

대만, 영아 및 성장기 영아 조제식품의 광고 처리 원칙 제정 및 발효



온·오프라인 채널의 ‘광고’ 취급 범위 규정, 현지 판매 시 관련 요건 준수해야

대만 위생복지부(衛生福利部)는 영아 및 성장기 영아 조제식품 관련 광고의 요건을 판정하기 위해 《영아 및 성장기 영아 조제식품 광고 취급 원칙(嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告處理原則)》을 제정하여 발표함. 해당 규칙은 온라인 및 오프라인 채널에서 영아 및 성장기 영아 조제식품의 ‘광고’ 취급 범위를 규정한 것으로, 자세한 내용은 하기와 같으며 발표일로부터 즉시 발효됨

따라서 대만으로 영아 및 성장기 영아 조제식품을 수출하는 한국 식품 기업은 온라인 및 오프라인 채널을 통해 제공하는 제품 정보 중 ‘광고’로 취급되는 행위가 무엇인지 파악하고, 현지 판매 시 관련 광고 원칙을 준수할 수 있도록 주의해야 함

※《영아 및 성장기 영아 조제식품 광고 취급 원칙》

- 1) 영아 및 성장기 영아 조제식품이 온라인 채널을 통해 정보를 제공하면서 다음 4가지 사항에 해당하는 경우, 해당 규칙에서 말하는 광고에 포함되지 않음
 - 영아 및 성장기 영아 조제식품의 품명, 규격, 제품 외관 도안, 적용 연령, 가격, 업체명, 주소 또는 연락처가 게시된 경우
 - 위생복지부가 검사, 등록, 허가한 영아 및 성장기 영아 조제식품의 포장 라벨 및 식별 마크가 완전하게 게시된 경우
 - 영아 및 성장기 영아 조제식품 카테고리를 별도로 마련하고 카테고리의 첫 페이지에 모유 수유 영아의 장점을 밝힌 경우
 - 앞선 카테고리에서 위의 3가지 사항을 게시하고 기타 식품의 정보를 게시하지 않으며 별도의 링크나 댓글, 공유 기능을 제공하지 않은 경우
- 2) 영아 및 성장기 영아 조제식품이 오프라인 채널을 통해 판매되고 제품 정보를 제공하면서, 전파 매체 및 기타 방법을 활용하여 대부분의 사람들이 홍보의 내용을 알게 되는 경우 광고에 포함됨(단, 상품 진열장에 가격만 표시하는 경우는 광고에 포함되지 않음)

출처

위생복지부(衛生福利部), 嬰兒與較大嬰兒配方食品廣告處理原則, 2023. 2. 14.