



## EU, 새로운 식품라벨 규정 마련 표기의무 성분 의무화, 발효 3년후 실제 시행

EU 집행위가 식품 라벨에 대한 새로운 규정을 채택했다.

이 규정은 기존 식품 관련 법규인 '식품 라벨링 지침(2000/13/EC)' 과 '식품의 영양에 대한 라벨링 지침(90/496/EEC)' 을 하나로 통합하고 간소화하는 동시에 기존 규정 내용도 수정·강화한 것이다.

신 규정은 EU 역내산은 물론이고 수입제품에도 적용되므로 우리나라 식품 수출업체도 각별한 주의가 요망된다.

이번 지침에서 강화된 내용을 살펴보면 첫째, 포장 앞면에 영양에 대한 정보 표기가 의무화 됐다.

미리 포장된 거의 모든 가공식품의 포장 앞면에 영양에 대한 정보(nutritional information) 표기가 의무화되었는데 의무적으로 표기돼야 할 내용은 식품의 에너지(열량, 칼로리), 지방(fat), 포화 지방(saturated fat), 탄수화물(carbohydrates), 당분(당분 종류), 염 등 6개 성분으로, 이들 6개 성분의 함유량을 1백ml/1백g 또는 1인분당(portion) 얼마로 표시해야 한다.

포장 뒷면에는 이들 6개 성분들에 대해 19~50세 사이 정상 체중의 남자와 여자가 평균 섭취해야 할 양(GDAs : guideline daily amounts)을 표시해야 하는 의무사항이 추가되었고 현재 어린이에 대한 GDAs는 없다.

식품업자는 임의로 포장 앞면에 상품의 영양에 대한 추가 정보를 표시할 수 있으나 그러한 추가 정보가 의무적 정보를 가리거나 알아보기 어렵게



만들어서는 안된다. 또한 영양이나 건강에 좋다는 추가정보를 라벨링에 표시하기 전에 그러한 주장을 입증하는 과학적 증거가 있어야 한다.

비타민과 광물을 의도적으로 첨가한 식품은 라벨에 그러한 성분을 첨가했다는 사실을 표시해야 하지만 비가공 식품이나 영양면에서 별 의미가 없는 식품에는 영양에 대한 라벨링 의무가 면제될 수 있다. 예를 들면 생 스테이크, 사과 등과 같이 단일 원료로 된 비가공식품, 단일 원료로 된 혼제식품, 차와 커피, herbs, spices, 소금, 식초, 조미료와 식품색소 등 여타 식품 첨가제(food improvement agents or processing aids) 등은 제외된다.

둘째, 의무적으로 표기해야하는 정보는 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 최소 글자크기 3mm로 돼야 한다.

중요한 정보가 너무 작은 글씨로 돼 있거나 감추어져 있어 소비자들이 쉽게 라벨링에 표시된 정보를 파악하기 어려운 상황에 처해 있는 것을 피하기 위해 의무적 정보의 글자 크기는 3mm, 또한 인쇄글자와 바탕 색깔이 대조 색깔로 돼 소비자들이 글자를 명백히 읽을 수 있도록 해야 한다.

자의적 정보(예를 들어 슬로건이나 주장)가 의무적으로 표시돼야 하는 정보를 가리는 결과를 초래해서는 안 된다.

셋째, 알레르기 성분에 대한 정보 의무를 미리 포장되지 않은 식품에까지 확대된다.

알레르기 성분과 관련, 현행 규정에서는 알레르기 성분이 함유된 미리 포장된 모든 식품 라벨링에는 이를 알리는 정보를 표시하도록 돼 있다. 그러나 알레르기 반응의 70%는 밖에서 먹었을 때

일어나기 때문에 알레르기에 민감한 사람들에게는 포장 식품 여부를 떠나 알레르기에 대처하기 위한 정보가 필요하다.

이에 따라 EU 집행위는 식당과 여타 케이터링 영업소에서 판매하는 식품을 포함해 포장되지 않은 식품에도 알레르기 성분에 대한 정보 제공 의무를 확대했다.

즉, 식품에 함유된 알레르기성분에 대한 정보를 소비자들이 인지하기 쉬운 장소에 표시하거나 소비자들이 요청할 때 정보를 제공할 수 있어야 한다.

라벨에 표시해야하는 알레르기 성분에는 △ 우유(소, 양, 염소, 물소 젖 포함) △ 달걀(닭, 오리, 칠면조, 메추라기, 거위 알 포함) △ 땅콩 △ 견과(Brazil nuts, hazelnuts, almonds, cashews, pecan nuts, pistachio nuts, macadamia nuts, Queensland nuts) △ 생선(모든 종류의 생선과 제품) △ 갑각류(lobster, crab, prawns, langoustine 포함) △ 콩(Soybeans) △ 글루텐(소맥, 호밀, 보리, 귀리, 밀, kamut grain과 이들에서 추출된 글루텐 포함) △ 셀러리 △ 겨자 △ 깨(sesame seeds) △ 이산화황산과 아황산염(농도 10mg-1 또는 10mg1-1) 등이다.

넷째, 알코올음료의 성분 라벨링을 표시해야 한다.

알코올음료가 섞인(흔히 alcopops로 부름) 음료(소비자가 마실 수 있도록 돼 있는 음료)의 포장 라벨에 성분리스트가 표시돼야 한다. 단, 와인, spirits, 맥주에 대해서는 이러한 성분리스트(ingredients list)와 영양요소 라벨링(nutrition labelling) 의무 조항이 적용되지 않는다. 이 문제는 향후 추가 논의될 예정이다.



다섯째, 원산지 표시이다.

현행 지침과 같이 신규 지침 안에서는 원산지 국가(country of origin)나 출처(place of provenance)의 표시는 의무 조항이 아니라 제조자의 자율적 의사에 따라 표시여부가 결정된다.

단, 원산지 국가나 출처를 밝히지 않으면 소비자들이 상품의 진정한 원산지를 잘못 인식할 수 있을 경우에는 원산지를 표시해야 한다. 그러나 제조자가 원산지 표시를 원할 때는 국제 규정(WTO와 Codex)에 입각해야 하며 성분 원산지와 완제품 가공지가 다를 경우에는 이를 표시해야 한다.

예를 들어 'butter churned in Belgium from Danish milk' (덴마크 우유로 벨기에에서 가공된 버터) 또한 EU 내에서 제조된 식품에 제조자는 "Made in EU 또는 Made in EU 회원국명"을 사용할 수 있다.

이 신규정은 기존 관련 규정을 대체하는 것으로 '식품 라벨링 지침(2000/13/EC)'은 이 규정 발효와 동시에 바로 대체되며, '식품의 영양에 대한 라벨링 지침(90/496/EEC)'은 이 규정 발효후 5년내 폐지된다.

이 규정 자체는 관보 공고후 20일 후에 발효되며 실제 적용은 규정 발효후 3년내에 이행될 것이지만 고용원 10명 미만으로 연매출액이 2백만유로를 초과하지 않는 중소기업의 경우는 이 적용시기가 3년에서 규정 발효후 5년으로 연장된다.

이번 규정에 대해 각 단체는 다양한 반응을 보이고 있는데 EU 소비자 단체(BEUC)는 전반적으로 EU 집행위의 신규 지침 안에 긍정적인 입장을 표명하면서 의무 라벨링에 지방(fat), 포화지

방(saturated fat), 당분(sugar), 염(salt), 열량(energy), 탄수화물(carbohydrates) 외에도 프로테인과 섬유질을 추가하고 포장 윗면에 트랜스 지방 섭취돼 체내에서 지방으로 변화되는 것)량을 표시해야 한다고 주장하고 있다.

또한 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 복수 색깔 코드(multiple colour coding scheme)의 도입을 제안하고 있다.

그리고 벨기에 소비자 단체(Test-Achats)는 최근 영양과 건강에 좋다는 식품 선전이 남용되는 상황에서 식품 라벨링 관련 지침이 존재한다는 자체만도 환영할 만 것이지만 "결점이 많고 명확성이 결여"됐다고 평가하며 과도기간이 지나치게 길다고 지적하고 있다.

유럽 식품과 음료 제조협회(CIAA : Confederation of Food and Drink Industries)는 이 규정은 영양표시분야와 관련해서는 회원국별 소비자 기호 차이를 반영해 회원국의 자율시스템도 함께 병존할 수 있도록 하고 있는데 예를 들어 포장 앞면에 반드시 표기해야 하는 6개 성분 이외에도 각 회원국은 표기 의무가 부과되는 성분을 추가할 수 있도록 했다면서 국별로 표기해야 하는 성분과 방법이 다를 수 있는 여지를 두고 있기 때문에 단일시장 기능을 약화시킬 수 있다고 우려하고 있다.

또한 포장 뒷면에 있던 6개의 표기의무 성분에 대한 정보를 앞면으로 옮긴 것으로, 소비자들의 단순 정보에 대한 필요를 무시하는 동시에 소형 패키지과 라벨 사용에 대한 융통성을 저해하는 것이라고 비난했다.

유럽소매협회(EuroCommerce)는 유럽 소매협



회는 포장 앞면에 최소 3mm 크기의 글자로 의무 기재사항을 인쇄하도록 하고 있는 것은 소비자들에게 어떠한 이익도 주지 않으면서 식품업계에 비용만 초래하며, 포장 크기를 확대해야 하는 경우도 발생하기 때문에 환경에도 부정적인 결과를 초래하고 있다고 지적했다.

European Alcohol Policy Alliance(EuroCare)는 알코올 음료가 섞인 음료(alcopops)도 성분표시의 무대상품목에 포함한 것을 환영하는 한편, 포도주(wine), 주정(spirits), 맥주(beer)를 제외한 것은 유감스럽다고 평가했다.

앞으로 이 규정이 향후 정식 법규화되기 위해서는 EU 이사회와 의회에서 채택되어야 하는데, 일반적으로 EU의회 선거가 있기 전(2009년 6월)에 채택될 것으로 예상된다.

새로운 라벨 규정은 EU내에서 판매되는 모든 식품 및 음료에 대해 적용되므로 수입품에 대해서도 동일하게 적용된다. 따라서 EU시장에 수출하는 우리 업체에도 동일한 의무와 비용이 수반될 것이다.

또한 신 라벨규정이 일부는 기존 규정을 간소화한 것도 있으나 기존 규정의 일부 내용을 수정하거나 기존 규정에는 없는 새로운 내용을 포함하기도 하므로, 변경내용에 대한 우리 기업의 면밀한 검토가 요망된다.

**북미 신문용지 소비의 끝없는 하락세**  
신문 구독 하락에 따른 부수 및 광고 감소

북미 신문용지 소비의 하락세가 갈수록 심해지고 있다.

미국 신문용지 소비는 1989년 1천2백34만톤을 기점으로 계속 하락하는 모습을 보여왔는데 최근 들어 하락세가 더욱 가속화되었다. 2000년 1천2백4만톤을 기록했던 북미 신문용지 소비는 6년이 지난 후 무려 27%나 하락하며 8백79만톤에 머물렀다.

관계자들은 북미 신문용지 소비가 하락한 주요 원인으로 신문 구독 하락에 따른 부수 및 광고의 감소와 신문의 경량화 등을 꼽고 있지만 신문용지 소비를 다시 상승시킬 방법에 대해서는 뚜렷한 답을 내놓지 못하고 있는 상황이다.

이미 신문용지 생산업체들은 대다수의 북미 신문용지를 평량 46.3g으로 생산되고 있으며 이로 인해 과거 평량 48.8g을 생산할 때보다 소비가 5.4% 하락하게 됐다.

미국의 일간신문 발행부수도 큰 폭으로 하락하고 있는데 1985년부터 2000년까지 15년동안 11.1% 하락했으며 2000년부터 2006년에도 6.2% 하락하였다.

인터넷을 비롯한 통신기술의 발달과 신문부수 및 광고의 감소로 인해 신문용지 소비량은 감소하는 상황에서 미국 경제가 침체 조짐을 보임에 따라 북미 신문용지 소비량이 상승할 요인은 찾아보기 힘들게 됐다.

**우크라이나 폴리스틸렌 수지 수입관세 인상**  
한국산 수출업체 시장교란에 대비

우크라이나 경제부는 2008년 1월 HS 390311(발포성 폴리스틸렌 수지)과 HS 390319(기타 폴리스틸렌



수지)의 수입관세를 0%에서 6.5%로 인상 조치했는데, 이는 우크라이나에 하나뿐인 폴리스틸렌 수지 제조업체인 콜로브카 지역에 위치한 STYROL사의 로비에 의한 조치로 알려졌다.

폴리스틸렌 수지는 우크라이나에서 건축자재 및 포장재로 널리 쓰이고 있는데, 특히 최근의 건축 경기 활황에 힘입어 수요가 폭증하고 있는 품목이다.

한 예로 이 제품이 많이 사용되는 샌드위치 패널의 경우 매년 30% 정도 소비가 증가하고 있는데 올해도 수요량은 3백만m<sup>2</sup>가 될 것으로 전망된다.

한국산 폴리스틸렌 수지의 우크라이나 수출은 급격히 증가하고 있다.

HS 390311(발포성 폴리스틸렌)은 2006년 1백4만달러 수출에서 2007년에는 3백46만달러를 수출해 증가율이 2백30%를 상회한다.

우크라이나 통계에 의하면 한국산의 수출은 2006년부터 급격히 증가하고 있는데, 발포성은 2006년에 14만달러(2005년 실적은 없음)를 수출했고 기타 수지는 2006년에 1백27만달러(2005년 13만)를 수출한 것으로 나타났다.

수입상은 아직까지 이미 수입한 물량이 남아 있어 이를 소비처에 공급하고 있지만 조만간 재수입을 결정, 시에는 인상된 수입 관세가 부담스러워 수출 업체와의 협상을 다시 해야 할 상황이며 아울러 일부 수입상이나 관련 업체가 도산하는 등 시장 전체가 당분간 혼란스러울 것으로 예측된다.

현재 우크라이나에 수출하고 있는 한국 업체로는 금호, 한국화약, 효성, 새한 등이 있는데, 우크라이나의 혼동한 상황을 파악해 시장 관리에 유의할 필요가 있다.

수입상 IZOTECH의 로덴코 씨에 의하면, 수지가

격이 완제품 가격의 70%를 차지 하고 있어 관세 인상에 따른 소매가 인상 폭이 5~6% 정도 된다고 한다. 또한 수입산 1톤당 가격은 2천2백50달러로 자국산 2천60달러보다 약 10%가 높아질 것으로 분석했다.

수입산 원자재의 가격이 높아짐에도 자국내 제품 수요가 지속 폭증하고 있고 일부 제품(Freon-proof material, Cyclopentane-proof material 등)은 자국 생산이 없음에 따라 지속 수입이 불가피하다. 그러나 지난해 저렴한 외국산 수지를 활용한 건축자재 제조 업체가 이미 난립해 있어(예 : 샌드위치 패널 제조업체 25개사) 이들 중 원자재 비축이 충분하지 않거나 생산 설비가 비효율적인 업체의 경우는 조만간 도산 할 것으로 분석돼 시장이 한동안 혼돈스러울 것으로 전망된다. [kori](http://www.kori.com)

**독 자 켈 럽 모 집**

월간 포장계는 독자여러분들의 의견을 수용하기 위해 다양한 의견의 독자컬럼을 모집합니다.  
어떠한 의견이라도 좋습니다.  
포장인의 독설을 펼칠 지면을 할애하니 많은 참여 기다립니다.  
필자는 밝히지 않겠습니다.

**월간 포장계 편집실**  
**TEL : (02)2026-8655~9**  
**E-mail : kopac@chollian.net**