공정위, 정정광고완화 내년부터시행

규제중심벗고 소비자정보제공에방향맞춰

소비자오인치유와 피해방지라는
제도도입의 취지는살리고,
사업자 규제위주에서 소비자정보
제공차원에 역점을 두는것으로
기본방향을잡아 사업자들이보다쉽게
정정광고를할 수 있도록
하기 위해 이번 정정광고 운영지침을
완화하게 되었다고 밝혔다.

공정거래위원회(이하 공정위)가 빠르면 내년 1월 1일부터 허위, 과장광고의 내용을 바로잡는 정정광고를 완화할 방침이라고 밝혔다.

공정위는 과거 부당광고의 중지 및 법위반 사실 공표라는 시정조치만으로는 부당광고로 인한 소비자의 잘못된 인식을 교정하는데 한계가 있다며 1990년 공정거래법 개정시 정정광고 제도를 도입하고, 2000년 12월 정정광고에 관한 운영지침을 제정해 2001년 1월 1일부터 시행에 들어갔다. 그러나 운영지침의 내용이 지나치게 엄격해 사업자들이 기피하는 경향이 있고, 현재까지 진행건수가 1건밖에 안되는 등 시행에 있어 비효율적인 면이 드러나 이번 완화 방침을 마련하게 된 것이다.

공정위 관계자에 따르면 "정정광고는 해당광고에서 잘못된 부분을 직접 수정해 소비자의 오인을 치유하는 가장 확실한 방법임에도 불구하고 사업자에게 큰 부담으로 작용돼 제대로 시행되지 않았다"며 "소비자 오인 치유와 피해방지라는 제도 도입의 취지는 살리고, 사업자 규제 위주에서 소비자 정보 제공 차원에 역점을 두는 것으로 기본방향을 잡아 사업자들이 보다 쉽게 정정광고를 할 수 있도록 하기 위해 이번 정정광고 운영지침을 완화하게 되었다"고 밝혔다.

사업자 부담 줄이고 소비자 이익 위해

현행 정정광고 운영지침은 위법 정도에 따라 원광고 횟수의 30%까지 정정광고를 실시해야 하기에 광고계획이 없었던 사업자가 정정광고 명령을 받은 경우에는 막대한 재정적 낭비가 초래되었다. 또한 법위반사실 공표명령은 이 명령을 받은 사업자가 이의신청이나 행정소송시 집행정지 신청을 하여 공표명령 이행 회피수단으로 이용해 왔다고 한다.

따라서 공정위는 소비자 오인 치유가 확실한 정정광고가 일반화되고, 공표명령보다 정정광고 명령을 선호하도록 유도하기 위해 사업자가 선호하는 방향으로 정정광고 운영지침을 개선해 사업자 부담은 경감시키고 소비자 이익은 증대시키겠다는 계획이다.

구체적인 개선방안으로 우선 정정광고 명령의 부과대상을 확대해 현재 평가기준이 유사한 법위반사실의 공표와 정정광고에 있어, 공표 명령의 대상이 된 경우에도 정정광고로 대체

공정위는 소비자 오인 치유가 확실한
정정광고가 일반화되고, 공표명령보다 정정광고 명령을
선호하도록 유도하기 위해 사업자가
선호하는 방향으로 정정광고 운영지침을 개선해
사업자 부담은 경감시키고
소비자 이익은 증대시키겠다는 계획이다.

할 수 있게 할 방침이다.

그리고 소비자 오인 치유의 필요성이 큰 경우를 제외하고는 이에 대한 선택권을 사업자에게 주어 장래 광고 계획과 시정조치가 가져올 불이익 등을 고려해 법위반사실 공표와 정정광고 중 하나를 선택할 수 있게 할 방침이다.

정정광고 종류 3단계로 구분해 시행

한편 위법행위 내용에 따라 정정광고 종류를 3단계로 구분해 정정문안을 완화시킬 방침이다.

먼저 소비자 오인 정도가 미미한 1단계는 정정 메시지 없이 잘못된 문안을 고딕 또는 밑줄로 수정 처리하여 광고를 게재한다.

2단계는 정정 내용을 분명히 할 필요가 있는 경우로 정정 메시지에 수정된 부분만을 명시해야 한다.

3단계는 위법정도가 매우 심하여 엄격한 조치가 필요한 경우로 정정 메시지는 물론 공정위의 부당광고 결정 사실로 시정명령을 받아 정정광고를 낸다는 문구를 포함해야 한다.

공정위 관계자는 "정정광고의 단계별 구분은 부당광고 평가기준을 사용하고, 정정 메시지의 위치와 크기에 있어서는 현행 규정이 있으나 소비자가 정정 메시지를 쉽게 주목할 수 있다면 강요하지는 않을 것"이라며 "법위반 및 소비자 오인 정도에 따라 해당문구에 밑줄을 긋게 하거나 활자크기, 굵기 등을 조정 또는 정정내용만 게재하는 방안 등을 추진 중"이라고 밝혔다.

공정위는 이로써 소비자 오인의 확실한 치유와 함께 기업 의사에 반하는 법위반 사실 공표의 강제성을 완화하고 따라서 이의신청과 행정소송의 감소 효과까지 가져올 것이라 기대하고 있다.

공정위의 자문기관인 표시광고자문회의도 자체 회의를 통해 부당광고로 인한 소비자 오인성 치유 수단으로 공표명령보다 정정광고가 더 효과적이라는데 뜻을 모으고, 정정광고 지침 완화 방침에 찬성의 뜻을 표했다.

공정위는 올해 안에 정정광고에 관한 운영지침 개정절차를 마무리한 뒤 내년 1월 1일부터 시행할 계획이다.

취재 · 이수지