






국민의 식습관 개선을 위한 식음료 광고 규제

두바이지사

식음료 광고 규제

- 앞으로 터키의 대중매체에서 고칼로리 함유 등 섭취에 주의해야 할 식품·음료 광고를 볼 수 없게 된다. 터키 보건부가 과도한 섭취에 주의해야 할 식음료를 적색 및 주황색으로, 권장 식음료를 녹색으로 분류하고 적색으로 분류되는 식음료 광고를 사용하지 못하도록 했기 때문이다. 단, 주황색으로 분류된 식음료는 지정된 기준을 준수했을 때 광고가 허용되는데, 이는 2년 후부터 시행된다.

| 어린이 프로그램 방영과 식음료 광고 규제 |

색 분류	식품	광고 규제
 <p>녹색</p>	달걀, 과일 및 채소, 첨가물이 없는 우유 및 요구르트 등의 신선식품	없음
 <p>적색</p>	초콜릿, 설탕, 웨하스, 에너지바, 단맛이 나는 소스·디저트·비스킷, 케이크, 과일 파이, 초콜릿 비스킷, 케이크 믹스, 감자칩, 스낵, 주스, 에너지 음료 및 감미료나 설탕이 첨가된 음료	어린이 프로그램 앞뒤 및 중간 모두 방영 금지
 <p>주황색</p>	양념·소금기가 있는 크래커, 우유가 함유된 음료, 시리얼, 요구르트, 신 우유와 크림, 치즈, 피자, 즉석식품, 버터, 기름, 빵 종류, 신선 또는 말린 파스타, 곡류, 가공육, 가공류 및 생선, 가공 채소 및 가공 과일, 소스류 등	지정된 기준을 준수해야만 광고 허용

국민 식습관 개선에 적극 나선 터키 정부

- 터키 정부가 이 같은 규제에 나선 이유는 터키국민들의 식습관과 무관하지 않다. 소금이나 설탕과 같은 첨가물이 함유된 식음료를 즐겨찾는 터키인들은 당뇨병, 고혈압 등의 질병에 많이 노출될 수밖에 없다. 따라서 아동부터 건강한 식습관을 가질 수 있도록 하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있으며, 신선식품의 소비를 더욱 권장하고 있다. 터키 진출을 원하는 기업들은 국가적 권장 사항을 충분히 반영한 제품 개발 및 마케팅 전략이 필요할 것이다.