



ESG 경영 정책

광고마케팅 윤리규정

문서 번호	TR-ESG-PB-003
제정 일자	2024. 12. 01
개정일자(Rev)	-
페이지	-

목 차

1. 개요
2. 원칙
3. 규정위반에 대한 조치



ESG 경영 정책

광고마케팅 윤리규정

문서번호	TR-ESG-PB-003
제정일자	2024. 12. 01
개정일자(Rev)	-
페이지	1 / 4

1. 개요

1) 제정목적

TOPRUN(이하 관계사 모두에 적용)은 고객의 올바른 제품 구매 의사결정을 유도함과 동시에, 건전한 광고 및 마케팅 환경을 조성하고자 본 '광고 및 마케팅 윤리' 규정을 제정한다.

2) 적용범위

본 규정은 회사의 TOPRUN 이하 모든 관계사 소속 임직원에게 적용된다.

3) 기본원칙

TOPRUN은 제품/서비스 정보의 오기 및 누락, 제품/서비스 효용의 과장 및 축소, 경쟁 기업 제품을 부당하게 비교, 고객 및 소비자를 기만하는 방식, 정보 취약계층을 보호하지 않는 광고 및 마케팅 행위를 하지 않는다. 또한 TOPRUN의 광고 및 마케팅 업무를 위탁 받아 운영하는 외부 업체도 본 규정을 존중해야 한다.

2. 원칙

가. TOPRUN은 고객 및 소비자의 윤리적 감정이나 정서를 해치는 방식으로 광고 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 고객 및 소비자의 불쾌감 및 혐오감 등을 유발하는 표현을 하지 않는다.



ESG 경영 정책

광고마케팅 윤리규정

문서번호	TR-ESG-PB-003
제정일자	2024. 12. 01
개정일자(Rev)	-
페이지	2 / 4

나. TOPRUN(이하 관계사 모두에 적용)은 광고 마케팅 시, 고객 및 소비자를 오인하게 할 수 있는 정보를 제공하지 않으며 허위, 과장 또는 기만적인 표현을 포함하지 않는다. (허위/ 과장광고 금지)

- ① 원자재, 규격, 성능, 인증 등에 있어 오인 또는 기만하는 정보를 포함하지 않는다.
- ② 규모, 생산시설, 수상경력, 사업계획, 실적 등에 관한 사항을 사실대로 광고한다.
- ③ 제품 및 서비스의 편의성·장점만 지나치게 강조하거나 과장하여 표현하지 않는다.
- ④ 구체적이고 정확한 근거 없이 '최고안전', '환경친화' 등의 표현을 하지 않는다.
- ⑤ 제품 사용으로 인해 환경에 미치는 부정적 영향을 의도적으로 감추지 않는다.

다. TOPRUN은 광고 마케팅 행위에 있어 경쟁관계에 있는 기업 또는 제품 및 서비스를 부당한 방법으로 비교하거나 의도적으로 비방하지 않는다.

- ① 규격, 성능, 인증 등에 있어 명확한 기준을 밝히지 않고 비교하지 않는다.
- ② 명확한 비교 기준 및 방법 없이 경쟁기업의 제품 및 서비스와 비교하지 않는다.
- ③ 객관적 근거 없는 허위의 내용으로, 경쟁기업의 제품 및 서비스를 비방하지 않는다.

라. TOPRUN은 어린이의 신체, 정서, 도덕성을 해치는 표현 또는 어린이의 인지 능력을 저하하거나 이상행동을 유도하는 행태의 광고 마케팅 행위를 하지 않는다.

- ① 어린이의 신체, 정서, 도덕성을 해치거나 이상행동 유도하는 내용을 포함하지 않는다.
- ② 광고 마케팅 내용에 어린이가 위험한 장소에 있거나 위험한 행동을 취하는 표현을 금한다.



ESG 경영 정책

광고마케팅 윤리규정

문서 번호	TR-ESG-PB-003
제정 일자	2024. 12. 01
개정일자(Rev)	-
페이지	3 / 4

3. 규정 위반에 대한 조치

마케팅 업무를 수행하는 과정에서 이 규정을 위반한 임직원은 회사의 윤리규정에 따라 조치한다.



ESG 경영 정책

광고마케팅 윤리규정

문서번호	TR-ESG-PB-003
제정일자	2024. 12. 01
개정일자(Rev)	-
페이지	4 / 4

개정이력

NO.	개정 일자	개정 조항	개정 내용	비고
1	2024년 12월01일	全文	규정신설	