

■ 쟁점

정정광고 의무화 광고주 주의 요망

금년 1월 1일부터 허위·과장광고로 공정거래위원회에 적발되면 원래의 광고 크기와 게재일 등 동일한 조건으로 정정광고를 내야 하는 <정정광고제도>가 시행되어 광고주의 주의가 요망된다.

정정광고란 부당한 광고로 인해 소비자에게 잘못된 인식이 심어졌다면 그 인식이 바로 잡힐 때까지 정정광고를 의무적으로 해야하는 것이다. 이는 부당한 표시·광고로 결정되었다는 사실과 광고매체, 광고크기, 광고시간 등 광고가 행해진 조건과 유사한 조건에서 이루어져야 한다.

이번에 정정광고 대상에 포함되는 대상은 △인체에 영향을 미친다는 내용의 표시·광고 △안전 또는 환경과 관련된 표시·광고 △기타 소비자의 구매선택 및 거래질서에 중대한 영향을 미치는 표시·광고로 한정된다. 정정광고명령의 이행상황을 확인하기 위하여 사업자에게 매월 정정광고를 한 신문, 잡지, 비디오, 녹음테이프, 디스켓, 광고비 지출현황 등을 제출할 것을 명할 수 있다. 다음은 이번 정정광고제도의 주요 내용을 요약 정리한 것이다

- 편집자 주 -

표1.정정광고의 횟수

점 수	정정광고의 횟수
91점 이상	원 광고횟수의 30% 이상
81점 이상~90점 이하	원 광고횟수의 20% 이상
71점 이상~80점 이하	원 광고횟수의 10% 이상

정정광고의 기간 및 횟수

정정광고는 기간과 횟수를 정하여 명하는 것을 원칙으로 하되, 소비자 오인성 치유를 위해서 필요한 경우 정정광고의 비용 및 기타 방법을 정할 수 있다. 정정광고의 이행기간은 공정거래위원회로부터 정정광고명령을 받은 날부터 6개월 이내를 원칙으로 한다. 다만, 그 기간내에 정정광고명령을 이행하는 것이 불가능하다고 판단되는 경우에는 그 기간을 연장하거나 상품·용역의 특성에 따라 기간을 특정하여 명할 수 있다.

정정광고의 횟수는 표1에 의거하여 산출된 점수를 기준으로 하며, 사업자 스스로 공정거래위원회의 조사가 착수되기 전에 원래의 광고를 중단 또는 수정하였거나 정정광고명령을 이행할 능력이 부족한 경우 감경할 수 있다. 또한 사업자가 스스로 정정광고, 사과광고를 하는 등 소비자 오인성의 치유에 노력한 경우나 원래의 광고를 중단한 후 1년이상 경과한 경우 그리고 광고의 대상인 상품·용역 등을 더 이상 생산·판매하지 않는 경우에 한해 소비자 오인의 효과가 치유되었다고 판단되는 경우에는 정정광고를 명하지 아니할 수 있다.

### 정정광고의 내용

사업자명 및 정정광고의 대상이 되는 상품·용역을 명시하되, 일반 소비자에게 널리 알려진 사업자의 사업장명이 따로 있는 경우에는 이를 병기토록 하며, 정정광고의 문안은 원 광고의 내용이 공정거래위원회에 의하여 부당한 광고로 결정되었다는 내용과 원 광고의 부당성을 수정하는 내용이 포함되도록 하고 있다.

### 정정광고의 방법

#### 1) 신문 등 인쇄매체

정정메시지가 포함된 광고의 크기는 원광고의 크기와 동일하게 함을 원칙으로 하되, 원 광고의 크기가 다양할 경우에는 가장 많이 행해진 광고의 크기와 동일한 크기로 할 수 있다.

신문에 정정광고를 게재하는 경우에는 토요일, 일요일, 공휴일을 제외한 평일에 게재하도록 하며, 게재면은 2면, 3면, 사회면, 경제면 중에서 택일하도록 하되, 특별한 사정이 있다고 인정되는 경우에는 조정할 수 있다.

또한 정정메시지는 광고본문의 앞부분에 위치하도록 하여야 하며, 정정메시지를 포함하는 문장이 차지하는 크기는 전체 광고면적의 20분의 1이상이 되도록 하여야 하며 정정의 취지가 명확히 전달될 수 있도록 하여야 한다. 정정메시지의 활자크기는 전체광고의 평균 활자크기 이상으로 하며, 글씨체, 글씨의 굵기, 글씨의 색상 등을 달리하여 내용이 선명하게 부각되도록 하여야 한다.

표2.정정광고횟수 등 결정을 위한 부당한 표시·광고 평가기준

고려사항	등급 (점수) 가중치	상(10)	중(7)	하(4)
부당한 표현의 내용 및 정도	3	·상품 등의 주요성분· 성능·효과·거래 조건, 인체 또는 안 전과 관련된 사항 ·기타 미와 유사한 사항에 관한 내용으 로써 ·명백한 허위표시· 광고에 해당하는 경 우 ·부당비교, 비방 표시· 광고에 해당하는 경 우 ·『중요한표시·광고 사항고시』의 중요정 보에 대해 부당한 표 시·광고를 한 경우 ·어린이, 노약자를 대 상으로 한 표시·광고	·상품 등의 주요성분· 성능·효과·거래 조건, 인체 또는 안 전과 관련된 사항 ·기타 미와 유사한 사항에 관한 내용으 로써 ·과도한 과장표시· 광고에 해당하는 경 우 ·기만적인 표시·광 고에 해당하는 경우	단순한 과장표시·광 고에 해당하는 경우 등

당해 부당한 표시·광고의 비용 및 횟수	3	·광고비 1억원 이상 ·광고횟수 20회 이상 ·부당하게 표시된 상품의 매출액이 50억원이상인 경우	·광고비 5천만원 이상~1억원 미만 ·광고횟수 10회 이상~20회 미만 ·부당하게 표시된 상품의 매출액이 20억원이상 50억원미만인 경우	·광고비 5천만원 미만 ·광고횟수 1회 이상~10회 미만 ·부당하게 표시된 상품의 매출액이 20억원미만인 경우
부당한 표시·광고를 행한 기간	2	1년 이상	6개월이상~1년미만	6개월 미만
부당한 표시·광고의 지역적 확산 정도	3	·전국적 광고로 TV, 라디오, 신문 등을 이용한 경우 ·상품, 용기 등에 표시한 경우로서 판매 지역이 전국적(3개 시도이상)인 경우	·전국적으로 배포된 전단, 팸플릿 등을 이용한 경우 ·인터넷·PC통신 등을 이용한 경우 ·지역적 광고로 TV, 신문을 이용한 경우 ·상품, 용기 등에 표시한 경우로서 판매 지역이 2개 시도에 걸치는 경우	·특정 시·군·구에 한정배포된 전단, 팸플릿 등을 이용한 경우 ·상품, 용기 등에 표시한 경우로서 판매 지역이 1개 시·도에 한정된 경우

① 위반기준이 2개 이상의 등급에 해당될 경우에는 상위등급을 적용한다.

② 고려사항별로 해당가중치에 해당 등급의 점수를 곱하여 고려사항별 점수를 산출한 후, 각 점수를 합하여 법 위반점수를 산출한다.

## 2) TV·라디오 매체

TV매체의 경우에 정정광고는 원 광고의 부당한 내용이 표현된 방식과 동일한 방식으로 하는 것을 원칙으로 하되, 15초 이내의 광고의 경우에는 자막으로 처리하게 할 수 있다.

정정광고는 원래의 광고가 행해진 시간과 동일한 시간에 하는 것을 원칙으로 하되, 원 광고가 다양한 시간에 행해진 경우에는 가장 많이 행해진 시간에 하도록 할 수 있다. 다만, 그 시간에 정정광고를 하는 것이 불가능하다고 인정되는 경우에는 조정할 수 있다. 자막으로 하는 정정광고는 5초 이상 방영되도록 하여야 하며, 소비자가 쉽게 읽을 수 있는 활자크기로 하여야 한다.

음성 또는 음향으로 정정광고를 하는 경우에 그 부분에는 다른 소리가 들어가지 않도록 하여야 하며, 당해 광고에서 주로 나오는 목소리와 동일한 어투, 말씨를 사용하도록 하여야 한다. 다만 드라마 형식의 경우에는 다른 목소리를 사용하게 할 수 있다. 라디오매체의 경우 정정광고의 방법은 TV의 음성 또는 음향으로 하는 정정광고의 방법에 준한다.

## 3) 인터넷·PC통신 등 정보통신매체

신문 등 인쇄매체의 정정광고방법에 준하여 실시하되, 정보통신매체의 특수성을 고려하여 조정할 수 있다.