

세상을 바꾸는 캠페인 이야기 '플라스틱에서 벗어나기'

코로나 탓 커피 일회용 컵 급증 ... 텀블러 '비접촉 사용'을

이중혁
광운대 교수



스타벅스, 매년 60억개 컵 소비
그린피스 '재사용 원한다' 호소
한 달 간 13000여명 온라인 서명
플라스틱에서도 바이러스 생존
다회용 컵 이용, 각자 실천 필요

“스타벅스, 우리는 지금 재사용을 원한다(#we want reusables now)!”
국제 환경단체 그린피스 캐나다 사무소의 온라인 서명 캠페인 메시지다. 이 캠페인에 한 달간 약 1만 3000여 명이 서명했다. 스타벅스라는 특정 기업을 비판하는 것이 아니라 플라스틱 문제를 위해 함께 고민해 달라는 호소형 캠페인이다. 그린피스 캐나다 사무소는 코로나19를 겪으면서 왜 스타벅스와 같이 일회용품 문제 해결을 고민하는 기업들이 창의적인 캠페인에 과감히 나서지 않는가에 문제를 제기했다.
거창한 친환경 구호나 기업의 사회공헌 마케팅 일환의 캠페인이 아닌 현실로 닥친 팬데믹 위기 속에서 선제적으로 소비자의 인식과 행동 변화를 위해 나서 달라는 요구다.



영국 환경 단체 '비접촉 커피 판매' 제안
지역별로 일부 차이는 있으나 지난 3월 이후 미국과 캐나다 등에서는 카페 내 다회용 컵 및 개인용 텀블러 사용이 금지됐다. 그 결과 코로나19 이전까지 공감대가 형성되었던 카페 내 일회용 플라스틱 제품에 대한 문제의식도 찾아보기 힘들게 되었다.
이 문제 해결을 위해 2016년에 시작된 이후 세계 8000여 개 이상의 조직이 참여한 국제 환경 운동 '플라스틱에서 벗어나기(#breakfreefromplastic)' 캠페인이 나왔다. 2018년 3월에는 스타벅스에 플라스틱 문제 해결을 요구하는 서명 캠페인을 전개해 100만명의 서명을 받았다.

다. 비접촉 형식으로 커피를 제공할 경우 매주 수백만 개의 일회용 컵 사용을 줄임으로써 환경오염 문제를 해결할 수 있다.

지난 6월 22일 캠페인 목적으로 전 세계 18개국 115명의 보건의로, 식품 안전 분야 전문가들이 카페 등에서 다회용 용기를 사용해도 안전에 문제가 없다는 성명을 발표했다. 그린피스 미국 사무소와 플라스틱 문제 해결을 모색하는 비영리 단체 업스트림도 참여했다. 코로나19로 인해 세계 곳곳에서 일회용 컵이나 용기의 사용 금지가 해제되고 반대로 다회용품 사용이 금지되는 현실을 우려해서다.

한국은 어떨까? 2018년 여름 환경부가 재활용법 제10조에 따라 카페와 패스트 푸드점 등에서 일회용 컵 사용을 금지하는 규제를 시행했다. 도입 초기 소비자와 업계 모두 불편을 호소했지만 불과 6개월의 적응 기간을 거치면서 새로운 소비문화로 정착되었다. 그 결과 2019년 환경부에 따르면 일회용 컵 사용량이 75% 이상 감소하고 매장 81% 이상에서 다회용 컵을 사용하게 되었다. 하지만 코로나19로 인해 올 1월 환경부가 일회용품 사용규제 제의 대상 고시를 통해 카페 등에서 일회용품 사용을 허용하면서 일회용 플라스틱 제품이 위생적이라는 인식이 커졌다. 지난 5월 생활 속 거리 두기 방침에 의해 다회용 컵 사용으로 재전환되었지만 일부 카페에서는 지금도 “바이러스 예방을 위해 일회용 컵에 드려도 될지요?”라고 의사를 묻고 있다. 이런 질문을 받는 대부분 고객은 일회용 컵을 선택한다.
고객에게 이런 질문을 하는 카페에 반대로 고객이 문제 해결을 위한 친환경 실천을 요구하는 것이 그린피스 캐나다 사무소의 '스타벅스, 우리는 지금 재활용을 원한다' 캠페인이다. 우리가 커피 한잔을 마시고 버리는 일회용 컵은 종이컵이 아니다. 플라스틱 성분이 코팅된 컵이다. 전 세계 스타벅스에서 매년 60억 개의 일회용 컵이 소비되고 대부분 소각된다.

팬데믹 시대가 도래하자 공세적인 주장을 펼친 플라스틱 생산업체들의 선전, 즉 일회용컵이 다회용컵보다 안전하다는 논리가 퍼졌다. 그린피스 영국사무소의 환경운동가 니나쉬랭크는 코로나19 이후 일회용 플라스틱 생산량이 증가하고 있음을 강조하면서 “산업 로비스트가 아닌 과학에 귀를 기울여야 한다”고 말했다.

그린피스 캐나다 사무소는 자국 스타벅스를 2019년 5대 플라스틱 공해 유발 기업에 올렸다. 이들의 주장에 따르면 밴쿠버에서만 매주 260만 개의 일회용 컵이 쓰레기로 배출된다. 그린피스 미국 글로벌 프로젝트 리더인 그레이엄 포브스도 “코로나19를 계기로 경제활동을 재개하면서 인간과 자연의 건강까지 지킬 수 있는 안전한 재사용 시스템을 구축해야 한다”고 말했다.

실제 지난 4월 미국 국립 알레르기 및 감염병 연구소(NIAID)가 뉴잉글랜드 의학저널에 발표한 연구에 따르면 코로나19 바이러스는 2-3일 동안 플라스틱 표면에서도 생존할 수 있다. 그렇다면 불가피한 경우를 제외하고 일상적으로 보건 위생이라는 이유로 일회용 플라스틱 컵이나 용기를 사용할 필요가 있겠는가? 비영리 단체 업스트림의 맷 프리드필 대표도 “자국의 환경을 해치지 않으면서 건강도 지키기 위한 최선의 방법 중 하나가 다회용 컵이나 용기를 위생적으로 사용하는 것”이라고 말했다.

영국의 브리스틀시에 위치한 환경단체 씨티 투시(city to sea)는 텀블러나 다회용 컵 사용을 금지하는 국가의 카페 경영자들에게 비접촉 커피 판매 캠페인(#contactlesscoffee)을 제안했다. 소비자는 개인 텀블러를 계산대 위에 올려놓고 주문 후 뒤로 물러나 대기한다. 직원은 음료를 별도 용기에 담아 손을 대지 않고 소비자가 올려놓은 개인용 텀블러에 붓는 방식이다. 소비자는 자신의 텀블러를 가져 가면 된다. 쓰레기도 줄이고 상호 접촉을 최소화할 수 있다. 이렇게 개인용 텀블러를 사용하면 과도하게 큰 목소리로 고객을 호명하는 것도 줄일 수 있

자연도 지키는 재사용 시스템 구축해야
이 문제 해결을 위해 환경 캠페인을 만들고 실천에 앞장서야 할 일상 속 메이스캐프가 일차적으로 카페가 되어야 한다. 특히 스타벅스와 같은 거대 기



1 필리핀 베르데 해협 수중에서 촬영한 일회용 플라스틱 컵 안에 갇힌 비닷게 모습. 플라스틱에 의한 환경 파괴의 모습을 적나라하게 보여주었다. 2 새가 플라스틱 빨대를 입에 물고 있는 모습을 묘사한 그린피스 포스터. (그린피스)

업이 캠페인을 전개하면 고객이 반응하기 때문에 문제 해결을 위해 가장 앞장서야 한다. 그곳은 현재 사회적 거리 두기 상황에서 수많은 사람이 끊임 없이 모여드는 공간이기 때문이다.

플라스틱 소재인 폴리프로필렌으로 만든 제품이다. 마스크를 만드는 부직포의 원료이기도 하다. 스타벅스 코리아에서는 다회용 컵과 텀블러가 허용된다.

올여름 국내 스타벅스 매장 앞에는 새벽부터 긴 줄이 생겨났다. 스타벅스 코리아가 내건 레드 백경품 마케팅 때문이다. 대부분 매장이 개장과 동시에 매일 준비한 물량이 소진되더니 마감 5일을 앞두고 조기 종료되었다. 이 레드 백도 대표적인

하지만 그린피스 캐나다 사무소가 스타벅스에 의치는 질문을 되새겨 볼 필요가 있다. 코로나19 속에서 고객이 환경문제를 우선시하여 각자의 행동 개선을 촉구하지 않으면 언젠가 우리도 공해 유발자가 될 수밖에 없다. 우리는 진짜 재활용을 원하고 있

는가? 공동체의 지속가능한 삶을 위해 환경지키기를 위해 실천하고 있는가?
(광주일보와 중앙SUNDAY 제휴 기사입니다)

이중혁 광운대 미디어커뮤니케이션학부 교수, 공공소통연구소 소장이다. 디자인 씽킹과 데이터 사이언스 기반 캠페인 개발을 통해 사회적 가치를 발굴하고 있다.



개인용 텀블러 사용을 통한 단계별 비접촉 커피 판매 방식. 왼쪽부터 대기하기, 접시로 텀블러 옮겨 가기, 텀블러에 음료 담기, 텀블러 가져 가기.