

효성첨단소재(주)

광고 및 마케팅 윤리 정책



ESG 경영팀

2023년 04월 03일

목차

01. 목적	2
02. 기본 원칙	2
03. 적용범위	2
04. 원칙	2
05. 책임	4
06. 교육 및 커뮤니케이션	5
07. 모니터링 및 보고	5

01. 목적

본 문서는 효성(이하 '회사')이 고객의 올바른 제품/서비스 구매 의사결정을 유도함과 동시에, 건전한 광고 및 마케팅 환경을 조성하기 위해 광고 및 마케팅 윤리와 관련된 사항을 정함을 목적으로 한다.

02. 기본 원칙

회사는 본 정책에 따라, 제품/서비스 정보의 오기 및 누락, 제품/서비스 효용의 과장 및 축소, 경쟁기업/제품을 부당하게 비교, 소비자를 기만하는 방식, 정보 취약계층을 보호하지 않는 광고 및 마케팅 행위를 하지 않는다. 회사는 본 정책에서 다루는 원칙에 입각하여 광고 및 마케팅 계획과 활동이 시행되도록 최선의 노력을 다한다.

03. 적용범위

- 01) 본 정책은 회사의 본사, 국내/외 생산 및 판매법인과 지점, 자회사 등 회사의 재무적 연결범위에 속한 모든 임직원에게 적용한다.
- 02) 또한 임직원은 협력사, 대리점, 아웃소싱 파트너 등을 대할 때에도 본 정책을 준수하도록 권장하여야 한다.
- 03) 다만, 본 정책에서 권장하고 있는 행위가 해당 국가의 법과 모순되는 경우에는 해당 국가의 법을 우선하여 적용하여야 한다.

04. 원칙

- 01) 회사는 광고 및 마케팅의 품위를 유지하기 위해, 시청자의 윤리적 감정이나 정서를 해치는 방식으로 광고 및 마케팅 행위를 하지 않는다.
 - (1) 인간의 존엄성, 생명, 신체, 약점을 희화화하거나 경시하지 않는다.
 - (2) 폭력, 욕설, 범죄, 차별, 편견, 반사회적 행위를 조장하는 표현을 하지 않는다.
 - (3) 기타 시청자의 불쾌감, 혐오감 등을 유발하는 표현을 하지 않는다.

02) 회사는 광고 및 마케팅 시, 소비자를 오인하게 할 수 있는 정보는 제공하지 않으며, 허위 또는 기만적인 표현을 포함하지 않는다.

- (1) 원자재, 규격, 성능, 인증 등에 있어 오인하게 하거나 기만하는 정보를 포함하지 않는다.
- (2) 제품 및 서비스의 편의성/장점만 지나치게 강조하거나 과장하여 표현하지 않는다.
- (3) 중요한 정보를 생략함으로써 소비자가 오인하게 하지 않는다.
- (4) '표시/광고의 공정화에 관한 법률' 제 4 조 제 1 항에 따른 공정거리위원회 고시에 따라 표시하여야 하는 중요한 정보를 지나치게 작은 글자로 자막 고지하거나 짧은 시간 또는 빠른 속도로 고지하는 등 시청자가 명확하게 알기 어려운 방식으로 고지 하지 않는다.

03) 회사는 어린이의 신체, 정서, 도덕성을 해치는 표현을 하지 않으며, 어린이의 과도한 소비를 조장하거나, 제품 구매를 충동하는 형태의 광고 및 마케팅 행위를 하지 않는다.

- (1) 제품을 소유할 경우, 어린이의 체형, 능력, 행동 등이 변할 것이라는 정보를 포함하지 않는다.
- (2) 어린이가 위험한 장소에 있거나, 위험한 행동을 취하는 표현을 하지 않는다.
- (3) 제품을 구입하도록 어린이를 충동하거나, 부모 등에게 강요하는 표현을 하지 않는다.

04) 회사는 광고 및 마케팅 행위에 있어, 경쟁관계에 있는 기업 또는 제품/서비스를 부당한 방법으로 비교하거나, 의도적으로 비방하지 않는다.

- (1) 규격, 성능, 인증 등에 있어 명확한 기준을 밝히지 않고 비교하지 않는다.
- (2) 명확한 비교기준 및 방법 없이 경쟁관계에 있는 기업 또는 제품/서비스와 비교하지 않는다.
- (3) 객관적인 근거 없는 허위의 내용으로, 경쟁관계에 있는 기업 또는 제품/서비스를 비방하지 않는다.

05) 회사는 제품/서비스의 구매 및 사용으로 인한 환경적 효익 정보를 과장 또는 축소하여 표현하지 않는다.

- (1) 제품과 서비스에 관한 모든 정보는 고객이 알고 쉽도록 정확하고 구체적으로 표현한다.
- (2) 구체적이고 정확한 근거 없이, '최고안전', '환경친화' 등의 표현을 하지 않는다.
- (3) 제품 사용으로 인해 환경에 미치는 부정적 영향을 의도적으로 감추지 않는다.
- (4) 특정 제품/서비스의 환경적 효익을 강조하면서, 다른 제품/서비스보다 비교하여 우수하다는 표현을 하지 않는다.

06) 회사는 소비자와 사회에 대한 책임감을 바탕으로 진정성 있는 마케팅 커뮤니케이션을 실행한다.

- (1) 고객의 사생활 보호와 기밀을 존중하여 부당한 침해로부터 고객을 보호 한다.
- (2) 공정한 경쟁을 도모하고, 소비생활에 편익을 주는데 기여한다.

07) 회사는 국가, 인종, 성, 연령, 직업, 종교, 신념, 장애, 계층, 지역 등을 이유로 차별/편견/갈등을 조장하는 표현을 사용하지 않는다.

08) 회사는 제품의 영업 및 마케팅과 관련하여 각국의 관계 법령을 준수 한다.

- (1) 임직원은 영업 및 마케팅 방침을 수립/변경할 때에는 법령에 위반되지 않도록 충분히 주의를 기울여야 한다.
- (2) 해당 방침이 법령에 위반된다고 의심되는 경우에는 준법지원팀 및 브랜드마케팅팀과 반드시 협의를 하고 적법한 대안을 모색해야 한다.

05. 책임

회사의 마케팅/광고 관련 부서는 본 정책에 따라 모든 활동을 진행해야 할 책임이 있으며, 주요 결정사항이 발생하거나 정책을 위반하는 경우 브랜드마케팅팀의 자문을 받아 진행한다.

06. 교육 및 커뮤니케이션

회사는 관련 직원들에게 정기적인 윤리적 마케팅 교육을 제공하고, 모든 이해관계자는 홈페이지에서 본 정책을 확인할 수 있다.

07. 모니터링 및 보고

회사는 이 정책을 지속적으로 유지하고 준수 될 수 있도록 내/외부 통제 시스템과 절차를 정기적으로 평가하고 개선할 수 있는 방법에 대해 직원, 고객들의 의견을 청취하며, 운영의 투명성을 유지하기 위해 노력한다.