

유기농업자재 표준표시.광고용어권장가이드라인(협회자율기준)

(KOREA ECO-FRIENDLY AGROMATERIALS ASSOCIATION GUIDELINE)

제1조(목적) 이 가이드라인은 「친환경농업육성 및 유기식품 등의 관리.지원에 관한 법령」(이하 '친환경농업육성법령'이라 한다) 제42조와 동법시행규칙 제56조관련 광고의 방법이나 과대광고의 범위에 관한 세부규정이 없어 공시등사업자, 유통조사기관 및 사용자에 따라 용어해석을 달리 적용함에 따른 혼동을 방지하기 위하여 유기농업자재 관리기관의 가이드라인기준 범위내에서 '협회자체 유기농업자재 표준표시.광고용어권장가이드라인안'를 마련 유기농업자재 사업자에게 광고관련 올바른 정보를 제공 자율정비하으로서 과대광고로 인한 피해를 사전에 예방하고 유기농업자재 안전사용을 도모함을 목적으로 한다.

제2조(적용대상) 이 기준은 「친환경농어업육성법」 시행규칙 제3조관련 별표1의 유기농산물에 사용가능한 허용물질로 제조된 유기농업자재를 대상으로 한다.

제3조(광고의 기준 및 방법)

① 광고 기준은 유기농업자재 사용자의 이해를 돕고 편리성을 주는 내용으로 다음 사항을 유의하여 광고하여야 한다.

㉞ 소비자의 선택권을 존중한다. ㉟ 다른 사업자 및 제품을 비방하거나 명예를 훼손하는 광고내용이어서는 아니된다. ㊱ 광고는 다른 사업자 및 그 제품의 고유기술을 도용하여서는 아니된다.

② 광고 방법은 유기농업자재를 사용하여 병해충관리를 효율적으로 관리하고 토양개량 및 작물생육을 증진할 수 있는 내용이어야 한다.

③ 공시 제품에 대한 개별 표기기준은 「친환경농어업육성법령」을 준수하여야 한다.

제4조(과대광고의 범위) 과대광고의 범위는 광고 표시가 가능한 경우와 광고 표시가 불가능한 경우로 구분하되 다음과 같다

① 광고 표시가 가능한 경우

㉞ 일반원칙 : 유기농업자재 원료인 허용물질에 대해서는 일반적인 특성을 광고하는 경우로 사실에 근거하여 명확한 출처를 밝히는 경우 다음 ㉟ 원칙에 의거 광고를 할 수 있다

㉟ 유기농업자재 효능.효과에 대한 표시는 공인시험연구기관의 시험성적서에 근거하여 포장지에 표시하여야 하나, 광고는 공인시험연구기관의 시험성적서와 관련 공공기관연구 과제보고서, 논문(KSCI 한국과학학술지인용색인 이상), 특허등록, 대학교재 등에 과학적인 근거 자료가 명확한 경우로 반드시 해당 출처를 명시하되, 해당 제품의 원료(허용물질) 함량을 표시하여야 한다. 문헌인용시 문헌명, 작성(발표) 연월일 등 가능한 세부적인 근거를 명시한다.

(예시 1) 유기농업자재 00제품의 원료인 00허용물질은 00(논문번호, 특허등록번호, 공공기관 00연구보고서 등)에 근거하여 00에 효과가 있는 것으로 00제품의 0%를 차지하고 있습니다. 00(문헌명)은 00.0.0에 작성(발표)된 것입니다

(예시 2) 다음 허용물질 효과에 대한 광고 예시는 일반원칙을 충족하는 것을 전제로 한다.

㉓ 세포분열, 생장촉진, 비대 등에 대하여

- 00 허용물질 효과로 세포분열이 좋아집니다.
- 00 허용물질 효과로 작물의 생장을 좋게 합니다
- 00 허용물질 효과로 신초 생장이 좋아집니다
- 00 허용물질 효과로 과실의 비대를 좋게 합니다.
- 00 허용물질 효과로 구근의 비대를 좋게 합니다
- 00 허용물질 효과로 뿌리발육을 좋게 합니다.

㉔ 착과제, 화아형성 등에 대하여

- 00 허용물질 효과로 꽃눈분화(화아형성)를 좋게 합니다.
- 00 허용물질 효과로 착과를 좋게 합니다.

㉕ 발근, 착색, 숙기 등에 대하여

- 00 허용물질 효과로 뿌리내림이 좋아집니다.
- 00 허용물질 효과로 발근력이 좋아집니다.
- 00 허용물질 효과로 색깔이 좋아지고 품질을 향상됩니다.
- 00 허용물질 효과로 숙기촉진에 도움을 줍니다.

㉖ 당도, 품질, 도복 등에 대하여

- 00 허용물질 효과로 당도가 향상됩니다.
- 00 허용물질 효과로 품질이 향상됩니다.
- 00 허용물질 효과로 작물을 튼튼하게 하여 도복방지에 도움을 줍니다.
- 00 허용물질 효과로 질소과다 등에 의한 웃자람 방지에 도움을 줍니다.

㉗ 식물 병해충 등에 대하여

- 00 허용물질 효과로 작물을 튼튼하게 하여 내병(충)성을 좋게 합니다.

㉘ 상기 ㉓~㉗ 예시와 유사한 문구

② 광고시 표시 활자크기는 소비자가 알기 쉽도록 사업자가 자율적으로 결정한다

③ 광고 표시가 불가능한 경우(표시 · 광고의 공정화에 관한 법률)

(예시 1) 공시제품(효능 · 효과 미표시)이 효능 · 효과를 보증하는 제품(농약, 비료 등)으로 오인, 혼동할 우려가 있는 내용의 표시 · 광고범위는 다음과 같다

㉓ 제품명칭 및 효과에 농약으로 오인할 수 있는 문구

(예시) 00농약, 살균제, 살충제, 제초제, 생장조정제, 지베렐린 등과 같이 농약명칭을 직접 표기하는 행위

㉔ 세포분열, 생장, 성장 등에 대하여 오인하기 쉬운 문구

(예시) 세포분열제, 생장촉진제, 성장약, 특수한 성장효과, 세포분열전문, 우수한 전문세포 분열용, 생장효과 탁월, 우수하고 탁월한 성장효과, 세포분열촉진, 생장촉진, 신초생장, 신장억제, 생장억제 등 문구

㉔ 과실비대, 뿌리비대, 구근비대, 비대 등에 대하여 오인하기 쉬운 문구

(예시) 비대제, 과실비대제, 구근비대약, 비대용, 구근전문 비대용, 비대효과가 우수하고 탁월함, 우수한 과실비대 전용, 과실비대 촉진, 과실비대 증진 효과, 구근비대 향상시킴, 과실비대, 과실비대 증진, 과실비대 향상 등 문구

㉕ 착과, 수정, 화아형성, 화아분화 등에 대하여 오인하기 쉬운 문구

(예시) 착과제, 수정액, 화아형성약, 전문착과용, 특수 수정 전용, 화아형성효과가 우수하고 탁월함, 특수 화아분화용, 착과촉진, 수정촉진, 화아형성 촉진, 화아분화를 앞당김, 착과증진 효과, 화아형성 효과, 화아분화 촉진, 수정·착과증진, 적엽제, 적과제, 적화제, 적엽효과, 적과효과, 적화효과, 적엽, 적화, 적과, 맹아억제, 낙엽촉진, 낙엽방지, 수정, 화아형성, 화아분화 등 문구

㉖ 발근, 발아, 출아 등에 대하여 오인하기 쉬운 문구

(예시) 발근용, 전문 발근용, 발근효과가 우수하고 탁월함, 발근촉진제, 발근증진제, 발아촉진제, 착과제, 수정액, 화아형성약, 발근촉진, 발아촉진, 출아를 앞당김, 발근 증진, 발아증진, 출아증진, 출아촉진 등 문구

㉗ 착색, 색발현 등에 대하여 오인하기 쉬운 문구

(예시) 착색제, 착색약, 착색증진, 착색촉진 등 문구

㉘ 숙기촉진, 숙기 앞당김, 조기수확 등에 대하여 오인하기 쉬운 문구

(예시) 숙기촉진제, 숙기촉진약, 숙기촉진용, 전문 숙기촉진용, 특수 숙기촉진전용, 수확기를 앞당기는 효과가 탁월, 숙기촉진, 숙기향상, 숙기효과 등 문구

㉙ 당도증가, 당도증진, 풍미향상, 식미개선, 산미감소, 품질향상 등에 대하여 오인하기 쉬운 문구

(예시) 당도증진제, 풍미향상약, 품질향상제, 전문적 풍미향상용, 당도효과가 우수하고 탁월함, 특수 당도 증진용 등 문구

㉚ 도복경감, 도장억제, 웃자람 방지 등에 대하여 오인하기 쉬운 문구

(예시) 도복경감제, 도장억제제, 웃자람 방지제, 전문 도복경감 효과, 도장억제효과가 우수하고 탁월함, 웃자람 방지전용, 확실한 웃자람 방지 효과 등 문구

㉛ 기타 오인하기 쉬운 문구 : 생장조정물질 등이 함유된 것처럼 표시

(예시) 지베렐린 전구물질인 00함유, 옥신을 다량 함유한 00가 있음, 달용이, 민달 팽이 등 보증성분 외의 성분(물질)에 의해 어떤 효과가 있는 것처럼 표시하는 행위 등 문구

(예시 2) 사실과 다르거나 과장된 표시·광고 예시

- ㉞ 유기농업자재 공시정보 등 사실과 다르게 표시 광고하거나 관련 근거없이 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것
 - 실제 사용되지 않는 원료나 성분이 포함된 것처럼 표시·광고
 - 실제로 수입원재료를 사용하지 아니하였음에도 불구하고 수입원재료를 사용한 것처럼 표시·광고
 - 실제 사용된 양보다 많이 포함된 것처럼 과장하여 표시·광고
 - 사용된 원료나 성분이 수입된 것을 완제품이 수입된 것처럼 표시·광고
 - 부된 원료나 성분을 가지고 전체의 주된 성분인 것처럼 표시·광고
 - 효능·효과가 일정한 수준에 해당하지 아니함에도 불구하고 당해수준에 해당한다고 하거나 당해수준에 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위
 - 제품 일부 또는 부분에 관련되는 품질 또는 효능을 전체에 관련되는 품질 또는 효능인 것처럼 과장하여 표시·광고하는 행위 등

(예시 3) 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있는 표시·광고 예시

- ㉞ 유기농업자재와 관련된 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 것
 - 효능이 발휘될 수 있는 판단기준을 명시하지 아니하고 막연히 일정 효능을 발휘한다고 표시·광고하는 행위
 - 표시·광고된 제품의 효능이 객관적으로 확인될 수 없거나 확인되지 아니하였는데도 불구하고 확실하게 발휘되는 것처럼 표시·광고하는 행위
 - 효능과 관련된 제품의 광고에서 특정인의 체험기를 인용하여 객관적으로 제품의 효능이 검증된 것처럼 표시·광고
 - 공인된 기관의 실험이나 객관적인 조사결과 없이 자사의 제품이 특정 병해충 등에 효능이 좋다고 표시·광고

(예시 4) 부당하게 비교하거나 다른 업체 또는 그 제품을 비방하는 광고 예시

- ㉞ 비교 대상 및 기준을 분명하게 밝히지 아니하거나 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 상품을 다른 사업자 또는 다른 사업자의 상품과 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시 광고하는 것
 - 경쟁사업자의 제품과 비교하여 현저히 우량 또는 유리하다고 나타내기 위하여 "최대", "최고", "최초", "제일", "유일" 등 배타성을 띤 절대적 표현의 용어사용 표시·광고 (단, 사업자가 명백히 입증하거나 객관성 있는 자료로 사실에 부합되는 것으로 판단되고

소비자에게 피해를 주지 않는 경우에는 이를 사용가능)

- 경쟁사업자 제품에 관해 허위의 내용을 인용하여 비교표시·광고하거나 사실과 같다고 하더라도 동일 조건하에서 비교하지 않고 표시·광고
- 경쟁사업자 제품 일부에 대해 비교하면서 마치 전체에 대한 비교인 것처럼 표시·광고
- ㉞ 다른 사업자 또는 다른 사업자 상품에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 것
- 자기가 공급하는 제품이 현저히 우량 또는 유리하다고 소비자를 오인시키기 위하여 경쟁사업자 제품에 관해 근거없는 허위의 내용으로 중상·비방하거나 불리한 사실만을 표시하여 비방하는 표시·광고

[부칙]

1. 이 광고가이드라인은 관련부처의 지시에 의거 2017년 12월 11일부터 (사)한국친환경농자재협회 자체규정으로 시행한다.
2. 리후렛 등 홍보물이나 광고에 수정되지 않은 문구 발견시 조속히 정정함을 원칙으로 한다. 다만 이미 농가 등 시중유통된 제품에 대한 포장지나 카달로그 또는 리후렛 등의 홍보물은 최대한 조속히 소진하도록 하되 새로운 홍보물로 교체가 가능한 것은 인지도 즉시 교체 한다.
3. 이 광고가이드라인 해석과 관련하여 회원사 등 공시등사업자가 해당제품의 광고문안을 제출할 경우 당 협회는 이를 검토한 후 회신할 수 있다.