

친환경 재생 포장재 확산... '착한 소비' 이끈다

광주신세계, 제로 웨이트 도전... '바가스 펄프' 포장 도입도 롯데마트, 명절 선물에 친환경 종이·공기름 인쇄 포장재 활용

제조부터 유통, 배출 과정까지 탄소중립을 실천하는 상품들이 '착한 소비'로 환경을 지키려는 고객들로부터 호응을 얻고 있다.

백화점과 대형마트는 추석 명절을 앞두고 친환경 포장재 도입을 확대했다.

3일 광주시 기본통계에 따르면 지난 2020년 광주지역 폐기물 재활용률은 84.4%로, 전년 비율(86.6%)보다 2.2%포인트 떨어졌다. 광주 폐기물 재활용률은 지난 2017년(92.7%) 이후 3년 연속 하락 추세다. 2020년 광주에서는 6963t에 달하는 폐기물이 발생했는데 이 가운데 1084t은 재활용되지 못했다.

㈜광주신세계는 '친환경 패키지 기준'을 마련해 쓰레기 배출을 최소화하는 '제로 웨이트 백화점'에 도전하고 있다.

친환경 패키지 기준은 플라스틱을 쓰지 않으며

100% 활용 가능한 포장재를 도입하는 것이 목적이다.

재생 소재 사용 여부와 재활용 가능 비율을 따져 포장 재료에 대한 등급을 최우수, 우수, 보통, 미흡, 매우 미흡 등 5등급으로 나눴다.

광주신세계는 앞으로 최소 '우수' 이상 등급의 포장재만을 사용하기로 했다. 또 사탕수수 섬유로 만든 친환경 종이 '바가스 펄프'를 포장에 도입한다.

광주신세계를 포함한 신세계백화점은 지난 2011년 업계 처음으로 종이 전단을 없애고 2016년 소량책자 제작도 중단했다.

지난 2017년에는 전자영수증을 도입하며 종이 쓰레기 배출량을 줄이고 있다. 지난 2018년 설 명절부터는 친환경·재활용 포장재와 냉매재를 확대 도입하고, 2020년에는 비닐봉지를 없앴다.

이마트도 지난 2017년부터 환경부와 협업해 '중



백화점과 대형마트들이 기존에 사용하던 비닐봉지와 플라스틱 용기 대신 친환경 포장재를 확대 도입하고 있다.



경 선물세트'를 마련했다. 여기에는 친환경 종이와 공기름으로 인쇄한 포장재를 활용했다.

이 영수증 없는 점포' 운영에 나서며 모바일 영수증 사용을 독려하고 있다.

'종이 영수증 없는 점포'는 현재 이마트 모든 매장에서 시행하고 있으며, 지난해 전체 영수증 중 모바일 영수증 발급 비율은 21%로 늘었다. 올해는 모바일 발급 비율이 30%를 넘길 것으로 예상된다.

이달 말까지 추석 선물 사전예약 판매를 진행하는 롯데마트와 롯데슈퍼는 'ESG 선물세트' '친환

경 선물세트'를 마련했다. 여기에는 친환경 종이와 공기름으로 인쇄한 포장재를 활용했다.

홈플러스는 지난달부터 전국 모든 매장에서 판매하는 호주산 소고기 특수부위 6종을 국제삼림관리협회(FSC) 인증을 받은 친환경 종이 포장재에 담아 판매하고 있다. 이는 기존 플라스틱 용기를 대체한 종이 용기로, 종이로 분리배출이 가능하다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

광주 필코스메틱코리아 미세 플라스틱 없는 티슈 생산

천연 레이온 사용 자연 분해 제품

광주 첨단산단에 있는 한 벤처기업이 미세 플라스틱 없는 친환경 화장지 제품 생산에 본격적으로 나섰다.

광주시 북구 대촌동 광주테크노파크에 입주한 필코스메틱코리아는 주력 상품인 '엠메이데이 알코올 티슈'는 목재 펄프를 활용한 천연 레이온을 사용해 쓰레기 배출 때 6개월 뒤면 완전 자연 분해된다고 밝혔다.

밀, 옥수수, 보리 등 곡물을 발효시켜 만든 곡물 에탄올이 함유돼 닦고 나면 잔여물과 거품이 남지 않는 것이 특징이다.

6단 정제수를 사용하고 인공향이 아닌 천연향을 사용하면서 소비자 선호도를 높이기도 했다. 화학방부제 대신 편백 숲 피톤치드 탈취 효과를 지닌 편백 기름과 레몬껍질 기름 성분이 들어갔다.

이 업체는 코로나19 사태 장기화로 개인위생에 대한 관심이 높아지면서 알코올 티슈 외에도 목욕용, 골프용, 청소용 등 다양한 기능성 제품도 잇달아 내놓고 있다. /백희준 기자 bhj@



"MZ세대 감성 느껴보세요" (주)광주신세계 직원들이 신관 지하 1층에 새로 입점한 의류 브랜드 '와릿이즌' 매장에서 MZ세대로부터 인기를 끌고 있는 의류와 소품을 선보이고 있다. 이 매장은 오는 7일까지 일부 품목으로 최대 30% 할인 판매하고 구매 금액대별로 사은품을 준다. <광주신세계 제공>

예술 입은 냉장고 '비스포크 아틀리에' 전용 아트 콘텐츠 확대

삼성전자, 23점 작품 추가 총 195점의 작품 감상 가능

삼성전자가 패밀리허브 냉장고에 탑재된 '비스포크 아틀리에' (BESPOKE Atelier) 전용 콘텐츠를 대폭 확대한다고 3일 밝혔다.

비스포크 아틀리에에는 삼성전자의 인공지능(AI)·사물인터넷(IoT) 냉장고인 패밀리허브 전용 애플리케이션으로, 냉장고 스크린에서 고전 명화와 국내외 신진 작가 작품을 감상할 수 있고 인테리어 효과도 높다.

삼성전자는 이달 3일부터 '패밀리허브 앱스' (Apps) 업데이트를 통해 비스포크 아틀리에에 23점의 작품을 새롭게 추가해 총 195점의 작품을 즐길 수 있도록 했다.

특히 이번에는 홍익대학교 미술대학과의 산학협력 프로젝트로 제작된 일러스트레이션 13점이 포함됐다. 이 작품들은 냉장고에서 신선하게 보관된 식재료가 맛있는 요리를 완성하는 것처럼 '행복의 재료'를 주제로 행복한 삶을 이루는 다양한 요소를 짚고 참신한 시선으로 그려낸 것이 특징이다.

또 지난 해부터 협업을 이어 온 가나아트센터의 기획 콘텐츠도 새롭게 추가됐다. 이 콘텐츠는 영감의 원천이자 정체성을 표현하는 수단인 '나만의 색' (Be Your Color)을 주제로 ▲전광영의 '집합' ▲박철호의 '파문' ▲정해운의 '관계' 와 '플랜 B' ▲에단 쿡의 '무제' 등 총 10점이 마련됐다.

삼성전자는 앞으로도 비스포크 아틀리에의 콘텐츠를 확대하기 위해 국내외 유명 작가 또는 갤러



삼성전자 모델이 패밀리허브 냉장고 전용 애플리케이션 '비스포크 아틀리에'를 통해 강유진 작가의 작품 '오후 : 강아지와 소풍'을 소개하고 있다. <삼성전자 제공>

리들과의 협업을 진행하는 것은 물론, 산학 협력과 같이 신진 작가들이 작품을 선보일 수 있는 장을 지속 마련할 예정이다.

삼성전자 관계자는 "삼성전자는 패밀리허브 냉장고의 비스포크 아틀리에를 통해 주방에서도 수

준 높은 예술 작품을 경험할 수 있는 기회를 제공해 왔다"며 "앞으로 그 경험을 한층 확장하기 위해 전세계 곳곳의 작가들과 협업을 확대해 나갈 계획"이라고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

한국토지부동산(주)

전원주택 신축

매매 9억5천만원



전라남도 담양군 수북면 청소년수련관입구

■ 대지 : 979㎡ (296.14평)

■ 건물 : 323.86㎡ (98평)

(지상2층, 지하주차장포함)

상담문의 010-3733-3933