

HS 효성첨단소재(주)

광고 및 마케팅 윤리 정책



브랜드팀

2025년 04월 30일

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 HS 효성첨단소재(주) (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 공정거래위원회 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 브랜드팀의 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.