



을 적립했다고 한다. 또 어린이들을 환경리더로 양성하기 위한 '롯데 어린이 환경학교', 현직 교사를 대상으로 한 '기후변화 전문 교사 양성 캠페인' 등 환경관련 교육 프로그램은 참가자들의 큰 호응을 얻었다고 전했다.

아모레퍼시픽은 환경친화적인 제품개발과 함께 친환경 소재의 포장재 사용으로 소비자들의 호응을 얻고 있다. 작년 7월 국내 최초로 화장품 원료의 재배부터 생산까지 전 과정이 친환경 유기농 관리기준에 적합하게 개발된 유기농 인증제품 '이니스프리 에코레시피 라인'과 '프리메라 리커버리 에센스', '해피바스 유기농 카모마일 베이비 샴푸&바스'를 출시했다. 또 전제품의 2차 포장재를 줄이고, 절감비용을 고객에게 환원하는 프로그램을 개발할 방침이다. 장기적으로는 1차 포장에서도 생분해와 재활용이 가능한 친환경 패키지를 활용할 계획이라고 밝혔다.

지난해 우리나라에서 선풍적인 인기를 누렸던 자전거, 이탈리아 패션브랜드 베네통은 지난해 그린라이드(Green Ride) 캠페인을 통해 300대로 한정 생산된 에코 자전거, 가방, 티셔츠 등을 판매했다. 국내의 톱스타들을 그린 라이더로 동참시켜 자전거가 그린 라이프를 위한 패셔니스타의 스타일리시한 선택이라는 메시지 전달과 함께, 상품판매와 소비자의 자연스러운 의식 변화를 이끌었다.

광고를 통한 소비자와의 그린커뮤니케이션도 기업이미지 제고에 긍정적인 영향을 주고 있다. 유한킴벌리의 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인은 수년간 소비자의 사랑을 받아온 장수캠페인이다. 또 최근 친환경 재생에너지 개발을 소재로 한 삼성의 '두근두근 Tomorrow' 캠페인, 두산중공업의 지구의 가치를 높이는 기술 기업PR 광고, 대림산업의 친환경아파트 에코프로젝트, 현대자동차의 블루 드라이브 광고 등은 소비자의 좋은 평가를 받고 있다.

올해 역시 대다수의 주요 기업들이 그린커뮤니케이션을 상업적 화두로 삼고 있다. 한국코카콜라도 그린캠페인을 준비중에 있고, SK텔레콤 역시 기업PR 광고를 준비하고 있다.



소비자 그린캠페인 기업 = 사회적 책임 다하는 기업

한국소비자단체협의회 이정수 사무총장은 "현대 소비자들은 단순히 자신의 수요와 욕구 충족을 위해 소비를 하는 게 아니라 시장경제의 한 축으로서 중요한 역할을 담당하고 있다는 사실을 자각하고 있기에 소비자 스스로 책임 있는 소비에 대한 욕구가 커져가고 있다"며 다양한 미디어를 통해 수많은 정보를 얻는 만큼 이왕이면 같은 상품을 선택하더라도 탄소발생량이 적고 환경친화적인 상품을 선택하는 것은 너무도 당연한 일이라고 설명했다. "인스턴트식품보다 슬로우푸드(건강에 좋은 것)처럼 환경친화적인 상품이 웰빙상품이고 건강에도 좋을 것으로 기대하는 소비자가 많다"며 "탄소총량제표시제도에 대한 소비자의 관심도 나날이 증가하고 있다"고 덧붙였다. 이정수 사무총장은 "소비자들은 그린캠페인을 하는 기업에 대해 사회적 책임을 다하고 있다고 생각하는 경향이 높다"며 "그런 기업의 제품을 구매함으로써 소비자들은 가치 있는 소비를 하고 지구를 살리는 일에 동참한다는 생각을 갖게 되기 때문에 해당 기업에 대해 호의적일 수밖에 없다"고 전했다.

최근 삼성경제연구소는 2010년 글로벌 기업경영의 7대 이슈 중 하나로 녹색규제 흐름에 선제적 준비'를 꼽았다. 보고서는 2010년에 글로벌 온실가스 감축 규제와 같은 새로운 게임의 룰이 도입될 가능성이 높으며, 전세계적으로 기후변화 대응에 참여를 촉구하기 위해 선진국을 중심으로 온실가스 규제가 강화되는 추세라고 밝혔다. 아일랜드와 프랑스는 2010년부터 기후변화 대응 노력을 기울이지 않는 무역상대국의 수입품에 대해 탄소세 부과를 추진 중에 있다. 또 글로벌 선진기업은 정부의 온실가스 감축 수준보다 공격적인 감축 목표를 설정해 기후변화 분야의 리더십 확보에 주력하고 있다고 전했다. 듀폰은 감축 의무가 없음에도 불구하고 2015년까지 2004년 대비 15% 감축 목표를 설정했다.

선진 제조기업은 저탄소 신제품 개발을 통해 녹색규제 장벽을 회피하려는 시도를 전개하고 있다. 필립스는 조명시장에서의 선두권을 유지하기 위해 고효율 LED 제품개발에 11억 유로를 투자했고, 월마트는 포장재 5% 감축을 선언하고 그린제품 마케팅을 대대적으로 전개하고 있다고 전했다. **3M** | 이수지