

시민이 이끄는 ‘탄소중립’... “순환경제 실천해요”

텀블러 대여 카페, 일회용품 ‘제로’ 폐전선·실리콘 등 자원 분리배출도 바다 유리 ‘업사이클링 공예’ 인기 “누구나 친환경 활동 가능한 공간”



자원 절약과 재활용을 통해 기후 변화에 대응하고 지속 가능한 지구를 만드는 친환경 경제모델 ‘순환경제’가 주목받고 있는 가운데 카페·공방 등 광주지역 업체들이 ‘제로웨이스트’, ‘업사이클링’, ‘탄소중립’ 등 친환경 활동 실천에 앞장서 눈길을 끌고 있다.

자원 절약과 재활용을 통해 기후 변화에 대응하고 지속 가능한 지구를 만드는 친환경 경제모델 ‘순환경제’가 주목받고 있는 가운데 카페·공방 등 광주지역 업체들이 ‘제로웨이스트’, ‘업사이클링’, ‘탄소중립’ 등 친환경 활동 실천에 앞장서 눈길을 끌고 있다.

최근 각광받고 있는 순환경제는 ‘자원 채취-대량생산-폐기’가 중심인 기존 ‘선형경제’에서 벗어나 자원을 지속해서 순환시키는 새로운 경제체제다. 최근 기후 변화, 환경 오염, 자원 고갈, 생물 다양성 감소 등 환경 문제의 심각성이 대두되면서 지속 가능한 미래를 향한 개인과 기업의 친환경 활동은 ‘필수과제’로 자리 잡았다. 이에 광주지역 매장들도 시민들이 자발적으로 친환경 활동에 참여할 수 있도록 다양한 기회를 마련하고 있다.

12일 오후 방문한 광주 동구 산수동의 한 제로웨이스트 상점 겸 카페. 이곳 카페에서는 ‘일회용품’을 일절 제공하지 않는다. 일회용품 대신 유리·실리콘·스테인리스 빨대, 휴지 대신 다회용 손수건을 사용할 뿐만 아니라 고객들이 ‘음료 포

장’을 원할 경우 텀블러를 대여해주기도 한다. 카운터 앞 진열대를 가득 채우고 있는 대여용 텀블러는 모두 손님에게 기증 받은 것으로, 여기서부터 ‘자원순환’을 이루고자 하는 시민들의 관심을 느낄 수 있다. ‘신뢰’를 바탕으로 대여해 준다는 텀블러의 회수율은 70%를 넘어섰다.

카페 대표 이기명씨는 “늦더라도 대여된 텀블러는 꾸준히 돌아오고 있다”며 “텀블러 위생 상태를 우려해 대여를 꺼리는 손님이 있을까 봐 정말 깨끗하게 운영하고 있다”고 말했다.

시민들이 자발적으로 폐자원을 분리 배

출할 수 있도록 돕는 ‘지구자원구출센터’ 코너도 눈에 띄었다. 병뚜껑, 폐전지, 우유팩부터 신발끈, 실리콘, 폐전선, 브리타 필터까지. 시민들이 직접 가져온 폐자원들은 해당 코너에 하나둘씩 모이다가 일정량이 쌓이면 주민센터·재활용품라자-데펜소(실리콘업체) 등 관련 수거업체로 전달된다. 개인이 더이상 사용하지 않거나 분리배출하기 까다로운 폐자원이 다시 활용되도록 돕는 역할을 하는 것이다.

가게 한편의 제로웨이스트 샵에서는 ‘코끼리 똥’으로 만든 종이, 접이식 칩, 종이용기 립밤 등 다양한 친환경 제품이 판

매되고 있었고 ‘무료나눔코너’, ‘가루세제소분코너’ 등 다양한 친환경 코너도 시선을 끌었다.

이처럼 친환경 활동을 선도하는 지역 매장의 중요성은 환경에 대한 시민들의 관심을 증진시키고, 접근성 및 참여도를 쉽게 높일 수 있다는 데 있다.

업주 이씨는 “우연히 매장에 들렀다가 폐자원을 수거하는 곳이라는 사실을 알게 되면 ‘폐전지’ 등을 들고 매장을 재방문하는 경우도 많다. 방법을 모를 뿐 ‘환경보호’에 대한 시민들의 관심이 높다는 것을 느낀다”며 “수익보다 가치를 우선시하는 가게를 운영하다 보니 어려운 점이 많지만, ‘이런 공간이 있어서 좋다’, ‘환경보호에 관심을 가지게 됐다’ 등의 이야기를 들으면 큰 보람을 느낀다”고 말했다.

폐자원을 단순히 재활용하는 차원을 넘어 새로운 가치를 창출해 새 제품으로 재탄생시키는 ‘업사이클링’에 대한 관심도 높아지고 있다.

같은 날 찾은 북구 용봉동의 한 공방은 ‘양말목 공예’, ‘바다 유리 공예’, ‘커피박(커피찌꺼기) 공예’ 등 탄소중립·업사이클링 공예를 중심으로 하는 다양한 수업을 진행하고 있었다. 버려지는 모든 것들에 가치를 두고 이를 재활용해 새로운 작품으로 탄생시킴으로써 환경보호를 실천하고 지속 가능한 미래를 만드는 것이 공방의 목표이기 때문. 이곳에서는 양말 제

작 과정에서 발생하는 잔여물 ‘양말목’으로 만든 컵받침, 물티슈 케이스, 가방과 바다 유리와 커피박으로 만든 액세서리, 열쇠고리, 방향제 등 다양한 공예품을 쉽게 만나볼 수 있다. 천연 가습 및 공기정화가 가능한 자연소재 ‘보존 이끼’로 만든 명함집과 미술작품도 눈에 띄었다.

이처럼 다양한 ‘업사이클링 공예’ 체험이 가능한 공방에 환경보호에 관심을 갖는 시민들의 발길이 이어지고 있다.

공방 대표 노영정씨는 “코로나19 이후 환경 문제의 심각성이 떠오르면서 수업 문의가 확 늘었다. 폐자원을 재활용해도 결국 ‘예쁜 쓰레기’가 되는 것 아니냐는 우려가 종종 나오는데, 실제 바다 유리로 만든 작품을 보여주면 ‘보석 같다. 바닷가에 가면 유리를 주워 와야겠다’는 반응을 보이곤 한다”며 “환경에 대한 관심과 활동이 지속 가능한 미래에 대한 긍정적 변화를 끌어낼 거라고 믿는다. 환경에 관심이 있는 사람이라면 누구나 친환경 활동을 할 수 있는 공간이 많이 알려졌으면 한다”고 말했다.

한편 광주 동구는 지난 3월 지역민의 자원순환 실천을 위해 ‘친환경자원순환센터’를 정식 개관해 운영 중이다. 주민이 모아온 재활용품을 수집하고, 대상별 주제별 환경교육을 진행하는 등 다양한 프로그램을 운영하고 있다.

글·사진·나다운 기자 dawoon.na@jnilbo.com



광주신세계가 지난 8일부터 본관 1층 광장에서 한국 대표 웹툰 작가인 윤태호 작가의 작품으로 만든 ‘신세계 아트월 프로젝트12: 윤태호’를 진행 중이다. 광주신세계 제공

광주신세계, ‘미생’ 윤태호 작가 아트월

광주신세계가 ‘미생’으로 유명한 윤태호 작가의 작품으로 만든 아트월 프로젝트를 선보인다.

12일 광주신세계에 따르면 본관 1층 광장에 한국인 최초 노벨문학상을 수상한 광주 출신 한강 작가의 작품을 전시 중인 광주신세계는 고객들이 여러 콘텐츠를 경험할 수 있도록 아트월 프로젝트를 지속할 계획이다.

광주신세계는 지난 8일부터 본관 1층 광장에서 한국을 대표하는 웹툰 작가인 윤태호 작가의 작품으로 만든 ‘신세계 아트월 프로젝트12: 윤태호’를 진행 중이다. 이번 프로젝트는 ‘미생 시즌2’ 완결을 기념해 마련됐다.

‘신세계 아트월 프로젝트12: 윤태호’는 미생의 명대사들이 적힌 말풍선을 선택해 자신만의 명대사 인증샷을 찍을 수 있는 ‘명대사 아트월’과 영입3팀과 함께 회의

에 참여할 수 있는 ‘사무실 아트월’, 작가의 대표작들을 정리한 ‘대표작 아트월’ 그리고 미생 캐릭터들과 사진을 찍을 수 있는 포토 부스로 이뤄졌다.

윤태호 작가는 광주에서 태어나 살레시오 고등학교를 졸업, 허영만 작가의 작업실 문하생으로 창작을 시작해 ‘야후’, ‘이끼’, ‘내부자들’, ‘인전상륙작전’, ‘파인’, ‘오리진’, ‘어린’ 등의 유명 작품을 발표했다.

광주신세계는 ‘신세계 아트월 프로젝트 12: 윤태호’를 기념해 SNS 인증샷 이벤트를 진행한다. 다음달 1일까지 아트월에서 사진을 찍은 뒤 #광주신세계 #미생아트월 해시태그를 달고 인스타그램에 게시글을 업로드 한 뒤 광주신세계계정(@gwangju_shinsegae)의 신세계아트월 프로젝트 게시글에 댓글을 올리면 추첨을 통해 윤태호 작가의 사인이 담긴 ‘미생 시즌 1 전집’을 증정한다. 나다운 기자

“AI 달고 훨훨”... 삼성전자, 김치냉장고 판매 ‘경풍’

누적 판매량 전년비 두자릿수 ↑ ‘식재료보관’ 등 비수기에도 인기

삼성전자가 올해 10월까지 누적 김치냉장고 판매량이 지난해 같은 기간보다 두 자릿수 성장했다고 12일 밝혔다.

최근 배추 시세가 급등해 김장 수요가 줄었음에도 삼성전자 김치냉장고 판매는 늘었으며, 김장철이 아닌 2·3분기에도 큰 폭의 성장세를 기록했다는 설명이다. 이런 판매 양상은 김치냉장고가 김장 김치 외에도 육류, 과일, 야채 등 다양한 식재료를 맞춤 보관하는 목적으로 사용된 것으로 분석된다.

삼성전자 김치냉장고는 24개의 보관

모드를 지원하는 ‘식재료 맞춤 보관’ 기능이 특징이다. 이 기능은 식재료를 최적의 상태로 신선하게 보관해 매일 요리 하지 않는 맛벌이 부부들도 유용하게 활용할 수 있다.

또 아삭한 김치 맛을 구현하는 ‘메탈콜링’, 온도 편차를 최소화하는 ‘초미세정온’ 등 김치 맛을 최적화하는 기능들을 제공해 소비자들로부터 큰 호응을 얻고 있다. 또 지난 9월에 출시된 ‘비스포크 AI 김치플러스’와 같이 AI 기능을 탑재한 모델도 본격 김장철을 앞두고 인기를 끌고 있다.

‘비스포크 AI 김치플러스’는 ‘AI 정온 모드’, ‘냄새 케어 김치통’ 등 소비자의 요구

를 반영한 다양한 혁신 기술이 새롭게 적용된 제품이다.

‘AI 정온 모드’는 AI가 냉장고 사용 패턴을 분석해 냉장고를 자주 사용할 땐 집중 냉각, 적게 사용할 땐 효율 모드로 작동해 냉장고 내부 온도 상승을 최소화한다. ‘냄새 케어 김치통’은 김치 숙성 과정에서 발생하는 이산화탄소를 효율적으로 관리해, 냄새 걱정 없이 쾌적한 냉장고 관리가 가능하다.

삼성전자 관계자는 “앞으로도 김치뿐만 아니라 식재료를 최적의 상태로 보관하려는 고객을 위해 혁신적인 제품을 지속적으로 선보일 계획”이라고 밝혔다.

박소영 기자

“최고 엔지니어”...현대차, 그랜드마스터 5명 선발

최고 등급 ‘그랜드마스터’ 부여 승용부분 이어 상용부분 평가도

현대자동차가 글로벌 최고 수준의 서비스 엔지니어 양성을 위한 ‘2024 그랜드마스터 인증 평가’를 실시한 결과, 승용 부분서 최고 등급인 ‘그랜드마스터’에 5명이 선발됐다고 12일 밝혔다.

그랜드마스터 인증 평가는 현대차가 서비스 엔지니어들의 기술력을 향상하고, 자부심을 높이기 위한 목적으로 지난 2012년부터 진행해 온 우수 엔지니어 평가 프로그램이다.

평가 대상은 전국 직영 하이테크 센터 및 블루핸즈 서비스 엔지니어로, 부문별 평가에서 일정 점수 이상을 획득한 최우수 엔지니어는 현대차의 서비스 기술 인

증 프로그램 HMCP(현대마스터 인증 프로그램) 4단계 중 최고 등급인 ‘그랜드마스터’가 주어진다.

HMCP는 2012년 도입된 현대차의 독자적 기술 인증 제도로 기술 역량 수준에 따라 △레벨1·2(테크니션) △레벨3(마스터) △레벨4(그랜드마스터) 등 총 4개의 등급으로 엔지니어를 구분하고 있다.

이번 2024 그랜드마스터 인증 평가에는 전국 직영 하이테크 센터 엔지니어 79명 및 블루핸즈 승용 엔지니어 486명이 참가했으며, 1차 필기시험을 합격한 28명(직영 하이테크 센터 20명, 블루핸즈 승용 8명)을 대상으로 현대차 천안 글로벌 러닝센터에서 지난달 29일과 31일에 2차 실기 평가가 각각 진행됐다.

승용 부문 실기 시험에서 △EV(전기

차) △ICE(내연기관)·HEV(하이브리드) △바디전장(통신, 편의장치, AVN [1]) △새시·ADAS(첨단 운전자 보조 시스템) 진단 등 총 4개 항목에서 전문성을 종합적으로 평가한 결과, 최종 5명이 그랜드마스터로 선발됐다.

그랜드마스터로 뽑힌 엔지니어에게는 최고 기술 전문가 자격을 증명하는 인증서와 메달, 인증현판, 명패, 유니폼 패치 등이 제공되며, 이 가운데 인증메달과 현판은 블루핸즈 고객 라운지 등에 부착돼 서비스 품질에 대한 고객 신뢰도를 높일 수 있을 것으로 기대된다.

현대차는 승용 부문에 이어 오는 19일부터 21일까지 천안 글로벌 러닝센터에서 상용 부문 그랜드마스터 인증 평가도 시행한다. 상용 부문에서는 엔진 △전기 △새시 △서스펜션 평가 등 각 영역에서 전문성을 갖춘 서비스 전문가를 선발할 예정이다. 박소영 기자