

바이오폴리머, 소비자 반응 “별로”

다농 · 코카콜라, 소비자 반응에 실망 ... 포드는 이미지 제고 기대

바이오 플라스틱이 소비자들로부터 크게 인기를 끌지 못하고 있다.

바이오 플라스틱은 코카콜라(Coca-Cola), 포드자동차(Ford Motor), 프랑스의 요구르트 메이저 다농(Danone) 등이 수년간 연구개발을 진행했으나 뚜렷한 장점이 없고 소비자들의 이목을 집중시키기도 역부족이라는 평가를 받고 있다.

2011년 샌프란시스코에서 열린 BioPlastek 포럼에서도 바이오 플라스틱이 수유기업들의 지속가능한 목표에 부합하기는 하지만 소비자들은 이미 길들여진 기존 석유화학제품을 선호하고 있다는 지적이 제기된 바 있다.

유기농 요구르트 다농을 생산하고 있는 프랑스 Stonyfield는 친환경 포장용 연구를 결과 바이오 플라스틱에 대한 시장반응이 다소 엇갈리는 것으로 판단하고 있다.

Stonyfield는 2010년부터 요구르트 포장용기를 PS(Polystyrene)에서 PLA(Polylactic Acid)로 전환했고, 2011년부터는 사탕수수원료를 사용한 바이오 PE(Polyethylene)를 스무디(Smoothies)의 용기로 사용하기 시작했다.

PLA 용기는 지구온난화지수(Global Warming Potential)를 48%, PE병은 65% 낮추어 환경적으로 좋은 평가를 받고 있다.

PLA는 추가 제조코스트가 없고 뚜껑 접착력을 높이는 등 기능상의 이점을 동반하고 있으며 발암물질로 추정되는 스타이렌(Styrene)을 차단해 소비자와 식품기업들의 지지를 받고 있는 것으로 알

려졌다.

반면, PE병은 스무디의 소비 확대로 이어지지 못해 친환경적 소재에 대한 전략이 소비자 구매에 미치는 영향이 일관적이지 않은 것으로 나타나고 있다.

Stonyfield는 대기업이라도 수익보장 없이는 저공해상품에 투자하기 어렵기 때문에 환경편익 뿐만 아니라 코스트를 상쇄할 수 있는 이익을 고려해야 한다고 강조하고 있다.

코카콜라는 2009년 <Dasani> 브랜드를 시작으로 바이오 플라스틱 <PlantBottle>을 투입해 큰 성과를 거두었고, 2020년까지 모든 상품에 적용할 계획이다.

<PlantBottle> 용기는 사탕수수 베이스 EG(Ethylene Glycol)를 투입해 PET(Polyethylene Terephthalate)를 합성한 후 생산하고 있다.

그러나 코카콜라는 소비자들이 바이오 플라스틱 사용 여부에 관심이 없고 상위 친환경 브랜드도 실제 매출 증가로 이어지지 않는 것으로 파악하고 있다.

다만, <PlantBottle>은 <Dasani>의 자연테마를 강조해 브랜드 메시지 전달에 효과적이며 2012년 <Dasani> 매출이 전체 매출증가에 일조한 것으로 평가하고 있다.

코카콜라는 친환경제품 시장이 확대돼 제조코스트를 낮추고 PET병과 경쟁하기를 바라고 있지만 <PlantBottle>이 투자를 상쇄할 만큼 충분한 이윤을 가져다 주었는지는 확실하지 않다고 밝혔다.

포드자동차는 재활용 바이오 소재를 사용해 자동차 무게의 15%에 해당하는 부품을 생산·채용함으로써 환경프로파

일(Environmental Profile)을 개선한 것으로 알려졌다.

포드는 2007년부터 콩 베이스 폴리올(Polyol)로 폴리우레탄(Polyurethane) 시트쿠션을 제조하고 있으며 북미에서 생산하는 자동차에 적용하고 있다.

그러나 소비자들은 포드자동차를 구매할 때 친환경적 요소보다는 핸들링이나 연비를 중요하게 생각하는 것으로 조사됐다.

하지만, 포드는 신차 구매를 고려하는 고객들에게는 환경친화도가 타이 브레이크로 작용할 수 있다고 강조하면서 같은 조건이라면 소비자들은 바이오폴리머나 재활용 플라스틱을 사용한 자동차를 구매할 것으로 판단하고 있다.

특히, 환경친화적 소재가 자동차 판매로 직결되지는 않고 있으나 젊은 소비자들에게는 친환경 브랜드가 주는 이미지와 가치가 매우 중요하다고 강조하고 있다.

www.chemlocus.co.kr

ChemLOCUS

22년 이어온 “화학저널”이
더욱 빠르고 정확한 정보로
여러분을 찾아갑니다!

