



음식물쓰레기 감소 위한 새로운 유통기한 표기법

폴란드사무소

음식물 쓰레기 줄이기가 한창인 유럽

- 전 세계적으로 음식물쓰레기 문제는 경제적, 생태학적, 윤리적으로 상당한 영향을 미치는 중요한 사회문제로 간주되고 있다. 무분별하게 배출되는 음식물쓰레기의 심각성을 인지한 유럽에서는 최근 음식물쓰레기 줄이기 운동이 한창이다.
- 유럽연합 집행위원회(European Commission)는 2018 유럽연합의 지속가능한 개발 목표 12(UN sustainable development goal 12: responsible consumption and production)의 사업 진행과 동시에 2020년까지 음식물 쓰레기를 절반으로 줄이는 것을 목표로 설정했다.
- 유엔 식량 농업기구 (Food and Agriculture Organization of United Nations)의 보고서에 따르면 EU에서는 매년 약 8,800만 톤의 음식물 쓰레기가 발생하며, 이것은 EU 전체 음식물 생산량의 20%에 해당하는 양이다.
- 음식물쓰레기를 줄이기 위한 유럽연합의 노력에도 총 인구 5억 1,000만 명이 연간 8,800만 톤을 배출하고 있으며 폴란드는 이 중 900만 톤을 차지하고 있다. 이는 EU 회원국 중 음식물쓰레기 배출 총량 5위에 해당하는 수치이다.

음식물쓰레기 증가의 원인

- 『Eurobarometer 2015』에 따르면, 식품 날짜표시에 대한 이해 부족이 폴란드 음식물쓰레기 증가의 한 원인이 될 수 있다. 장기간 보관이 가능한 식품(예: 곡물, 쌀 등)에 표시된 품질유지기간 “Best before date”에 대한 폴란드인의 이해도는 24%이며(EU평균 47%), 빨리 상하는 식품(예: 고기, 달걀, 유제품 등)에 표시된 “Use by date”에 대한 이해도는 5.7%에(EU평균 40%) 불과하다. 이를 통해서 폴란드인은 식품 포장에 인쇄된 모든 날짜를 궁극적인 소비날짜로 파악하고 있음을 알 수 있다.

유통기한의 의미를 재정비하다

- 세계적인 대형유통회사인 TESCO와 Carrefour에서는 음식물쓰레기를 줄이기 위한 활발한 움직임을 보이고 있다. TESCO는 사과, 당근, 양배추 등의 신선식품을 포함한 116개 제품군에서 “Best Before date” 같은 유통기한 표시를 제거할 예정이다.

- TESCO에 따르면, 약 69%의 소비자는 유통기한 표시 제거에 대해서 긍정적인 반응을 보였으며, 약 53%의 소비자는 이것이 음식을 더욱 오래 보관하는 데 도움이 된다고 답했다. TESCO는 이를 통해 소비자들이 음식을 소비기간을 더욱 쉽게 이해할 수 있을 것이라고 밝혔다.
- Carrefour는 스타트업 기업인 'Too Good to Go'와 함께 협력하여 유통기한의 의미를 재정비하기 위한 캠페인을 하고 있다. #Changetadate라고 불리는 이 캠페인은 최소보존기간을 정확히 표기하여, 소비자들의 오해를 낮추고 음식물쓰레기의 양을 줄이는 것을 목표로 하고 있다.



- Carrefour는 소셜 미디어 채널을 통하여 소비자들에게 유통기한에 대한 새로운 표기법 선호도를 조사하였다. 소비자들은 1) 필수사항은 아니지만 00.00일까지 섭취 권장(To be eaten before mm/yy, but not imperative-ly!), 2) 00.00일 이전까지는 품질이 더 좋음(To be eaten before mm/yy, because it's better before!), 3) 00.00일까지가 최고의 맛(To be eaten before mm/yy for optimum enjoyment) 등을 선택할 수 있게 함으로써 유통기한의 의미에 대해 다시 한 번 생각해볼 수 있는 기회를 제공했다.

프리저니즘, 버리기 전에 다시 한번

- 한편 음식물쓰레기에 대한 소비자들의 태도 또한 바뀌는 움직임이 일고 있다. 이른바 프리저니즘(Freeganism)이다. 자유롭다(free)와 채식주의자(Vegan)의 합성어로 소비주의 생활에 반하여 나타난 이 생활양식은 우리가 생각 없이 버리는 음식물쓰레기에 대한 반발운동이다.
- 프리저니즘은 어떤 가정에서 더 이상 원하지 않는 음식을 바구니에 넣어 내놓은 후 누군가가 그 음식을 무료로 수거해가던 것에서 유래했다. 이제는 슈퍼마켓 및 레스토랑도 이 움직임에 동참할 수 있다. 못난이 과일, 갈변한 바나나, 유통기한을 넘긴 요거트 상품 등이 그 대상이다. 판매용으로는 적합하지 않지만 섭취가 가능한 제품들을 위한 쓰레기통을 일반 음식물 쓰레기통과 구분해 놓음으로써 원하는 사람은 누구든 가져갈 수 있도록 하는 것이다.
- 물론 이러한 움직임에 대해서 불편함을 표시하는 의견도 있지만, 식품의 제조, 생산단계부터 폐기에 이르기까지 지속가능하고 친환경적인 방식에 대한 관심이 고조되는 가운데 음식물쓰레기를 줄이기 위한 소비자 및 유통업체들의 고민은 계속될 것이다.

지속가능한 식품 소비를 위한 움직임

- 음식물 쓰레기를 줄이기 위한 움직임으로 유통업체들은 일부 신선식품의 유통기한 표기를 제거하거나 식료품의 유통기한 표기법을 바꿈으로써 소비자들의 인식을 바꾸려는 노력을 하고 있다.
- 식품의 생산 및 제조 유통단계에서 시작된 친환경적인 트렌드가 폐기단계까지 확산됨에 따라 유통업체는 물론 소비자들도 지속가능한 식품 소비를 위한 움직임이 계속될 것이므로, 이에 대한 지속적인 모니터링이 필요할 것으로 보인다.