, 콜롬비아, 멕시코 및 미국 전역에서 영업, 종이 및 포장 작업에 대한 지속적인 투자로 회복력을 입증했다.

그룹이 야심찬 지속 가능성 목표를 향해 상당한 진전을 이루면서, 지속 가능성은 스머핏 카파 전략의 핵심으로 남아 있다. 2023년, 스머핏 카파는 모닝스타 서스테인리틱스에 의해 지역 및 산업 최고 등급 회사로 표창을 받으며 지속 가능성에 대한 리더십을 인정받았다. 이 회사는 또한 2024년 종이 포장 부문에서 최고 순위를 확보하여 지속 가능한 포장 분야의 리더로서의 입지를 더욱 공고히 했다.

2023년 9월 12일, 스머핏 카파(Smurfit Kappa)는 지속 가능한 포장 분야의 글로벌 선두주자인 스머핏 웨스트락(Smurfit WestRock)을 만들기 위해 웨스트락(WestRock)과의 제안된 조합을 발표했다. 2024년 7월에 문을 닫을 것으로 예상되는 이 합병은 두 회사의 제품을 향상시키는 것을 목표로 하며, 스머핏 웨스트락을 글로벌 '고투(Go-To)' 포장 파트너로 포지셔닝한다.

네덜란드에 있는 Design2 Market Factory를 확장함으로써 혁신에 대한 스머핏 카파의 의지도 강조됐

다. 고객들이 대규모 생산으로 전환하기 전 2주 이내에 시장에서 포장 시제품을 테스트할 수 있는 이 독특한 시설은 독일, 이탈리아, 폴란드, 영국에서 복제되어 최첨단의 지속 가능한 포장 솔루션을 제공하는 스머핏 카파의 리더십을 더욱 확고히 할 것이다.

이사회와 경영진은 그룹의 성공에 헌신하고 기여한 모든 직원들에게 진심으로 감사를 표하며, 스머핏 카파의 통합 운영 모델의 중요성과 업계 최고의 결과를 제공하면서 어려운 한 해를 헤쳐나갈 수 있는 능력을 강조했다.

JPFL 필름

새로운 BOPP 라인에 250크로어 루피 투자

시장 점유율 확대 목표

지난 8월 21일, 뉴델리: 유연한 포장재 분야의 거대 기업인 Jindal Poly Films Ltd의 자회사인 JPFL Films Private Limited가 마하라슈트라주 나시크에 새로운 BOPP(양방향 연신 폴리프로필렌) 라인을 구축하며 생산 능력 확장 계획을 발표했다. 이번 신규 라인은 2025-26 회계연도 하반기에 가동될 예정이며, 약 250크로어 루피(INR 250cr)의 자본 지출이 투입될 것이다.

이번 생산 능력 확장은 BOPP 부문에서의 전략적 행보의 일환으로, 현재의 수요-공급 불균형으로 인한 지속적인 가격 압박 속에서도 시장 점유율을 확대하려는 회사의 목표와 부합한다. 이번 확장은 2025 회계연도 1분기에 EBITDA가 142% 상승하는 등 인상적인 매출 성장을 기록한 상황에서, 비즈니스 역풍에도 불구하고 시장 리더십을 유지하려는 의지의 반영이다.

새로운 BOPP 라인은 시장에서 가장 발전된 기술을

갖춘 설비로, 탁월한 폭과 생산 능력, 뛰어난 신뢰성, 장비 품질, 그리고 공정 효율성을 자랑한다. 이 라인은 최대 1,700mm의 고광택 롤을 생산할 수 있어 금속화와 같은 후속 공정을 최적화할 수 있다.

JPFL Films의 최고경영자(CEO)인 비노드 쿠마르 곱타(Vinod Kumar Gupta) 씨는 이번 전략적 확장에 대해 "강력한 1분기 실적을 바탕으로, 이번 투자는 우리의 시장 위치를 더욱 강화하고 지속 가능한 성장을 추진하기 위한 전략적 조치이다. 포장 산업은 본질적으로 주기적인 비즈니스이며, 현재 산업은 시장 조정을 겪고 있다. 향후 새로운 BOPP 라인은 고객에게 탁월한 가치를 제공할 수 있는 위치를 갖추게 될 것이다. 이번 확장을 통해 다양한 고성능 필름 제품군을 통해 고객 기대를 충족하고 초과 달성할 수 있는 역량을 강화하고 있다. 또한, 이번 조치는 운영 효율성을 개선하려는 우리의 목표와 완벽하게 일치하며, 시장 리더십을 유지하면서 비즈니스 회복기를 활용할 수 있는 기반을 마련해 줄 것입니다."라고 밝혔다. 새로운 생산 라인의 가동은 Jindal Poly Films Ltd의 성장 스토리를 더욱 견고하게 할 것이다. 이는 기술 발전, 품질 향상, 비용 최적화 및 혁신에 대한 회사의 강력한 의지를 보여주며, 고객 만족도를 높이는 데 기여할 것이다. 유연한 포장재 시장이 계속 진화함에 따라, JPFL Films를 통해 Jindal Poly Films Ltd는 앞으로 다가올 도전과 기회를 더 잘 대비할 수 있게 됐으며, 이를 통해 업계 선도자로서의 입지와 전 세계 비즈니스의 신뢰할 수 있는 유연한 포장재 파트너로서의 위치를 확고히 할 것이다.



▲ TRADE Jindal MARK



안타레스 비전 그룹

식음료 브랜드를 위한 클라우드 기반 추적 및 투명성 플랫폼 출시

조달, 생산, 배송 프로세스 간소화

안타레스 비전 그룹(Antares Vision Group)은 제품 및 공급망의 디지털화를 위한 기술적 파트너로서, 기업과 기관을 위한 품질 관리 추적 및 검사 분야의 선두주자이다. 이 회사는 식음료 브랜드 소유자를 위해 설계된 클라우드 기반 플랫폼인 새로운 식품 안전 솔루션(Food Safety Solution)을 출시했다.

이 솔루션은 규제 준수, 정밀한 추적, 그리고 공급망의 투명성을 보장하기 위해 고안됐다. 이 혁신적인 솔루션은 2024년 11월 3일부터 6일까지 시카고에서 열리는 'Pack Expo International 2024'에서 처음으로 공개될 예정이며, 식음료 부문에서 '기술 우수상(Technology Excellence Awards)'의 최종 후보로 선정됐다. 이 정교한 시스템은 안타레스 비전 그룹의 일원인 ACSIS 기술에 의해 개발됐다. 이 종합 솔루션은 제조업체와 유통업체가 원자재를 추적하고, 구매 주문을 관리하며, 하청업체의 배송 상태를 업데이트 받을 수 있게 한다. 또한, FDA의 식품 안전 현대화법(Food Safety Modernization Act,

FSMA)을 포함한 규제 준수를 위한 모든 속성을 갖춘 라벨링 솔루션을 제공한다.

안타레스 비전 그룹의 식품 안전 솔루션은 규제 준수에 따른 여러 장애물을 해결하면서도 전체 효율성에 영향을 주지 않는다. 우선, 이 시스템은 원자재와 재료에 대한 완전한 턴키 추적성을 제공하여 브랜드 소유자가 그들의 제품이 진정성과 원산지를 완벽하게 보증할 수 있게 한다. 이 플랫폼은 하위 단계에서도 FSMA의 엄격한 규제 요건을 충족시키기 위해 상황별로 맞춤형 포괄적인 라벨링 기능을 제공한다.

이 솔루션의 공급망 관리 요소는 조달, 생산, 배송 프로세스를 간소화하여 규제 보고 요건을 충족시키면서도 프로토콜을 단순화한다. 동시에, 다양한 측정 요소에서 수집된 데이터를 통해 조직 내 의사 결정이 더 현명해지며, 고객들이 점점 더 확실한 검증을 요구하는 상황에서 전체적인 투명성이 향상된다.

ACISIS 기술의 최고 전략 책임자(Chief Strategy Officer)인 존 디팔로(John DiPalo)는 "안타레스 비전 그룹의 식품 안전 솔루션은 FSMA 204에 따라 식품 공급망 전반에 걸쳐 완전한 추적성을 보장하는 다목적 플랫폼을 제공한다. 이 솔루션은 다양한 연결 옵션을 활용하여 원활한 파트너 연결을 통해 협업과 가시성을 향상시키며, 바코드, RFID, IoT와 같은 첨단 데이터 수집 기술을 통합하여 운영 우수성의 새로운 기준을 세웁니다"라고 말했다. 그는 또한 "이번 가을 Pack Expo에서의 기술 우수상 후보 지명은 우리의 솔루션이 식품 안전과 공급망 무결성을 발전시키기 위한 우리의 헌신을 강조하며, 그 혁신성과 중요한 영향을 입증하는 것이다"라고 덧붙였다.

안타레스 비전 그룹의 새로운 식품 안전 솔루션은 기술적 진보와 품질 향상, 비용 최적화 및 혁신에 대한 강력한 의지를 바탕으로 개발됐으며, 고객 만족도를 높이는 데 기여할 것이다. 이번 솔루션은 식음료 산



▲ 안타레스 비전 그룹의 클라우드 기반 추적 및 투명성 플랫폼

업에서의 규제 준수와 효율성을 동시에 달성하고자 하는 기업들에게 중요한 도구가 될 것으로 기대된다.

AEROBAL

2024 세계 알루미늄 에어로졸 캔 어워드 수상작 발표

트리비움 패키징, 누스바움, 아디다스 등 수상

알루미늄 에어로졸 컨테이너 제조업체의 국제 조직인 AEROBAL은 올해도 세계적으로 권위 있는 '세계 알루미늄 에어로졸 캔 어워드(World Aluminium Aerosol Can Award)'를 개최하여 우수한 제품들을 선정했다. 이번 대회에서는 '이미 시장에 출시된 알루미늄 에어로졸 캔', '프로토타입', '지속 가능성' 등 세 가지 부문에서 수상작이 선정되었으며, 수상작들은 선도적인 캔 및 포장 관련 매체의 무역 기자들로 구성된 국제 심사위원단에 의해 결정됐다. AEROBAL 어워드는 높은 품질과 심사위원의 전문성 덕분에 알루미늄 에어로졸 캔 제조업체들의 우수성을 나타내는 신뢰할 수 있는 지표로 전 세계에서 인정받고 있다.

올해 '이미 시장에 출시된 알루미늄 에어로졸 캔' 부문에서는 트리비움 패키징(Trivium Packaging) USA와 터키의 제조업체 아리움(Aryum)이 공동 수상자로 선정됐다. 아리움은 파키스탄의 대표 패션 및 향수 브랜드인 J. Company를 위해 가스 없는 프리미엄 남성 향수용 캔을 제작했다. J. Company는 고인이 된 음악가이

자 패션 디자이너인 Junaid Jamshed를 기리기 위해 그의 이름을 딴 브랜드로, 혁신적인 알루미늄 캔 솔루션을 찾던 중 아리움의 '360° 엠보싱 형태와 정렬된 인쇄 기술'을 채택했다.

이 기술을 통해 브랜드 "J."는 사각형 엠보싱 형태로 강조되었으며, 이러한 독특한 촉각 경험이 제품의 특징을 더욱 부각시켰다. 남성 향수 라인의 디자인은 매력적인 색상과 패턴으로 구성되어 브랜드를 돋보이게 하였으며, 엠보싱 형태로 차별화됐다. 그 결과, 성공적인 디자인 컨셉은 전체 라인뿐만 아니라 각각의 개별 향기에도 독특하고 인상적인 외관을 부여했다. 강렬한 색상과 함께, 각 향기 변종의 이름도 눈에 띄게 디자인되어 높은 인지도를 자랑하며 거의 로고와 같은 캐릭터를 형성했다.

두 번째 수상작은 캘리포니아 뉴포트 비치의 Grand Tongo를 위해 트리비움 패키징 USA가 제작한 캔이다. Grand Tongo는 최첨단 접근 방식을 통해 살충제 카테고리를 재정의하며, 소비자들에게 효과적이고 환경을 고려한 제품을 제공했다.



▲ 아디다스 'Best of the Best' 데오드란트용 알루미늄 캔



Global Packaging News

50x165mm 크기의 평평한 어깨를 가진 이 알루미늄 에어로졸 캔은 브랜드의 우수성과 지속 가능성에 대한 약속을 반영하는 기술 혁신의 훌륭한 예이다. 이 캔의 디자인은 사용자 친화성과 환경 영향을 중점으로 한 세밀한 연구 개발의 결과이다.

특히 주목할 만한 특징 중 하나는 알루미늄의 사용이다. 이 캔은 사용자의 경험을 향상시키기 위해 미세 안개 스프레이를 제공하는 백-온-밸브 시스템을 통합했으며, 이는 낭비를 최소화하고 각 사용이 일관되도록 한다. 또한 캔의 디자인에는 비의도적인 분사를 방지하는 트위스트 락 캡이 포함되어 있어 운송 및 보관 시 안전성을 높였다. 이 캔의 명료한 디자인은 거의 순수하고 자연스러운 외관을 통해 제품과 브랜드의 철학을 완벽하게 전달한다. 또한 색상의 적절한 사용은 향기 변종을 시각적으로 표현하고 소비자들이 직관적으로 구별할 수 있도록 도와준다.

'프로토타입' 부문에서는 스위스의 누스바움(Nussbaum)이 1위를 차지했다. 직경 40mm, 15바 압력의 에어로졸 캔은 혁신적인 세그먼트 나사산과 일치하는 스크류 캡을 갖추고 있어 안전성, 사용자 친화성 및 지속 가능성 측면에서 새로운 표준을 세웠다. 표준화된 1인치 개구부를 가진 이 캔은 스프레이 노즐과 밸브와 같은 기존 액세서리와 완벽하게 호환된다. 세그먼트 나사산은 단순하고 안전하게 스크류 캡을 부착할 수 있게 하여 운송 중이나 일상 사용 중에도 내용물이 의도치 않게 퍼지는 것을 방지한다.

또한 이 스크류 캡은 내구성이 있어 강한 충격을 받아도 내용물을 보호하며, 동시에 노즐이 의도치 않게 작동하지 않도록 한다. 뛰어난 밀봉력 덕분에 습기와 먼지로부터 보호할 수 있어 특별한 응용 분야에 이상적이다. 이 특별한 세그먼트 나사산 덕분에 에어로졸 캔은 디스펜서 및 특수 어댑터와 쉽게 호환될 수 있다. 유연하고 다재다능하여 화장품, 제약, 퍼스널 케

어, 가정용품 및 산업 부문에서 개별 요구 사항에 맞게 조정할 수 있다. 스크류 캡은 재활용 가능하며, 이는 디자인의 모든 측면에서 회사의 높은 기준을 충족한다.

'지속 가능성' 부문에서는 트리비움 패키징 브라질이 생산한 아디다스 'Best of the Best' 테오드란트용 알루미늄 캔이 수상했다. 이 테오드란트 프로젝트는 아디다스와 UEFA 챔피언스 리그의 파트너십의 일환으로, 코티 글로벌(Coty Global)이 라이선스를 부여하여 아디다스 소비자들에게 유럽에서 가장 큰 축구 대회에 더욱 가까워질 수 있도록 했다.

이 제품의 아트워크는 아디다스와의 협업을 통해 글로벌 팀이 제작했으며, 전 세계 시장에서 동일하게 복제됐다. 트리비움 패키징 브라질이 생산한 이 캔은 기술적 도전과 지속 가능성 측면에서 주목할 만한 성과를 보였다. 캔 디자인은 핑크색으로 표현된 세밀한 '지문'을 강조하며, 배경의 푸른색과 융합된 모습을 보여준다. 트리비움은 두 가지 특별한 푸른색을 개발하여, 하나가 다른 하나 위에 겹쳐져 있을 때 시각적인 마크가 생기지 않고 부드러운 전환을 이룬다.

이러한 요소들이 배경에 대비되도록 하기 위해 특별한 잉크가 사용되어 더 많은 광택과 돋보이는 효과를 제공한다. 45x148mm 크기의 평평한 어깨를 가진 이 캔은 최대 25%의 재활용 콘텐츠를 포함한 독자적인 알루미늄 합금 PivotAL™로 제작됐다.

이 알루미늄은 액체 상태에서 사용되며, 전통적인 공정에서처럼 주괴를 녹일 필요가 없다. 이 합금은 재생 가능 에너지를 활용하여 생산되었으며, 이로 인해 탄소 배출량이 줄어들었다. 또한 내부 바니시 사용량을 거의 50% 줄여, 온실가스 배출에 미치는 영향을 최소화했다.

이와 같은 수상작들은 알루미늄 에어로졸 캔 산업에서 디자인, 기술 혁신 및 지속 가능성을 위한 높은 기

준을 세우며, 업계 전반에 걸쳐 우수한 성과를 상징한다. AEROBAL 어워드는 이러한 우수성을 널리 알리며, 알루미늄 에어로졸 캔 제조업체들이 전 세계적으로 높은 성과를 달성할 수 있도록 독려하고 있다.

맥도날드

미니 맥플러리와 친환경 포장으로 변화 예고

“일회용 플라스틱 폐기물 줄이면서도 맥플러리 품질 유지할 수 있어”

맥도날드가 아이코닉한 맥플러리를 새롭게 단장한다. 9월 10일부터 미국 전역의 참여 매장에서 미니 맥플러리가 기존의 맥플러리와 함께 출시될 예정이다. 미니 맥플러리의 정확한 용량은 공개되지 않았으나, 맥도날드 웹사이트에 따르면 일반 오레오 맥플러리는 410칼로리인 반면 미니 맥플러리는 240칼로리다.

이번 변화에서는 사이즈뿐만 아니라 포장도 더 지속 가능한 방식으로 업데이트된다. 맥도날드는 맥플러리 컵의 뚜껑을 없애고 네 개의 플랩이 있는 컵으로 교체할 예정이다.



▲ 미니 맥플러리(왼쪽)와 기존의 맥플러리(오른쪽)

이는 쓰레기를 줄이고, 2025년까지 100% 재생 가능, 재활용 또는 인증된 소재로부터 모든 주요 고객용 포장을 조달하겠다는 맥도날드의 목표 달성에 기여할 것으로 기대된다.

맥도날드 북미 지역의 최고 임팩트 책임자인 마이클 곤다는 성명에서 “이러한 포장 업데이트는 중요합니다. 이번 업데이트는 미국 팬들이 맥플러리를 더욱 재미있게 즐길 수 있는 새로운 방법일 뿐만 아니라, 우리가 포장과 폐기물 약속을 이행하는 데 한 걸음 더 다가가게 해줍니다”라고 말했다.

이 네 개의 플랩이 있는 컵은 캐나다와 인도네시아 등 몇몇 다른 국제 시장에서도 이미 사용되고 있으며, 미니 맥플러리 또한 영국을 포함한 여러 시장에서 제공된 바 있다. 지난해 10월, 맥도날드 미국 지사는 맥플러리를 보다 지속 가능한 제품으로 만들겠다는 계획을 처음 발표했다. 여기에는 맥플러리 스푼의 크기를 줄이는 것이 포함되었는데, 이 스푼은 직원들이 소프트 아이스크림에 토핑을 섞을 때 사용하는 스푼들 역할도 겸한다. 현재 매장에는 각 맥플러리 주문이 준비된 후 교체 및 세척되는 재사용 가능한 스푼들이 도입되었다. 새로운 맥플러리 스푼은 맥도날드의 선데이와 함께 제공되는 것과 동일한 스푼으로, 이 전환을 통해 맥도날드는 매장에서 일회용 플라스틱 폐기물을 줄이면서도 맥플러리 품질을 유지할 수 있다고 밝혔다.

맥플러리는 1995년에 발명되었으며, 1997년에 처음 맥도날드 체인에서 출시되었다.

초기 맛은 오레오, 히스, 네슬레 크런치, M&M's, 버터핑거였으며, 이후 맥도날드는 스트롭와플 맥플러리, 그랜마 맥플러리, 스트로베리 쇼트케이크 맥플러리 등 인기 있는 한정판 메뉴들을 출시했다. 맥플러리는 맥도날드의 10억 달러 가치의 주요 제품 중 하나로 자리잡았다. 