

# 디지털 커뮤니케이션 기준

(Digital Communications Standards)

디지털 커뮤니케이션이란 주로 컴퓨터나 모바일 기기를 통해 전달 및 교류되는 문자, 이미지, 영상, 음성 및 기타 정보의 전자적 전송물을 의미한다. 여기서의 전자적 전송물은 디지털 공간에서 생성되는 여하한 형태의 게시물을 포함한다. 디지털 공간이라 함은 영상, 블로그 게시물, 모바일 어플리케이션(앱), 광고, 포럼, 웹 페이지, 인터넷 카페 및 소셜 미디어 또는 메시지 전송 플랫폼(인스타그램, 페이스북, 카카오톡, 유튜브, 트위터, 라인, 위챗 등 포함) 등을 의미한다.

## 준수 의무

ABO는 애플, 애플 사업 기회와 제품 및 서비스에 대한 디지털 커뮤니케이션을 진행하거나 디지털 형태의 판매보조물품을 다룸에 있어 애플 ABO 윤리강령 및 행동지침과 본 디지털 커뮤니케이션 기준(이하 '본 기준' 또는 '본 디지털 커뮤니케이션 기준'이라 함)을 반드시 준수하여야 한다. 또한 ABO는 자신이 이용하는 디지털 플랫폼의 약관과 관련 법규를 성실히 준수하여야 한다.

ABO는 디지털 커뮤니케이션을 진행함에 있어 반드시 진실하고 정확하며 오인의 소지가 없도록 해야 하며, 애플은 ABO의 디지털 커뮤니케이션에 대해 삭제 또는 회수, 철회, 제거, 수정 및 기타 필요한 조치를 요구할 수 있다.

아울러 본 기준에서 제시되는 예시는 단순한 예시일 뿐, 허용되거나 허용되지 않는 모든 상황을 포함하고 있는 것이 아님을 유의하여야 한다.

## 금지되는 커뮤니케이션 - 스팸

ABO는 어떠한 경우에도 스팸 커뮤니케이션에 연관되어서는 안된다. 스팸은 애플 사업 및 제품과 관련한 정보의 수신을 사전에 동의하지 않은 사람에게 발송되거나 정보 수신에 대한 사전 동의를 철회(또는 거부)한 사람에게 전달되는 커뮤니케이션을 의미한다.

## 온라인 커뮤니티 구축

온라인 커뮤니티는 관심사나 이슈를 논의하기 위해 디지털 커뮤니케이션을 사용하는 개인들의 그룹을 의미한다. ABO는 애플이 기회를 논의하기 위해 푸시(Push) 또는 풀(Pull) 커뮤니케이션을 사용하여 온라인 커뮤니티를 구축할 수 있다. 다음의 푸시, 풀 커뮤니케이션 방법을 따르면 스팸 방식의 광고를 피할 수 있다. 자신의 커뮤니티 소속 여부를 떠나, ABO는 어떠한 경우에도 직접적으로든 간접적으로든 다른 ABO가 스폰서십 라인(LOS)을 변경하도록 유인 또는 권유하거나 유인을 시도하거나 도울 수 없다.

### 풀(Pull) 커뮤니케이션을 활용한 온라인 커뮤니티 구축

ABO는 공개된 공간 또는 개인적인 공간에 게시물을 작성하여 다른 사람이 이를 발견하고 자발적으로 참여하도록 할 수 있다. 이러한 활동을 풀(Pull) 커뮤니케이션이라 지칭하며, 풀 커뮤니케이션은 ABO가 단독으로 소유하거나 운영하는 디지털 자산에 게시한 콘텐츠를 다른 사용자가 본인의 의사에 따라 스스로 검색하고 이에 대하여 팔로우, 좋아요, 구독, 친구 또는 이웃 맺기 및 기타 방법으로 커뮤니케이션 하는 것을 의미한다.

**풀(Pull) 커뮤니케이션 예시:**

- (a) 어떤 사람이 암웨이 사업에 대한 ABO의 블로그를 확인하고 댓글을 남긴 경우, ABO는 해당 댓글에 응답할 수 있다. ABO가 해당 디지털 공간을 소유하고 있으며 이를 발견한 개인이 블로그에 댓글을 남김으로써 커뮤니티에 참여하였기 때문이다.
- (b) ABO가 자신의 암웨이 사업에 대한 전체공개 형태의 페이스북을 개설하는 것은 허용된다. 그 ABO가 해당 디지털 공간을 소유하거나 통제하며, 다른 사람이 추가적인 게시물을 보기 위해서는 해당 커뮤니티에 참여하고자 하는 의사를 표명해야 하기 때문이다.
- (c) ABO는 #암웨이와함께하는삶 이라는 해시태그를 작성하여 다른 사람이 인스타그램 검색을 통해 이를 발견하도록 할 수 있다. 이는 그 ABO가 해시태그를 게재한 디지털 공간을 소유하거나 통제하며, 다른 사람이 스스로의 노력을 통해 이를 발견하고 해당 ABO의 인스타그램 커뮤니티에 관심을 표현하였기 때문이다.
- (d) ABO가 자신의 공개 트위터에 아티스트리 라잇업 립글로스에 대한 트윗을 남기고, 해당 글에 좋아요를 누른 개인에게 광고성 정보가 포함된 트윗을 보내는 것은 허용되지 않는다. 이는 해당 개인이 트윗에 좋아요를 눌렀다고 하여 광고성 정보 수신에 동의하였다고 보기는 어렵기 때문이다.
- (e) ABO가 본인이 게시하지 않은 유튜브 영상의 댓글에 자신의 암웨이 사이트를 홍보하는 링크를 남기는 것은 허용되지 않는다. 이는 그 ABO가 글을 남기는 해당 디지털 공간(유튜브 계정)을 소유하거나 운영하고 있지 않기 때문이다.

**푸시(Push) 커뮤니케이션을 활용한 온라인 커뮤니티 구축**

푸시 커뮤니케이션은 ABO가 개인에게 직접적으로 접촉하거나, 디지털 콘텐츠를 전송하는 것을 의미한다. 푸시 커뮤니케이션에는 두 가지 유형이 있으며, 하나는 허용되고 다른 하나는 허용되지 않는다.

**허용되는 푸시 커뮤니케이션:** ABO는 암웨이 사업 및 제품과 관련한 광고성 정보의 수신을 사전 동의한 사람에게 디지털 콘텐츠를 발송할 수 있다. 이 때 ABO는 '정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률'(이하 '정보통신망법' 이라 함)에서 정한 광고성 정보 수신 관련 모든 규정을 준수하여야 하며 그 내용은 별첨 1.에서 확인할 수 있다.

**허용되는 푸시 커뮤니케이션 예시:**

- (a) ABO는 인스타그램에서 자신을 팔로우하고 암웨이 관련 정보 수신을 사전에 동의한 사람에게 뉴트리라이트 제품에 대한 메시지를 발송할 수 있다.
- (b) ABO가 자신의 페이스북에 뷰티 팀에 대한 글을 게시하면서 암웨이 제품을 사용하였음을 언급하고, 이를 본 사람이 제품에 대한 추가적인 정보를 요청할 경우 ABO가 해당인에게 연락하는 것은 허용된다. 이는 해당 개인이 암웨이 제품에 대한 추가적인 정보를 먼저 요청하였기 때문이다.
- (c) 보트와 관련된 페이스북 그룹을 운영하는 ABO가 보트 청소에 도움이 되는 암웨이 제품에 대한 포스팅을 올리는 것은 허용된다. 이는 해당 페이스북 그룹을 ABO가 직접 운영하고 있기 때문이다.
- (d) 온라인 카페에 어떤 개인이 '암웨이 사업자를 찾는다'는 내용의 글을 게재하여, 이를 본 카페 멤버 ABO가 개인적인 쪽지를 발송하는 것은 허용된다. 작성자가 본인의 자발적인 의사로 사업자를 추천을 요청하였기 때문에 ABO는 해당인에게 연락할 수 있다. 다만 ABO 정보와 관련된 내용은 공개 형태가 아닌 개인적인 메시지를 통해 이루어져야 한다.

**허용되지 않는 푸시 커뮤니케이션:** ABO는 암웨이 관련 정보의 수신을 사전에 동의하지 않은 사람에게 디지털 커뮤니케이션을 전송할 수 없다. 이러한 활동은 스팸으로 간주된다.

### 허용되지 않는 푸시 커뮤니케이션 예시:

- (a) 그룹 토론 게시판에서 발견한 사람에게 암웨이와 관련된 메시지를 전송하는 것은 허용되지 않는다. 이는 그 사람이 암웨이와 관련된 정보 수신 동의를 하지 않았기 때문이다.
- (b) 대규모의 전문 엔지니어링 협회의 회원인 ABO가 전체 회원 메일 리스트를 확보하여 이메일로 후원 미팅에 초대하는 것은 허용되지 않는다. 특정 협회의 멤버이며 메일 리스트에 포함되었다는 것이 해당 ABO의 커뮤니티에 참여하기를 희망한 것은 아니기 때문이다.
- (c) 개인적으로 알지 못하는 페이스북 동창회 회원에게 암웨이 사업에 대한 다이렉트 메시지를 전송하는 것은 허용되지 않는다. 그 ABO가 동창회 페이스북 그룹을 소유하거나 운영하는 것이 아니며, 당사자가 정보 수신에 동의한 것이 아니기 때문이다.

### ABO 전용으로만 허용되는 콘텐츠 (라이브 스트리밍 제외)

아래와 같은 유형의 콘텐츠의 경우 ABO만을 대상으로 비공개 형태의 게시물을 등록할 수 있다.

- 암웨이를 통한 수익 창출 및 자격 인정, 보너스 등 암웨이 ABO 보상 플랜 관련 정보
- 그룹 미팅, 교육, 이벤트 등 암웨이와 관련된 교육이나 행사 정보

### 어떠한 경우에도 허용되지 않는 콘텐츠

다음과 같은 성격의 콘텐츠는 비공개 또는 공개 형태, 사전 동의 여부와 관계 없이 어떠한 경우에도 게시 및 전송이 허용되지 않는다.

- 스폰서십 라인(LOS) 정보
- 사전 출시 제품 정보, 암웨이 임직원 인사 이동, 공장 폐쇄, 사업 인수 등을 포함하여 암웨이 및 암웨이 사업, 제품과 관련된 기밀 사항 또는 민감한 내용을 포함하는 정보
- 정보통신망법 또는 다른 법률에서 금지하는 재화 또는 서비스에 대한 광고성 정보

### 디지털 커뮤니케이션 활용시 준수사항

ABO는 앞서 언급된 푸시 또는 풀 커뮤니케이션 기준과 더불어 다음의 사항을 준수하여야 한다.

## 암웨이 사업 소개

ABO는 자신이 소유하거나 운영하는 디지털 공간을 활용하여 암웨이 사업을 소개하고 후원 활동을 전개할 수 있다.

### 사용자 작성 콘텐츠

ABO는 동영상, 음성, 이미지, 암웨이 제품과 함께 또는 제품 없이 촬영한 자신의 사진(셀프 카메라)을 포함한 게시물을 등록하여 후원 활동을 전개할 수 있으며, 작성된 게시물은 언제나 진실하고 정확하며 오인의 소지가 없어야 한다.

### 후원 예시:

- (a) ABO는 자신의 인스타그램에 암웨이 제품을 들고 있는 본인의 사진을 게재하면서 '암웨이 사업에 대해 알고 싶으신 분은 DM 주세요' 라고 기재할 수 있다. 해당 ABO가 디지털 공간을 소유하거나 통제하고 있으며, ABO에게 메시지를 보낸 개인은 추가적인 정보를 받는 것에 대해 동의한 것이기 때문이다.
- (b) ABO는 암웨이 사업자 등록에 대한 암웨이 공식 트위터 계정의 글을 리트윗 하면서 ABO로 등록하여 받을 수 있는 혜택을 언급하고 등록을 원할 경우 연락하도록 기재할 수 있다. ABO에게 연락을 하는 사람은 사업에 대한 추가 정보를 받는 것에 대해 동의한 것이기 때문이다.

- (c) ABO가 친구의 블로그에 암웨이 ABO 등록과 관련된 영상을 게재하는 것은 허용되지 않는다. 해당 ABO가 블로그의 소유자나 운영자가 아니며, 블로그를 방문한 사람들이 해당 ABO와의 커뮤니케이션에 동의한 것도 아니므로 이는 허용되지 않는다.

## 판매 / 거래

ABO는 자신이 소유하거나 운영하는 디지털 공간을 통해서, 또는 광고성 정보 수신에 동의한 사람에게 암웨이 제품을 홍보하여 구매로 이어지도록 하는 활동을 진행할 수 있다. ABO는 제품의 거래를 오프라인을 통하여 진행할 수도 있다.

### 통신판매업자 신고 및 전자상거래법 준수

ABO는 디지털 공간을 통하여 제품에 관한 정보를 제공하고 소비자의 청약을 받아 제품을 판매할 경우, '전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률'(이하 '전자상거래법'이라 함)에 따라 통신판매업자로 신고하여야 하며, 전자상거래법상 통신판매업자의 모든 의무를 이행하여야 한다.

단, 최근 6개월 동안 통신판매의 거래횟수가 20회 미만인 경우, 또는 최근 6개월 동안 통신판매의 거래규모가 1200만원 미만인 경우, 통신판매업자 신고 의무는 면제될 수 있다.

### 사용자 작성 콘텐츠

ABO는 본 디지털 커뮤니케이션 기준을 준수하는 범위 내에서 동영상, 음성, 이미지(제품, 사람 또는 기타), 암웨이 제품과 함께 또는 제품 없이 촬영한 자신의 사진 등을 포함한 게시물을 자신이 소유하거나 운영하는 디지털 공간에 등록하여 제품을 판매할 수 있으며, 이때 게시물의 모든 내용은 진실하고 정확하며, 오인의 소지가 없어야 한다.

### 미승인 판매

ABO는 온라인 스토어 및 마켓 플레이스(Auction, Gmarket, 11번가, 인터파크 등), 소셜 커머스(쿠팡, 위메프, 티몬 등), 인터넷 쇼핑몰, 인터넷 카페(중고나라 및 지역 카페 포함) 등 대중에게 상품과 서비스를 판매할 목적으로 운영되는 디지털 소매 공간을 통해 제품을 판매하거나 제3자를 통하여 판매하도록 할 수 없으며, 제품 판매를 위한 목적이 아닌 경우에도 암웨이 제품을 위 공간에 노출할 수 없다.

ABO는 ABO가 아닌 사람(유명인, 연예인, 소비자, 키 인플루언서 등)이 자신의 디지털 공간 또는 오해의 소지가 있는 방식 등을 활용하여 암웨이 제품을 판매 또는 홍보하도록 할 수 없다.

### 판매 활동 예시:

- (a) ABO는 암웨이의 제품 홍보용 이미지를 자신의 페이스북에 게재하고 관심이 있을 경우 연락하도록 기재할 수 있다. 그 ABO가 디지털 공간을 소유하거나 운영하고 있으며, 구매를 희망하는 개인이 본인 선택에 따라 ABO에게 연락할 수 있도록 하기 때문이다.
- (b) ABO가 글로벌 암웨이 본사의 공식 페이스북 페이지에 자신에게 제품을 구매하도록 유도하는 글을 등록하는 것은 허용되지 않는다. 해당 ABO가 글로벌 암웨이 본사의 페이스북 페이지를 소유하거나 운영하는 것이 아니기 때문이다.
- (c) ABO가 옥션 사이트에 아티스트리 제품 판매를 위한 리스트를 등록하는 것은 허용되지 않는다. 옥션은 승인되지 않은 온라인 스토어이며, 공정한 경쟁 환경과 ABO의 소비자 서비스를 저해할 뿐만 아니라 암웨이와 관련 브랜드의 이미지를 침해할 수 있다.
- (d) ABO가 유튜브 블로거에게 암웨이 제품을 판매하고 자신의 사업을 홍보하도록 활용하는 것은 허용

되지 않는다. 해당 블로거가 아무런 보상이나 대가를 받지 않는 경우에도 제3자가 ABO를 대신하여 암웨이 제품을 판매하거나 홍보하는 것은 허용되지 않는다.

## 다른 커뮤니티/사업의 혼용 및 활용

ABO의 개인적인 디지털 공간에서는 다양한 개인적 관심사들이 복합적으로 다루어질 수 있다. ABO는 자신의 암웨이 사업을 자신의 다른 소셜 커뮤니티 또는 사업과 조화롭게 활용할 수 있다. 즉, ABO가 소유하거나 운영하는 디지털 공간에서 암웨이 이외의 사업 또는 커뮤니티를 다루고 암웨이 제품을 판매하거나 후원이 이루어질 수도 있으며, 반대로 암웨이 커뮤니티를 다루면서 암웨이가 아닌 제품을 홍보하거나 판매할 수 있으며 후원을 위한 연락이 이루어질 수도 있음을 의미한다. 다만 현재 또는 과거에 다이아몬드 이상의 자격을 달성한 ABO의 경우, 이러한 복합적인 디지털 공간을 운영할 수 없다.

복합적인 커뮤니티에서 암웨이 제품의 판매는 암웨이 이외의 제품 판매와 별개로 이루어져야 한다. ABO는 암웨이 제품과 암웨이 이외의 제품을 묶어서 판매하거나 프로모션을 제공할 수 없다.

ABO가 복합적으로 운영하는 디지털 공간은 온라인 상의 판매만을 위한 목적으로만 운영될 수 없다. 암웨이와 다른 사업 또는 커뮤니티를 복합할 경우 암웨이 윤리강령 및 행동지침과 본 디지털 커뮤니케이션 기준을 준수함과 더불어 해당 커뮤니티나 사업의 이용 약관을 준수하여야 한다. ABO는 공식적인 암웨이 디지털 공간이나 소비자 또는 ABO 후원을 위해 운영되는 암웨이만을 위한 디지털 공간에서 다른 사업의 회원 관리, 서비스, 제품 등을 다루어서는 안된다.

ABO는 어떠한 경우에도, 다음의 사업 및 커뮤니티를 암웨이와 혼용하거나 활용할 수 없다.

- 암웨이와 경쟁 관계에 있는 브랜드, 제품 및 사업 기회, 직접 판매 또는 네트워크 마케팅 사업 (정관장, GNC, 올리브영, 에이본, 허벌라이프, 뉴스킨, 애터미, ACN 등)
- 음주, 흡연, 음란물, 정치, 대체 의학, 종교, 도박, 투자 권유 등 논란의 여지가 있는 사업 또는 라이프스타일
- 멘토쉽, 라이프스타일 코칭 등을 표방하나 실제로는 암웨이로 유도하기 위한 목적으로만 고안된 허위 커뮤니티

## 다른 커뮤니티/사업과의 혼용 예시:

- (a) ABO가 자전거 동호인으로서 자전거에 대하여 토론하고 자전거에 대한 의견을 공유하기 위하여 비상업적 디지털 공간을 운영하고 있다. ABO가 해당 공간을 통해 뉴트리라이트를 활용한 건강한 생활을 홍보하고 자전거 소품을 판매하는 것은 허용된다. 이는 그 ABO가 해당 디지털 공간을 소유 및 운영하며 상업적 목적으로만 존재하는 공간이 아니기 때문에 가능하다.
- (b) ABO가 자신의 레스토랑 홍보를 위한 인스타그램 계정에 암웨이 사업과 관련된 내용을 등록하는 것은 허용되지 않는다. 해당 디지털 공간은 레스토랑 운영이라는 상업적 목적으로만 운영되기 때문이다.
- (c) 자신의 음악 홍보 및 판매를 위한 웹사이트를 운영하고 있는 ABO가 자신이 운영하는 암웨이만을 위한 별도의 페이스북 페이지에 투어 일정과 티켓 구매를 독려하기 위한 라이브스트림을 진행하는 것은 허용되지 않는다. 암웨이 사업만을 위한 공간에서 다른 제품이나 서비스 등을 홍보하거나 판매할 수 없기 때문이다.
- (d) ABO가 실제 존재하지 않는 라이프 코칭 회사를 홍보하는 웹사이트를 구축하여 해당 사이트를 발견한 사람과 만나 암웨이 ABO로 등록하도록 유도하는 행위는 허용되지 않는다. 해당 회사가 실제

로 존재하지 않으며 기재된 정보 역시 오인의 소지가 있기 때문이다.

- (e) SP 자격을 달성한 ABO가 자신의 가족, 암웨이 사업, 캔들 제작 사업을 다루는 개인적 디지털 공간을 운영하는 것은 허용된다. 개인적인 복합 디지털 공간에 암웨이 이외의 제품을 판매하는 것은 가능하며, 암웨이 사업에 있어 아직 다이아몬드 자격을 달성하지 않았기 때문이다.

## 광고 및 홍보

ABO는 검색 엔진 상의 무료 비즈니스 리스트 등록을 활용하여 광고를 진행할 수 있으며, 다음의 문장 중 하나를 사용하여 자신이 암웨이 ABO임을 알려야 한다 [암웨이 ABO 또는 암웨이 개인 사업가]. 비즈니스 리스트를 등록할 때에는 자신이 해당 지역의 암웨이를 대표한다는 오해를 줄 수 있는 표현을 사용할 수 없으며, 암웨이 사업 및 제품과 관련하여 허위,과대·과장 광고를 포함할 수 없다.

ABO는 파워 링크, 스폰서, 검색엔진 광고 등을 포함하여 ABO간 또는 암웨이와 불필요하며 불공정한 경쟁을 유발할 수 있는 유료 광고를 진행할 수 없다. 페이스북 마켓플레이스, 네이버 광고, 옥션 사이트, 온라인 중고 거래, 기금 모집 사이트, 기타 상거래 및 직접판매 사이트를 통한 광고는 비용 발생과 관계 없이 어떠한 경우에도 허용되지 않는다. 이러한 사이트에서의 광고 행위는 ABO가 소비자에게 제공하는 서비스와 암웨이 및 관련 브랜드의 명성을 저해할 수 있다.

### 광고 예시:

- (a) ABO는 자신의 암웨이 사업을 홍보하기 위해 구글 마이 비즈니스를 생성할 수 있다. 이는 무료 검색 엔진 비즈니스 리스트 사이트이며 ABO의 거주 지역 내에서 이루어졌기 때문에 가능하다.
- (b) ABO가 페이스북에 암웨이 크림 엘엑스에 대한 스폰서 광고를 생성하는 것은 허용되지 않는다.
- (c) ABO가 구글 키워드를 구매하여 광고 캠페인을 진행하는 것은 허용되지 않는다. 이는 암웨이의 광고 활동과 경쟁할 수 있으며 ABO간에 불공정한 이득을 발생시킬 수 있다.

## 영상, 음성, 라이브 스트리밍

ABO가 소유하거나 운영하는 디지털 공간에 등록되는 영상, 음성, 라이브 스트리밍 형태의 디지털 커뮤니케이션은 일반적으로 암웨이의 사전 서면 승인을 필요로 하지 않는다. 단, 모든 콘텐츠는 암웨이 윤리강령 및 행동지침 및 본 기준을 준수해야 한다. 또한, ABO는 언제든지 상담 및 검토를 위해 게시물 등록 전에 암웨이에 영상 및 음성 자료를 제출할 수 있다 (문서 하단의 승인을 위한 자료 제출 부분 참조).

영상, 음성, 라이브 스트리밍은 다음 내용을 포함할 수 없다:

- 제3자에 의해 작성된 콘텐츠
- 스폰서십 라인(LOS) 정보
- 허위, 과장 광고
- 판매보조물품 정보
- 사전 출시 제품 정보, 암웨이 임직원 인사 이동, 공장 폐쇄, 사업 인수 등을 포함하여 암웨이 및 암웨이 사업, 제품과 관련된 기밀 또는 민감한 내용을 포함하는 정보
- 관련 법령에 위반되는 내용을 포함한 정보

영상, 음성, 저장된 라이브 스트리밍을 배포 하거나 오프라인 미팅에서 사용하고자 할 경우, 암웨이의 사전 서면 승인을 받아야 한다. 또한 다음의 항목을 포함하는 영상, 음성, 저장된 라이브 스트리밍 역시 암웨이의 사전 서면 승인을 받아야 한다.

- 플랜 - 암웨이를 통한 수익 창출 및 자격 인정, 보너스 등 암웨이 ABO 보상 플랜을 설명하기 위

한 내용으로 예상 ABO나 기 등록된 ABO의 교육을 위한 자료

- 제품 정보 – 암웨이가 공식적으로 제공하는 정보를 벗어난 내용 (ABN에 공유 버튼이 있는 정보 제외)
- 후원 – 예비 ABO 후원 방법 등과 관련된 정보
- 경제적 소득 관련 내용
- 음악, 간판, 로고, 그래픽, 이미지 등 제3자의 지적 재산 (제3자의 승인 또한 필요함)

## 웹사이트, 모바일 앱, 팟캐스트, 블로그, 인터넷 카페

웹사이트, 모바일 앱, 팟캐스트, 블로그, 인터넷 카페 등을 운영하기 위해서는 전반적인 콘셉트에 대해 암웨이의 사전 서면 승인을 받아야 한다.

## 디지털 이벤트

ABO는 윤리강령 및 행동지침 및 본 기준을 준수하는 범위에서, 자신이 소유하거나 운영하는 디지털 공간에서 암웨이 사업과 관련한 디지털 또는 가상 이벤트를 개최할 수 있다. 디지털 이벤트는 가상 공간에서 정해진 기간 내에 공통된 주제와 특정 그룹이나 커뮤니티를 위해 진행되는 이벤트를 의미한다. ABO가 소유하거나 운영하지 않는 공간에서 진행되는 디지털 이벤트는 암웨이의 사전 서면 승인과 이벤트 주최자의 승인을 받아야 한다.

모든 디지털 이벤트는 다음의 요건을 갖추어야 한다.

- 이벤트에서 제품을 홍보하는 경우, 해당 이벤트의 주제와 부합하여야 한다.
- 이벤트에 사용되는 모든 자료는 암웨이의 사전 서면 승인을 받아야 한다.
- ABO 보상 플랜 등 사업과 관련된 민감한 정보는 ABO만 참여가 가능한 커뮤니티에서만 허용된다. ABO가 아닌 사람도 참석이 가능한 커뮤니티에서 ABO 보상 플랜 정보를 다루고자 할 경우, 암웨이의 사전 서면 승인을 받아야 한다.
- 제3자가 작성한 콘텐츠는 해당 작성자와 암웨이의 사전 서면 승인 없이 사용될 수 없다.

### 디지털 이벤트 예시:

- (a) ABO가 자신이 소유 또는 운영하는 페이스북에 가상 아티스트리 파티를 개최하는 것은 허용된다.
- (b) ABO는 자신의 암웨이 쿠킹 이벤트를 홍보하기 위해 자신의 공개된 페이스북 이벤트를 생성할 수 있다.
- (c) ABO가 팟캐스트에서 자신의 암웨이 사업과 제품에 대한 경험을 나누기 위해 인터뷰에 초대되는 것은 가능하나, 이 경우 ABO가 운영하거나 소유하는 공간이 아니기 때문에 암웨이의 사전 서면 승인을 받아야 한다.
- (d) ABO가 친구의 페이스북 가상 뷰티 파티에 참석하여 자신의 암웨이 사업을 홍보하는 것은 허용되지 않는다. 이는 해당 ABO가 소유하거나 운영하는 공간에서 개최된 이벤트가 아님에도 암웨이와 주최자의 사전 서면 승인을 받지 않았기 때문이다.

ABO는 윤리강령 및 행동지침과 본 디지털 커뮤니케이션 기준을 준수하는 경우에 한하여, 자신이 소유하거나 운영하는 디지털 공간에 이러한 암웨이 이벤트를 녹화한 영상 또는 음성을 게시할 수 있다.

## 암웨이에 대한 정보

암웨이 세일즈&마케팅 플랜, 사업 기회, 암웨이가 제공하는 제품 또는 서비스에 대한 내용은 항상 진실하고

정확하며 오인의 소지가 없어야 한다.

암웨이 제품과 서비스에 대한 내용은 반드시 암웨이가 승인한 내용만 언급할 수 있으며 임의로 수정하거나 편집 또는 변경할 수 없다.

### 소득 및 라이프스타일

소득과 관련된 직간접적인 내용은 현실적이며 과장되지 않아야 한다. 소득, 라이프 스타일 등 암웨이 사업으로 인해 발생하는 수입에 대해서는 암웨이 사업을 진행함으로써 얻은 정당한 소득의 결과임을 확인한 경우에만 그와 같은 내용을 언급할 수 있다.

### 제품 후기 및 추천

제품 후기와 추천은 반드시 정직한 의견과 사용자의 경험이 반영되어야 한다. 후기와 추천에 사용되는 내용은 암웨이가 법적으로 언급할 수 없는 내용이 포함되어서는 안 된다.

ABO는 제품 후기나 추천, 또는 긍정적인 리뷰 등에 대해 제품 샘플을 제외한 어떠한 형태의 보상도 제공할 수 없다. ABO는 팔로우를 맺는 것 또는 좋아요를 누르는 것에 대한 대가로 어떠한 형태의 보상도 제공해서는 안 된다.

후기나 추천 등을 작성하는 사람과 암웨이 사이에 물질적인 연관성이 있으며 그러한 연관성이 대중에게 알려져 있지 않거나 예상되지 못할 경우, 그러한 연계성은 '표시·광고의 공정화에 관한 법률' 및 '추천·보증 등에 관한 표시광고 심사지침'을 준수하여 공개되어야 한다. 예를 들어, 물질적인 연관성은 후기나 추천을 작성하는 대가로 제품을 무상으로 받았거나, 작성자가 ABO인 경우가 포함된다. 공개 문구는 명확하고 눈에 잘 띄며 제품 관련 내용과 가까운 위치에 읽기 쉽고 뚜렷하게 기재해야 한다.

### **후기 및 추천 예시:**

- (a) ABO는 한 소비자가 ABO로부터 무료로 지급 받은 새티닉 샴푸 샘플을 사용한 후 얼마나 머릿결이 보기 좋아 졌는지를 작성한 후기를 리트윗 할 수 있다. 이는 트윗 내용에 제품을 무료로 받았음이 기재되어 있으며, 소비자가 추가로 받은 보상이 없는 경우 가능하다.
- (b) ABO가 어떤 블로거에게 리뷰 작성을 대가로 SA8 제품 두 개를 증정하는 것은 허용되지 않는다. 이러한 양의 제품은 샘플로 간주할 수 없다.

### 사용 전 후 이미지 및 영상

사용 전 후 이미지와 영상은 ABO 본인인지 다른 사람의 것인지 여부를 불문하고, 제품 추천에 해당하며, 암웨이가 법적으로 사용할 수 없는 내용은 언급될 수 없다.

ABO는 암웨이 제품의 사용 전 후 이미지나 영상의 제작이나 사용에 대해 암웨이의 사전 서면 승인을 받아야 한다. 다만, 다음의 경우 사전 서면 승인을 필요로 하지 않는다:

- 암웨이가 제공한 사용 전 후 이미지 또는 영상 (암웨이가 명시한 문구가 표기되어야 함)
- 암웨이 색조 화장품(메이크업 제품)을 자신이 사용한 전 후 이미지 또는 영상. 이러한 자료에는 암웨이가 해당 제품에 사용하는 내용을 벗어나는 자막이나 문구, 음성이 포함될 수 없다. 이러한 이미지와 영상에는 타사(제3자) 제품이 보여지거나 전시 또는 언급될 수 없다.

### 제품 시연

제품 시연은 암웨이 제품에 대한 설명으로, 제품의 기능을 보여주기 위한 실질적인 사용 또는 제품을 사용한 결과를 포함한다.

ABO는 암웨이 제품이 포함된 일체의 제품 시연에 대해 암웨이의 사전 서면 승인을 받아야 한다. 다만 다음의 경우 사전 서면 승인을 필요로 하지 않는다:

- 암웨이가 제공한 지시사항을 충실히 따른 경우
- 암웨이가 직접 제공하는 제품 시연
- 암웨이 색조 화장품(메이크업 제품)을 본인이 사용하는 경우
- 암웨이 쿨 제품을 용도(음식의 준비 및 조리)에 맞게 사용하는 경우

어떠한 제품 시연도 암웨이가 해당 제품에 대해 사용하는 문구를 벗어나는 자막이나 문구, 음성을 포함할 수 없다. 제품 시연에는 타사 제품이 보여지거나 전시 또는 언급될 수 없다.

## 지적 재산권

지적 재산권은 지적 창작물에 대하여 특허, 저작권, 상표 등을 신청할 수 있는 재산을 의미하며, 그 소유권은 창작자에게 있다. ABO는 암웨이 또는 다른 사람이 소유하고 있는 지적재산의 사용에 관한 권리를 서면으로 확보한 경우에 한하여 해당 지적 재산을 사용할 수 있다. 지적 재산에는 음악, 이미지, 오디오, 동영상, 텍스트, 상표, 로고 또는 기타 저작물 등이 포함된다.

### 저작권 보호 자료

저작권 보호 자료에는 음악, 서적, 잡지, 기사 및 기타 저술, 발췌문, 번역, 연설, 사진, 삽화를 포함하여 온라인 이미지, 웹 사이트, 블로그 및 기타 소셜 미디어 게시물, 동영상을 비롯하여 영화, 연극, 조각품, 건물 및 3D 양식, 컴퓨터 소프트웨어 등이 해당된다.

### 암웨이 제작 자료의 사용

ABO는 암웨이가 정한 절차를 통해 승인을 취득하지 못한 경우, 허가 없이 암웨이가 제작한 저작물을 사용할 수 없다. 다만 ABO는 공유하기 버튼이 존재하는 암웨이의 공식 디지털 콘텐츠를 공유하거나 링크하는데 있어 사전 승인을 얻을 필요가 없다.

### **암웨이 제작 자료 사용 예시**

- (a) ABO가 암웨이의 공식 페이스북 페이지에서 L.O.C. 브랜드 홍보 이미지를 자신의 페이지에 공유하는 것은 허용된다. 암웨이의 공식 게시물을 공유하는 것은 별도의 승인을 필요로 하지 않는다.
- (b) ABO가 ABN의 제품 이미지를 우클릭하여 저장하거나 스크린 샷으로 저장한 뒤 자신의 트위터 프로필에 게재하는 것은 허용되지 않는다. 웹사이트 사진에 나타난 모델 사진과 같은 이미지의 사용은 회사 웹사이트로만 제한되며, ABO의 사용에는 허용되지 않는다. 또한 저장 및 복사 등의 과정에서 이미지 품질이 저하될 수 있다.

### 제3자 저작물의 사용

ABO는 관련법상 달리 승인되지 않은 한, 저작권 보호를 받는 제3자의 자료를 사전 서면 승인이나 라이선스 또는 저작물 소유자의 기타 허가를 얻지 않고 사용할 수 없다. ABO는 암웨이가 요구할 경우 그러한 저작물의 사용에 대한 승인을 받았음을 증빙할 수 있어야 한다. ABO는 디지털 커뮤니케이션을 진행함에 있어 모든 저작권법 등 관련 법령을 준수해야 한다.

암웨이 제품이나 암웨이 사업기회와 관련된 내용을 포함하지 않을 경우, 제3자에 의해 작성된 글이나 블로그 포스트, 소셜 미디어 포스트 등을 링크 또는 공유하기 버튼을 이용하여 공유하는 것은 허용된다. 그러나, 링크된 게시물 상의 문구에 암웨이 제품이나 암웨이 사업 기회에 대한 내용이 추가되어서는 안된다.

### 제3자 저작물 사용 예시

- (a) ABO가 피쉬오일과 심장 질환의 리스크 감소에 대한 온라인 USA 투데이의 기사를 읽고 자신의 페이스북에 '피쉬 오일과 심장 질환의 잠재적 관련성에 대한 정말로 흥미로운 기사'라는 문구를 추가하여 해당 기사를 공유하는 것은 가능하다. 암웨이 제품과 관련된 어떠한 언급도 없기 때문이다.
- (b) 포브스가 웹사이트 상의 기사를 자사 공식 페이스북 페이지에 게재하였고, 한 ABO가 자신의 페이스북 팔로워들에게 해당 기사를 공유한다. 만약 포브스의 원본 기사가 '공유하기' 기능을 제공할 경우 ABO는 그 기사를 공유할 수 있으며, 본 디지털 커뮤니케이션 기준을 준수하는 선에서 코멘트를 추가할 수 있다. 예를 들어, ABO의 코멘트는 어떠한 방식으로든 포브스가 암웨이 또는 ABO를 홍보하거나 관련이 있다는 내용을 언급할 수 없다.
- (c) ABO가 암웨이 제품에 대해 언급한 신문 기사를 자신 트위터에 공유할 경우, 암웨이 제품 또는 사업에 대한 자신의 의견을 포함시킬 수 없다.
- (d) 포브스 잡지를 구독하고 있는 ABO가 포브스에 게재된 암웨이 사업에 관한 기사를 보고 본인의 인스타그램에 표지 및 기사 사진을 공유하는 것은 ABO가 사전에 포브스로부터 사전 서면 허가를 받지 않는 한 허용되지 않는다.
- (e) ABO가 다른 ABO가 만든 동영상을 유튜브에서 보고 해당 동영상을 다운로드 한 다음 본인의 페이스북에 업로드하여 모든 팔로워들과 공유하는 것은 원저작자인 다른 ABO의 사전 서면 허가를 받지 않은 경우, 허용되지 않는다.
- (f) ABO가 온라인 뉴욕타임즈 기사를 본인의 페이스북 계정에 다음 내용과 함께 공유한다. "비타민 D와 우울증 사이의 잠재적 영향에 관한 정말 흥미로운 기사. 뉴트리라이트 비타민 D 건강기능식품에 대한 추가 정보가 필요하면 저에게 연락하십시오!" 이 경우, 뉴트리라이트 비타민 D 건강기능식품이 우울증의 위험을 감소 시키거나 감소시킬 수 있다는 암시적인 주장이 게재되어 있기 때문에 허용되지 않는다. 암웨이는 상기와 같은 주장에 대해 정부 공인기관으로부터 사용허가를 받거나 입증 받은 사실이 없다.
- (g) ABO가 구글 이미지에서 베스트 셀러 도서 표지 이미지를 복사하여 본인의 소셜 미디어 사이트에 게시하는 것은 ABO가 이미지에 대한 권리를 보유하고 있지 않기 때문에 허용되지 않는다.

### 음악

인터넷을 통해 복제, 편곡, 재생, 연주, 녹음, 방송 또는 스트리밍 되는 음악은 소유자의 적절한 서면 양도, 라이선스 또는 저작권 소유자의 다른 허가 또는 사용을 허용하는 관련 법률이 제정되어 있는 경우가 아닌 이상 사용할 수 없다. 저작권 보호 음원을 사용할 때 최소한 한 건 이상의 라이선스가 필요하며 저작권 보호 음원 사용 관련 서면 허가를 받은 경우, ABO는 서면 허가서를 보유하여야 하며, 암웨이가 요청할 경우 이를 암웨이에게 제공하여야 한다.

### 음악 사용 예시:

- (a) ABO가 아티스트리 제품을 사용하여 20초 메이크업 시연을 녹화하고, 해당 영상을 본인의 페이스북에 게재하기 전에 가수 리한나의 노래 20초를 배경 음악으로 추가하는 것은, ABO가 해당 트랙에 대한 적절한 라이선스를 취득하지 않는 한, 해당 게시물 게재 및 사용은 허용되지 않는다.
- (b) ABO가 암웨이 이벤트에서 라이브 음악 공연을 30초간 촬영하여 페이스북에 게재하는 것은 이벤트

주최자가 명확하게 공연 동영상 촬영 및 게시를 승인하였거나, ABO가 독점적으로 공연 영상 사용 저작권을 보유하고 있지 않는 한 허용되지 않는다.

### 초상권 보호

개인의 "초상권 보호"는 자신의 이름, 이미지, 음성 또는 기타 신분을 포함하여 자신의 초상권을 상업적으로 사용하는 것을 통제하고 이익을 얻는 사람의 권리이다. ABO는 타인의 초상권을 존중하고 ABO의 디지털 커뮤니케이션에 적용되는 모든 관련 법률 및 규정을 준수해야 하며, 개인의 초상권 사용중단 요청 시 사용을 중단해야 한다. ABO는 초상권자의 사전 서면 허가 없이 초상권자의 권리를 사용하여 암웨이 비즈니스를 홍보 할 수 없다.

암웨이는 ABO가 연예인의 초상권을 포함하거나 제3자를 두드러지게 특징으로 하는 게시물을 게시하는 것을 금지한다. 만약, ABO가 게시물에 등장하는 사람의 초상권 사용에 관한 서면 승인을 받았거나 암웨이가 해당 게시물 게재를 승인한 경우는 예외적으로 허용된다.

### **초상권 예시 :**

- (a) ABO가 해변에 있으며, XS 캔을 들고 셀카를 찍는다. 셀카 사진의 배경에 다른 사람들이 보이지만, 셀카는 ABO에 초점이 맞춰져 있고, 배경 사람들의 신원을 쉽게 확인할 수 없다. ABO는 이 사진을 "XS와 함께 해변에서 좋은 날! XS음료를 구매하는 방법에 대한 자세한 정보는 링크를 참조하십시오!" 라는 내용을 덧붙여서 게시한다. 이런 내용의 게시물 게재는 허용되나 다만, 개인의 신원을 사진에서 알아 볼 수 있고 배경에 찍힌 개인이 게시물을 삭제하도록 요청하면 해당 ABO가 게시물을 즉시 삭제하도록 암웨이는 권고한다.
- (b) ABO가 암웨이 행사에서 스피치하고, 도서에 서명을 해주기로 계약한 유명한 작가를 배경으로 본인 셀카를 찍으면서, 작가가 배경에 뚜렷하게 나오도록 사진을 찍는다. 만약 이벤트 가이드라인에서 ABO들이 해당 작가의 사진촬영이 허용된다는 내용으로 계약이 되어 있으면 ABO가 사진 촬영하는 것은 가능하다. 다만 사진 촬영이 허용되는 경우, ABO는 유명 저자가 암웨이와 제휴했거나 암웨이와 관계가 있다는 내용을 암시해서는 안 된다.
- (c) ABO는 유명 스노우 보더가 XS를 마시는 트위터 게시물 공유 하면서, 다음과 같은 내용을 추가한다. "이 사진을 보세요! 최고 선수들도 XS 드링크를 마십니다!" ABO가 해당 스노우 보더로부터 초상권 사용에 대한 서면 허가를 받지 않은 경우, 게시물 공유가 허용되지 않는다.
- (d) ABO가 해변에서 XS캔을 들고 셀카를 찍으려 하는데, 두 명의 모르는 사람들이 ABO가 사진 찍는데 끼어들어 ABO와 함께 엄지 손가락을 들어 포즈를 취한다. ABO가 이 사진을 게시하면서 다음과 같은 내용을 추가한다. "해변에서의 즐거운 하루! 모두들 XS 드링크를 좋아합니다! XS드링크를 구매하는 방법에 대한 자세한 정보는 아래 링크를 참조하십시오!" 끼어든 두 사람이 ABO가 해당 게시물을 게재하는 것에 동의하지 않는 한, 이러한 행위는 허용되지 않으며, 두 사람이 XS를 홍보하는 것 같은 인상을 준다.

### 상표 사용

ABO는 암웨이의 사전 서면 승인 없이 암웨이나 알티코의 상표를 복사, 배포 또는 기타 다른 방식으로 사용할 수 없다. 암웨이 또는 알티코 기업 소유의 상표 및 로고 삽화, 제품 사진 및 기업 관련 이미지는 암웨이가 지정한 공식 출처에서만 얻을 수 있다.

ABO는 상표권자의 서면 양도, 라이선스 또는 기타 허가 없이 제3 자의 상표를 복사, 배포 또는 기타 방식으로 사용할 수 없다.

## 암웨이의 상표

암웨이, 뉴트리라이트, 아티스트리, XS 및 기타 상표, 로고 또는 현재 사용 중이거나 향후 채택 될 수 있는 상표 등을 포함하는 암웨이의 상표는 암웨이의 중요한 자산이다.

암웨이는 ABO가 암웨이 관련 저작물 사용시, 암웨이가 공식 승인한 출처에서 얻은 암웨이 소유의 상표 및 로고, 삽화, 제품 사진 및 기업 관련 이미지를 사용하여 ABO가 암웨이의 권리를 존중할 것을 권고한다.

ABO가 디지털 자산(예시: 페이스북 또는 인스타그램 계정 또는 웹 사이트)을 만들 때 암웨이가 소유한 브랜드 이름(텍스트만 가능)을 사용하여 ABO가 암웨이와 연관되어 있다는 것을 "about(자기소개)" "bio", 프로필 또는 이와 유사한 위치에 암웨이 브랜드 이름을 사전 승인 없이 사용할 수 있다. 그러나, ABO는 도메인 이름, 사용자 이름(handle), 계정 이름, 표시 이름, 페이지 이름 또는 이와 유사한 디지털 영역에서 암웨이 소유 상표 및 그 상표가 포함된 문구를 사용할 수 없다.

암웨이가 공식 승인한 출처에서 얻은 (디지털) 자산을 제외하고 ABO는 암웨이의 사전 서면 승인 없이 암웨이의 상표를 복사, 배포 또는 기타 다른 방법으로 사용할 수 없다.

### **암웨이의 상표 예시:**

- (a) ABO는 페이스북 페이지를 만들고 bio 섹션에 "암웨이 ABO. 바디키 및 체중관리에 열정적임. 자세한 정보가 필요하면 연락주세요." 라고 기재할 수 있다. bio 섹션에 암웨이 브랜드를 텍스트 형태로 사용하는 것은 허용된다.
- (b) ABO가 인스타그램 계정을 만들면서 사용자이름으로 @암웨이king.을 사용하는 것은 허용되지 않는다.
- (c) ABO가 "My Nutrilite Account"라는 명칭의 트위터 계정을 만드는 것은 계정명칭에 암웨이의 브랜드 명이 포함되어 있기 때문에 허용되지 않는다.

## 제3자 상표

ABO는 디지털 커뮤니케이션을 진행함에 있어 제3자의 상표권을 침해하지 않아야 한다. ABO는 자신과 암웨이 또는 제3자 사이에 제휴 또는 후원관계가 있는 것처럼 오인할 수 있는 방식으로 제3자의 상표를 사용해서는 안된다.

### **제3자 상표 예시:**

- (a) ABO가 주방에서 암웨이 제품을 사용하는 방법에 대한 영상을 본 기준을 준수하는 범위로 작성하여 페이스북에 등록하였는데 조리대에는 베티크로커의 요리책이 암웨이 제품과 함께 노출되고 ABO는 베티크로커 로고가 부착된 셔츠를 입고 있는 경우, 이와 같은 게시물 등록은 허용되지 않는다. 이러한 영상을 게재할 경우 해당 ABO 또는 암웨이와 베티크로커 간에 일종의 제휴가 있는 것으로 해석될 수 있기 때문이다.

## 승인 요청서 제출

판매보조물품(Business Support Material; BSM)은 종종 ABO, 예비 ABO 및 소비자를 지원하고, 동기 부여 및 교육하기 위해 사용되는 서적, 소책자, 리플렛, CD 등으로 정의된다 (암웨이 윤리강령 및 행동지침 제7조 참조). BSM에는 애플리케이션, 웹 사이트, Podcast 및 동영상과 같은 디지털 자산도 포함될 수 있다. 모든 디지털 BSM은 암웨이 윤리강령 및 행동지침을 준수해야 한다.

ABO는 BSM을 사용하기 전에 암웨이 윤리강령 및 행동지침 규정에 따라 관련 자료의 검토 및 승인을 위해 해당 BSM을 암웨이에 제출해야 한다. 디지털 커뮤니케이션은 BSM 이지만 본 디지털 커뮤니케이션 기준에 구체적으로 명시되어 있지 않는 이상 별도의 사전 승인이 필요하지는 않다. 다음은 사용하기 전에 암웨이의 사전 서면 승인이 반드시 필요한 디지털 커뮤니케이션 목록이다.

- 암웨이, 알티코, 및 제3자 지적 재산권
- 제품 사용 전 후 이미지 및 동영상(색조 화장품 제외)
- 제품 시연 (색조 화장품, 조리기구 및 요리 관련 제외)
- 블로그, 인터넷 카페, 웹사이트의 콘셉트
- 제3자 지적 재산권을 사용하는 디지털 이벤트
- ABO가 소유하지 않거나, 관리 권한이 없는 공간에서의 디지털 이벤트
- ABO 커뮤니티가 아닌 사람들을 대상으로 진행하면서 암웨이 보상 플랜 정보가 포함된 디지털 이벤트
- 모바일 애플리케이션
- 팟캐스트
- 세일즈 플랜, 제품 설명, 후원활동, 경제적 소득 관련 내용, 제3자 지적재산이 포함된 동영상, 오디오, 저장된/녹화된 라이브 스트리밍

ABO는 사전 검토 및 승인 요청을 위해 윤리강령부(rulekorea@amway.com) 에 상기 자료를 제출하여야 하며, 검토 요청시에는 ABO 이름과 회원번호, 내용 및 사용 용도를 포함하여 제출하여야 한다.

## 별첨1.

ABO는 '정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률'에서 정한 광고성 정보 수신 관련 모든 규정을 준수하여야 하여 그 내용은 다음과 같다.

1. 사전 동의
  - 1.1. 광고성 정보를 전송하는 경우, 수신자의 명시적인 사전 동의를 받아야 한다.
  - 1.2. 수신자의 사전 동의를 받은 자는 그 수신동의를 받은 날부터 2년마다(매 2년이 되는 해의 수신 동의를 받은 날과 같은 날 전까지를 말한다) 해당 수신자의 수신동의 여부를 확인하여야 한다. 수신동의 여부를 확인하려는 자는 수신자에게 다음 각 호의 사항을 밝혀야 한다.
    - 1) 전송자의 명칭
    - 2) 수신자의 수신동의 사실과 수신에 동의한 날짜
    - 3) 수신동의에 대한 유지 또는 철회의 의사를 표시하는 방법
2. 수신 거부 및 사전 동의 철회
  - 2.1. 사전에 명시적으로 광고성 정보의 수신에 동의한 경우라도, 수신자가 수신거부의사를 표시하거나 사전 동의를 철회한 경우에는 더 이상 광고성 정보를 전송하여서는 안 된다.
  - 2.2. 수신자가 수신동의, 수신거부 또는 수신동의 철회 의사를 표시한 날부터 14일 이내에 다음 각 호의 사항을 포함한 처리 결과를 해당 수신자에게 알려야 한다.
    - 1) 전송자의 명칭
    - 2) 수신자의 수신동의, 수신거부 또는 수신동의 철회 사실과 해당 의사를 표시한 날짜
    - 3) 처리 결과
  - 2.3. 수신자가 수신거부나 수신동의의 철회를 할 때 발생하는 전화요금 등의 금전적 비용을 수신자가 부담하도록 해서는 아니되며, 수신거부 및 수신동의의 철회용 무료전화서비스 등 정보를 명시하여야 한다.
3. 야간 광고 전송 제한
  - 3.1. 오후 9시부터 그 다음 날 오전 8시까지의 시간에 광고성 정보를 전송하려면 수신자로부터 위 1.의 광고성 정보 수신 동의와 별도의 사전 동의를 받아야 한다.
  - 3.2. 단, 광고성 정보를 이메일로 발송할 경우, 야간 광고 전송은 제한되지 않는다.
4. 광고성 정보 전송시 명시사항
  - 4.1. 광고성 정보를 발송할 경우, 정보 전송 매체에 따라, 다음의 내용을 포함하여 발송하여야 한다.
    - 1) 이메일
      - 제목이 시작되는 부분에 '(광고)'를 표시하여야 함
      - 전송자의 명칭 및 연락처(전자우편주소, 전화번호 및 주소)를 기재하여야 함
      - 수신 거부 또는 수신동의의 철회 의사표시를 쉽게 할 수 있는 조치 및 방법을 안내하여야 함. 이 때, 수신 거부 또는 수신동의의 철회 의사를 간편하게 선택할 수 있도록 기술적 조치를 취하여야 하며, 안내문과 기술적 조치를 한글과 영문으로 명시하여야 함
    - 2) 문자 및 쪽지
      - 광고성 정보가 시작되는 부분에 '(광고)', 전송자의 명칭, 전화번호(또는 주소)를 표시하여야 함

- 수신자의 거부 또는 수신동의의 철회용 자동응답전화번호 등의 전화번호 또는 전화를  
갈음하여 쉽게 수신자의 거부 또는 수신동의의 철회를 할 수 있는 방식을 정보가 끝나  
는 부분에 명시하고, 그 전화번호나 방식을 이용하여 수신자의 거부 또는 수신동의의  
철회를 하는 때에 수신자가 비용을 부담하지 않는다는 것을 함께 명시하여야 함
- 3) 모사 전송(팩스)
  - 광고성 정보가 시작되는 부분에 '(광고)', 전송자의 명칭, 전화번호 및 주소를 표시해  
야 함
  - 수신자의 거부 또는 수신동의의 철회용 자동응답전화번호 등의 전화 번호 또는 전화를  
갈음하여 쉽게 수신자의 거부 또는 수신동의의 철회를 할 수 있는 방식을 해당 광고에  
표시된 최대 글자의 3분의 1 이상의 크기로 명시하고, 그 전화번호나 방식을 이용하  
여 수신자의 거부 또는 수신동의의 철회를 하는 때에 수신자가 비용을 부담하지 않는  
다는 것을 함께 명시하여야 함
- 4) 음성형태로 전송되는 광고
  - 광고성 정보가 시작되는 부분에 광고를 의미하는 음성, 전송자의 명칭, 전화번호(또  
는 주소), 수신자의 거부 또는 수신동의의 철회를 할 수 있는 방식을 안내하여야 함
  - 수신자의 거부 또는 수신동의의 철회용 자동응답전화번호 등의 전화번호 또는 전화를  
갈음하여 쉽게 수신자의 거부 또는 수신동의의 철회를 할 수 있는 방식을 이용하여 수  
신자의 거부 또는 수신동의의 철회를 하는 때에 수신자가 비용을 부담하지 않는다는  
것을 함께 안내하여야 함

#### 5. 광고성 정보 전송시 금지 행위

- 1) 광고성 정보 수신자의 수신거부 또는 수신동의의 철회를 회피·방해하는 조치
- 2) 숫자·부호 또는 문자를 조합하여 전화번호·전자우편주소 등 수신자의 연락처를 자동으로 만들  
어 내는 조치
- 3) 영리목적의 광고성 정보를 전송할 목적으로 전화번호 또는 전자우편주소를 자동으로 등록하는  
조치
- 4) 광고성 정보 전송자의 신원이나 광고 전송 출처를 감추기 위한 각종 조치
- 5) 영리목적의 광고성 정보를 전송할 목적으로 수신자를 기망하여 회신을 유도하는 각종 조치