



나. 기만적인 광고

- ◆ '기만적인 광고'란 소비자에게 알려야 하는 중요한 사실이나 정보를 은폐, 축소하는 등의 방법으로 표현하는 광고를 의미함

관련법률

「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제3조 제1항 제2호 및 동법 시행령 제3조 제2항
기만적인 표시·광고는 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 것으로 한다.

기만 광고 심사지침

「기만적인 표시·광고 심사지침」 공정거래위원회 예규 제235호

- 기만적인 표시·광고의 대상
소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사실이나 내용은 ① 사업자에 관한 정보 ② 상품·용역(이하 '상품 등'이라 한다)의 품질·수량·종류 등에 관한 정보 ③ 가격 또는 거래조건에 관한 정보 ④ 사용방법·유효기간·보증 등 상품 등의 사용 또는 이 과정에서 소비자가 반드시 알아야 할 정보 등 포함. 소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는지 여부는 개별 표시·광고의 대상, 성격, 목적 등을 종합적으로 고려하여 판단
- 기만적인 표시·광고의 방법
소비자의 구매선택에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사실이나 내용의 전부 또는 일부를 은폐, 누락 또는 축소하여 표시·광고한 것
- 기만적인 표시·광고의 부당성 심사
법 제3조(부당한 표시·광고행위의 금지) 및 동법 시행령 제3조(부당한 표시·광고의 내용)에 따라 판단
- 중요한 표시·광고사항 고시와의 관계
사업자 등이 법 제4조 제1항에 따른 중요한 표시·광고사항 고시 기준의 중요정보를 은폐 또는 누락하여 표시·광고한 경우 이를 기만적인 표시·광고행위로 볼 수 있음

- ◆ 특히, 파워블로거 및 기사형 광고의 기만적인 표시·광고 행위와 관련하여 다음과 같은 주의가 필요함

추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침

「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」 공정위 예규 제192호

- 광고주와 추천·보증인과의 사이에 추천·보증 등의 내용이나 신뢰도 등에 영향을 미칠 수 있는 경제적 이해관계가 존재하는 경우에는 광고주 또는 추천·보증인은 이러한 경제적 이해관계를 공개하여야 함
- 추천·보증인이 광고주로부터 현금이나 해당제품 등 경제적 대가를 받고 공동구매를 주선하거나 단순 추천·보증을 해주는 경우 추천·보증 등을 하는 매 건마다 당해 추천·보증 등이 상업적 표시 또는 광고에 해당된다는 사실을 소비자들이 알 수 있도록 경제적 대가를 받은 사실을 아래 표준문구의 형식대로 게재하여야 함

〈표준문구〉

1. 추천·보증 등의 대가로 현금, 물품 등을 지급받은 경우 경제적 대가 또는 그에 상응하는 구체적 표현(현금, 상품권, 수수료, 포인트 무료제품 등)을 사용하여 다음과 같이 표기하여야 한다.

〈문구1〉 저는 위 ○○ 상품을 추천(보증, 소개, 홍보 등)하면서 ○○사로부터 경제적 대가(현금, 상품권, 수수료, 포인트, 무료제품 등)를 받았음

〈문구2〉 '유료 광고임', '대가성 광고임' (글자 수의 제한이 있는 경우에 한함)

〈경제적 이해관계를 명확하게 표시한 사례〉

- 〈예시 1〉 파워블로거 A가 B사의 20만 원짜리 살균세척기의 공동구매를 주선하기 위해 자신의 블로그에 추천글을 게재하면서 B사로부터 수수료를 받기로 한 경우 ⇒ '저는 해당제품의 공동구매를 주선하기 위해 추천글을 게재하면서 B사로부터 일정 수수료를 받기로 함'
- 〈예시 2〉 D회사가 대학생 C에게 회사가 새로 개발한 게임프로그램을 무료로 보내주고 C가 운영하는 게임 동호회 카페에 홍보성 이용후기를 게재해 줄 것을 요청한 경우 ⇒ '저는 위 프로그램을 홍보하면서 D사로부터 무료 프로그램을 제공받음'
- 〈예시 3〉 저명인사 E가 G사로부터 일정금액을 받고 자신의 트위터에 G사 제품에 대한 홍보성 이용 후기를 올린 경우 ⇒ '저는 이 제품을 홍보하면서 G사로부터 현금을 받음'
- 〈예시 4〉 A포털사이트 이용자 B가 전체 공개된 인터넷 카페 또는 포털사이트의 질의응답 게시판에 C사와 관련된 상품 등의 추천·보증글 또는 답변글을 게재하고 C사로부터 수수료를 받기로 한 경우 ⇒ '유료 광고', '대가성 광고'

〈경제적 이해관계를 불명확하게 표시한 사례〉

〈예시 1〉 경제적 대가를 받은 사실을 모호하게 게재하는 경우

⇒ '이 제품은 A사로부터 후원(지원)받은 것임', '이 제품은 A사와 함께 함', '이 글은 A사 00제품 체험단으로 진행한 글임' '우연한 기회에 A사의 00제품을 알게 되었어요', 'A사 제품을 일주일간 써보게 되었어요', '이 글은 A사의 00제품을 체험한 후 제가 느낀 점을 그대로 작성하였음'

〈예시 2〉 단순 홍보글로 위장하는 경우

⇒ '이 글은 정보·홍보성 글임', '이 글은 홍보문구가 포함되어 있음'

관련판례

대법원 2014. 12. 24 선고 2012두26708 판결

일반 소비자는 광고에서 직접적으로 표현된 문장, 단어, 디자인, 도안, 소리 또는 이들의 결합에 의하여 제시되는 표현뿐만 아니라 거기에서 간접적으로 암시하고 있는 사항, 관례적이고 통상적인 상황 등도 종합하여 전체적·궁극적 인상을 형성하므로, 광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지는 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 그 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 한다(대법원 2013. 6. 14. 선고 2011두82 판결 등 참조).

Q & A

Q 향후 실적에 따른 대가를 쇼핑물 등으로부터 받기위해 누구나 다 상업적 이라고 생각하는 쇼핑물 등에 링크를 했을 경우에도 블로그에 대가성을 명시해야 하나요?

A 향후 구매로 이어져 대가성을 약정한 경우 실제로 대가를 받은 사실이 없다고 하더라도 대가를 받기로 했다는 사실을 기재해야 합니다.

Q 소비자가 상업적 표시·광고임을 일반적으로 쉽게 알 수 있는 경우에는 제외한다(대가성 표시를 안해도 된다)의 구분 기준은 무엇인가요?

A 누구나 상업적인 광고로 판단하는 것은 엄격히 해석되어야 하므로 예를 들어 쇼핑물에서 직접 운영하는 블로그 등 명백하게 상업적인 광고로 판단이 가능한 경우에 한해 광고성 정보 표시가 제외됩니다. 따라서 쇼핑물 광고로 추정 되는 정도로는 광고성 정보임을 표시해야 합니다.

Q 재검토 기한을 2015년 8월 20일까지로 한다고 하였는데 재검토 기한 내에는 경제적 대가성을 명시 하지 않아도 제재조치가 취해지지 않는 것인가요?

A 2015년 8월까지 재검토하여 개정하겠다는 기한이므로 본 지침은 현재 적용됩니다. 따라서, 재검토 기한 내에도 경제적 대가성을 명시 하지 않은 경우에는 제재조치가 취해질 수 있습니다.

〈공정거래위원회 유권해석(2014.7)〉

표시광고분쟁, 바이럴마케팅, 지적권분쟁, 형사/민사소송, 손해배상, One-Stop 대응, A~Z 수행

T. 02-591-0657 E. kkh@kasanlaw.com H. www.kasanlaw.com