



공정거래위원회



수신 참여연대 귀하

(경유)

제목 신고에 대한 회신 [롯데쇼핑(주)[롯데시네마]의 부당한 광고행위에 대한 건]

사건번호 : 2015서소1030

사 건 명 : 롯데쇼핑(주)[롯데시네마]의 부당한 광고행위에 대한 건

피조사인 : 롯데쇼핑(주)

1. 피조사인이 영화티켓, 홈페이지, 극장 티켓판매소 등을 통해 '광고 상영시간'을 '영화 상영시간'에 포함시켜 표시하고, 이를 분리하여 표시하지 않은 것은 기만적 행위 이므로 부당하다는 내용으로 우리 위원회에 신고한 위 사건 관련입니다.

2. 위 사건을 심사한 결과, 해당 표시는 다음과 같은 사유로 「표시광고의 공정화에 관한 법률(이하 '표시광고법）」 위반이라고 볼 수 없으므로 「공정거래위원회 회의운영 및 사건절차 등에 관한 규칙」 제47조 제1항에 의거 무혐의 처리되었음을 알려드립니다.

- 다 음 -

□ 다음과 같은 사항을 종합적으로 고려할 때, 영화관의 상영시간 표시행위가 기만적인 표시·광고에 해당하여 표시광고법에 위반된다고 보기는 어렵습니다.

- 소비자들은 영화 상영전 광고 상영 등으로 본 영화가 티켓 표기 시간보다 늦게 시작한다는 사실을 사전에 인지하고 있으며, 소비자들이 영화관람 결정시 고려하는 주요 요소는 흥행성, 작품성, 출연 배우 등에 대한 개인적인 선호라고 볼 수 있습니다.
- 과거부터 영화 상영시에 공익광고, 비상대피 안내, 영화 예고편 및 기타 상업광고를 상영한 후 본 영화를 시작하는 것이 영화업계에 지속된 현상이었고, 스크린 광고를 판매하는 것은 극장 업계에 통용되어 온 영업방식 중 하나라고 볼 수 있습니다.
- 피조사인은 홈페이지, 영화입장권, 모바일티켓 등을 통해 영화 상영시간을 안내하면서 하단에 본 영화는 표시 시각보다 약 10분 후에 시작된다는 사실을 사전에 고지하고 있으므로 피조사인이 영화 상영시간에 광고 상영이 포함된 것을 은폐하거나 축소하였다고 보기는 어렵습니다.

피조사인의 영화티켓 상영시간 표시현황

영화입장권
(발수증 겸용)

롯데시네마 월드타워 (230-85-02964)
(www.lottecinema.co.kr) (ARS 1544-8855)

엘리펀트송
Elephant Song (15세이상관람가)

2015-06-18(목) 2회 13:00-14:40
7관 ARTE (5층) E열 8번, 9번 (총2명)

일반 9,000 원 (2명)

Total: 18,000 원
[영화발권요금 3%, 부가세, 이음료 포함]

6259-0400-****-6286
[승인]: 56881001 15-06-18
[신용승인] 18,000(VAT: 1,589원) (1건)

잔여 L.POINT: 1,083
적립예정 L.POINT: 450

- 교환 및 환불은 상영시간 전까지 입장권
지참 후 입장방문시에만 취소 가능합니다.
예고된 상영 등 사정에 의해 본 영화 시작
시간이 10여분 정도 차이날 수 있습니다.
적립예정 L.POINT 는 영화관람을 완료한
다음날 적립 됩니다.

[WDTTCK01/13:09:14]
1016-20150618-01085

8150618010853

오후 4:29

예매완료 X

일반 예매번호 13184681
김진 회원님, 예매가 성공적으로 완료되었습니다.

15 주라기월드

영화관 월드타워
상영관 9관 SUPER SOUND
예매일 2015.06.18
관람일 2015.06.18(목) 17:30
인원 일반 1인

결제금액 9,000원

모바일 Eco 티켓

! 예고된 상영 등 사정에 의해 본 영화 시작이 10여분 정도 차이
날 수 있습니다.

모바일 Eco 티켓으로 입장하시면 적립예정포인트의
10%가 추가로 적립됩니다.
단, L.POINT 적립 완료 후 익일 적립됩니다.
Eco friend 혜택 상세보기 >

경성학교 6월 18일 대개봉

- 나아가 현행 TV 등 타 매체나 해외 사례 등을 고려해 볼 때, 피조사인의 영화 상영 시간 표시가 표시광고법에 위반되는 기만적인 행위로 보기도 어렵습니다.
- TV, CATV 등 동영상 매체도 광고 등 상영으로 인해 편성표상 명시된 시작시간에 비해 늦게 시작하는 경우가 많으며, 프로그램 시작시간과 광고 시간을 분리하여 표시하고 있지는 않습니다.
- 영화 선진국인 미국, 영국, 일본 등도 티켓, 홈페이지 등에 기재된 상영시각 이후에 10여 분 이상 광고를 하고 있는 경우가 많으며, 더욱이 상영시각 이후 광고가 있다는 사실조차 고지하고 있지 않은 경우도 흔하다고 할 수 있습니다.
- 따라서, 피조사인이 영화 상영시간과 광고시간을 분리하여 표기하지 않은 사정만으로 소비자들의 영화관람 결정에 영향을 미칠 정도의 오인성이 있거나 합리적인 선택을 왜곡시키는 등의 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 표시광고법상 기만적인 표시광고 행위로 보기는 어렵다고 판단됩니다.
- 다만, 귀하의 소중한 의견은 향후 위원회 업무에 적극 참고하도록 하겠습니다. 끝.

공정거래위원회



서기관
이하나

소비자과 과 전결 2016. 1. 27.
장 배현정

협조자

시행 소비자과-326 (2016. 1. 27.) 접수

우 13809 경기도 과천시 관문로 47 (중앙동, 정부과천청사) / <http://www.ftc.go.kr>

전화번호 02-2110-6141 팩스번호 02-2110-0653 / leehana@korea.kr / 비공개(6,7)

"대한민국! 2014년 UN 전자정부평가 세계 1위, - 3회 연속 -"



공정거래위원회



수신 참여연대 귀하

(경유)

제목 신고에 대한 회신 [씨제이씨지브이(주)의 부당한 광고행위에 대한 건]

사건번호 : 2015서소1031

사 건 명 : 씨제이씨지브이(주)의 부당한 광고행위에 대한 건

피조사인 : 씨제이씨지브이(주)

1. 피조사인이 영화티켓, 홈페이지, 극장 티켓판매소 등을 통해 ‘광고 상영시간’을 ‘영화 상영시간’에 포함시켜 표시하고, 이를 분리하여 표시하지 않은 것은 기만적 행위이므로 부당하다는 내용으로 우리 위원회에 신고한 위 사건 관련입니다.

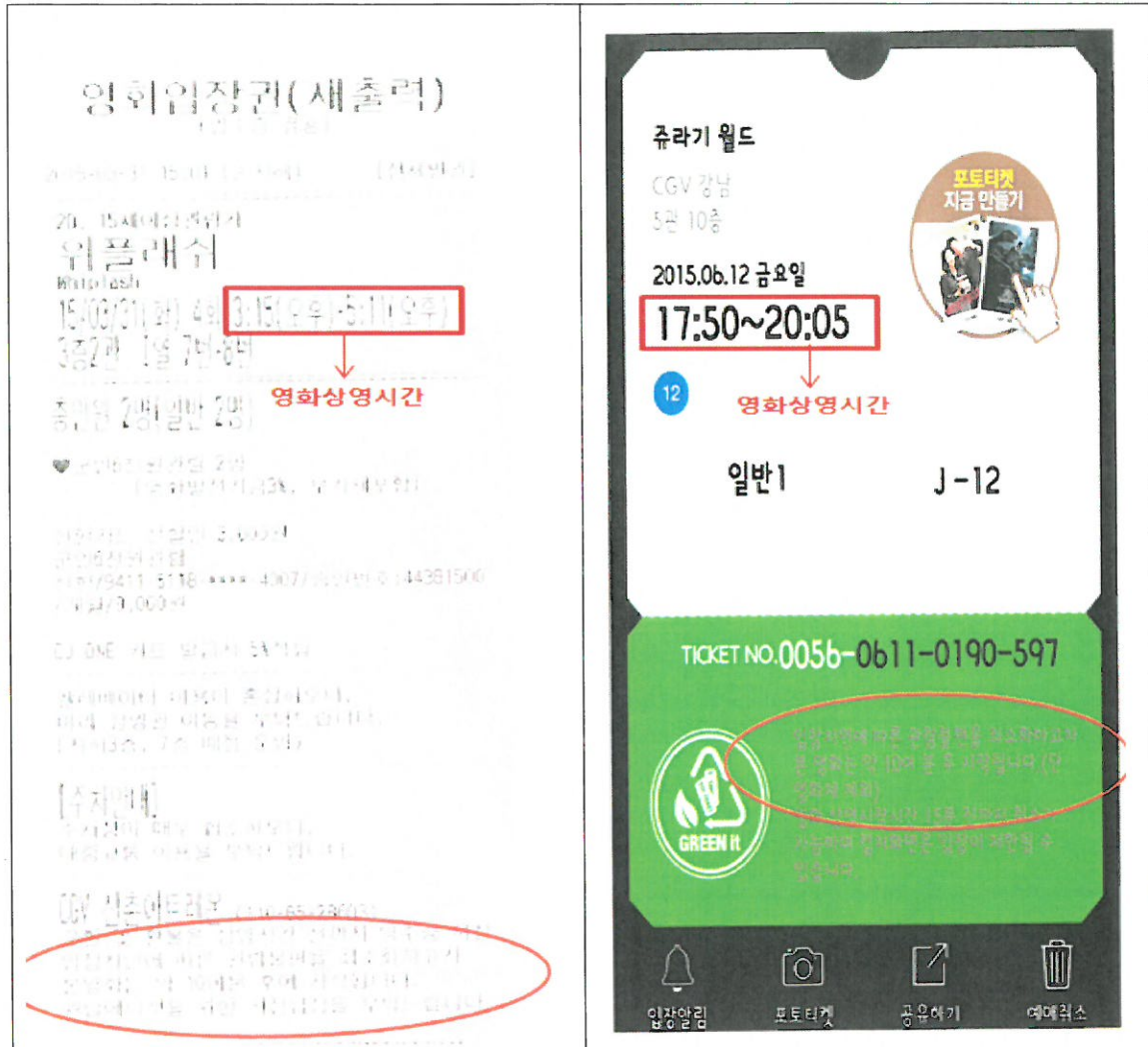
2. 위 사건을 심사한 결과, 해당 표시는 다음과 같은 사유로 「표시광고의 공정화에 관한 법률(이하 ‘표시광고법’)」 위반이라고 볼 수 없으므로 「공정거래위원회 회의운영 및 사건절차 등에 관한 규칙」 제47조 제1항에 의거 무혐의 처리되었음을 알려드립니다.

- 다 음 -

□ 다음과 같은 사항을 종합적으로 고려할 때, 영화관의 상영시간 표시행위가 기만적인 표시·광고에 해당하여 표시광고법에 위반된다고 보기는 어렵습니다.

- 소비자들은 영화 상영전 광고 상영 등으로 본 영화가 티켓 표기 시간보다 늦게 시작한다는 사실을 사전에 인지하고 있으며, 소비자들이 영화관람 결정시 고려하는 주요 요소는 흥행성, 작품성, 출연 배우 등에 대한 개인적인 선호라고 볼 수 있습니다.
- 과거부터 영화 상영시에 공익광고, 비상대피 안내, 영화 예고편 및 기타 상업광고를 상영한 후 본 영화를 시작하는 것이 영화업계에 지속된 현상이었고, 스크린 광고를 판매하는 것은 극장 업계에 통용되어 온 영업방식 중 하나라고 볼 수 있습니다.
- 피조사인은 홈페이지, 영화입장권, 모바일티켓, 홈티켓 등을 통해 영화 상영시간을 안내 하면서 하단에 본 영화는 표시 시각보다 약 10분 후에 시작된다는 사실을 사전에 고지하고 있으므로 피조사인이 영화 상영시간에 광고 상영이 포함된 것을 은폐하거나 축소하였다고 보기는 어렵습니다.

피조사인의 영화티켓 상영시간 표시현황



- 나아가 현행 TV 등 타 매체나 해외 사례 등을 고려해 볼 때, 피조사인의 영화 상영시간 표시가 표시광고법에 위반되는 기만적인 행위로 보기도 어렵습니다.
- TV, CATV 등 동영상 매체도 광고 등 상영으로 인해 편성표상 명시된 시작시간에 비해 늦게 시작하는 경우가 많으며, 프로그램 시작시간과 광고 시간을 분리하여 표시하고 있지는 않습니다.
- 영화 선진국인 미국, 영국, 일본 등도 티켓, 홈페이지 등에 기재된 상영시각 이후에 10여 분 이상 광고를 하고 있는 경우가 많으며, 더욱이 상영시각 이후 광고가 있다는 사실조차 고지하고 있지 않은 경우도 흔하다고 할 수 있습니다.
- 따라서, 피조사인이 영화 상영시간과 광고시간을 분리하여 표기하지 않은 사정만으로 소비자들의 영화관람 결정에 영향을 미칠 정도의 오인성이 있거나 합리적인 선택을 왜곡시키는 등의 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 표시광고법상 기만적인 표시광고행위로 보기는 어렵다고 판단됩니다.

공정거래위원회



"대한민국! 2014년 UN 전자정부평가 세계 1위, - 3회 연속 -"



공정거래위원회



수신 참여연대 귀하

(경유)

제목 신고에 대한 회신 [(주)메가박스의 부당한 광고행위에 대한 건]

사건번호 : 2015서소1032

사 건 명 : (주)메가박스의 부당한 광고행위에 대한 건

피조사인 : (주)메가박스

1. 피조사인이 영화티켓, 홈페이지, 극장 티켓판매소 등을 통해 '광고 상영시간'을 '영화 상영시간'에 포함시켜 표시하고, 이를 분리하여 표시하지 않은 것은 기만적 행위 이므로 부당하다는 내용으로 우리 위원회에 신고한 위 사건 관련입니다.

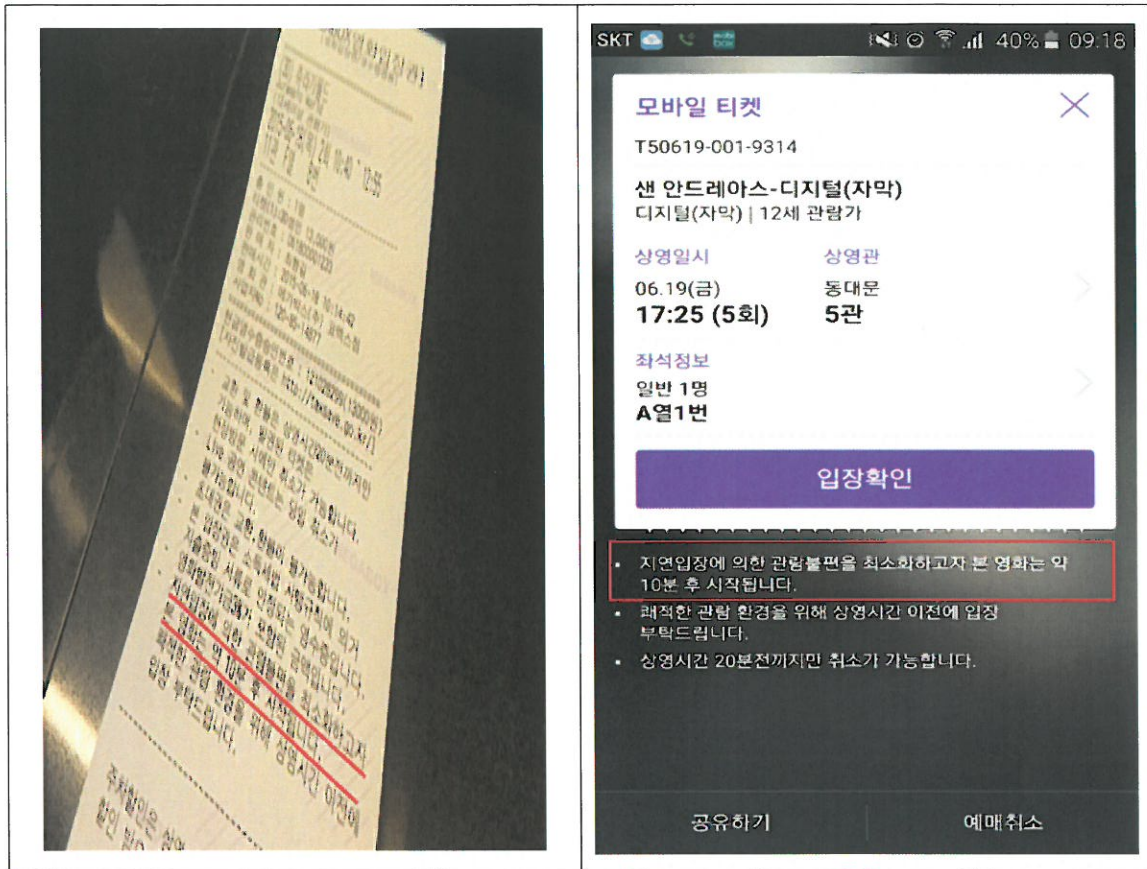
2. 위 사건을 심사한 결과, 해당 표시는 다음과 같은 사유로 「표시광고의 공정화에 관한 법률(이하 '표시광고법')」 위반이라고 볼 수 없으므로 「공정거래위원회 회의운영 및 사건절차 등에 관한 규칙」 제47조 제1항에 의거 무혐의 처리되었음을 알려드립니다.

- 다 음 -

□ 다음과 같은 사항을 종합적으로 고려할 때, 영화관의 상영시간 표시행위가 기만적인 표시·광고에 해당하여 표시광고법에 위반된다고 보기는 어렵습니다.

- 소비자들은 영화 상영전 광고 상영 등으로 본 영화가 티켓 표기 시간보다 늦게 시작한다는 사실을 사전에 인지하고 있으며, 소비자들이 영화관람 결정시 고려하는 주요 요소는 흥행성, 작품성, 출연 배우 등에 대한 개인적인 선호라고 볼 수 있습니다.
- 과거부터 영화 상영시에 공익광고, 비상대피 안내, 영화 예고편 및 기타 상업광고를 상영한 후 본 영화를 시작하는 것이 영화업계에 지속된 현상이었고, 스크린 광고를 판매하는 것은 극장 업계에 통용되어 온 영업방식 중 하나라고 볼 수 있습니다.
- 피조사인은 홈페이지, 영화입장권, 모바일티켓 등을 통해 영화 상영시간을 안내하면서 하단에 본 영화는 표시 시각보다 약 10분 후에 시작된다는 사실을 사전에 고지하고 있으므로 피조사인이 영화 상영시간에 광고 상영이 포함된 것을 은폐하거나 축소하였다고 보기는 어렵습니다.

피조사인의 영화티켓 상영시간 표시현황



□ 나아가 현행 TV 등 타 매체나 해외 사례 등을 고려해 볼 때, 피조사인의 영화 상영 시간 표시가 표시광고법에 위반되는 기만적인 행위로 보기도 어렵습니다.

○ TV, CATV 등 동영상 매체도 광고 등 상영으로 인해 편성표상 명시된 시작시간에 비해 늦게 시작하는 경우가 많으며, 프로그램 시작시간과 광고 시간을 분리하여 표시하고 있지는 않습니다.

○ 영화 선진국인 미국, 영국, 일본 등도 티켓, 홈페이지 등에 기재된 상영시각 이후에 10여 분 이상 광고를 하고 있는 경우가 많으며, 더욱이 상영시각 이후 광고가 있다는 사실조차 고지하고 있지 않은 경우도 흔하다고 할 수 있습니다.

□ 따라서, 피조사인이 영화 상영시간과 광고시간을 분리하여 표기하지 않은 사정만으로 소비자들의 영화관람 결정에 영향을 미칠 정도의 오인성이 있거나 합리적인 선택을 왜곡시키는 등의 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 표시광고법상 기만적인 표시광고 행위로 보기는 어렵다고 판단됩니다.

□ 다만, 귀하의 소중한 의견은 향후 위원회 업무에 적극 참고하도록 하겠습니다. 끝.

공정거래위원회



서기관 이하나 소비자과 과 전결 2016. 1. 27.
장 배현정

협조자

시행 소비자과-325 (2016. 1. 27.) 접수

우 13809 경기도 과천시 관문로 47 (중앙동, 정부과천청사) / <http://www.ftc.go.kr>

전화번호 02-2110-6141 팩스번호 02-2110-0653 / leehana@korea.kr / 비공개(6,7)

"대한민국! 2014년 UN 전자정부평가 세계 1위, - 3회 연속 -"