



“가게 내면 月 수익 천만원대?” 공정위, 허위·과장광고 12개 커피 프랜차이즈 적발



‘매출액이 4000만원이면 영업이익이 1750만원이다’, ‘폐점률이 0%에 가깝다’, ‘창업 비용이 가장 낮다’
 공정거래위원회는 최근 창업 희망자를 대상으로 허위·과장광고를 일삼은 12개 커피 프랜차이즈업체를 적발했다고 13일 밝혔다. 12개 가맹본부의 브랜드는 이디야커피·할리스커피·더카페·다빈치커피·커피마마·커피베이·주커피·커피니·버즈커피·라메킹·모노레일 익스프레스·라테아커피 등이다.
 이들 커피 프랜차이즈

는 가맹점을 모집하는 과정에서 순이익을 부풀리거나 창업비용을 축소해 광고했다.
 이디야는 2011년 3월부터 지난해 11월까지 홈페이지에 가맹점 모집 광고를 게재하면서 매달마다 수익률이 천차만별인데도 “순이익이 매출액의 35%를 차지한다”며 일정 수준 이상의 수익률을 보장하는 것처럼 광고했다.
 할리스커피 역시 입증할 만한 수익률 자료 없이 “매출액이 6000만원이면 영업이익이 2715만원에 이른다”고 광고를 해왔다. 할리스는 사실 프랜차이즈 평가기관으로부터 ‘100대 커피전문점 인증’을 받았을 뿐인데도 “4년 연속 글로벌 고객만족 대상, 커피전문점 부문 1위”라며 수상실적을 조작했다.

지난 2012년 가맹희망자와 망고식스 천안서북이마트점 투자계약을 맺으며 정보공개서를 제공하지 않고 가맹희망자로부터 집기류 구입비, 시설인테리어비 등의 명목으로 가맹금 1억9000만원을 받았다.

업계는 허위·과장광고의 배경을 과열 경쟁 때문으로 보고 있다.
 업계의 한 관계자는 “국내 커피 시장이 지속적인 성장세를 보이면서 수많은 사업자가 양산됐다”며 “경쟁에서 살아남기 위해 허위·과장광고라는 무리수를 둔 것으로 보인다”고 설명했다.

하지만 실질적인 단속은 이뤄지지 못하고 있다. 가맹사업법에 따르면 가맹본부는 가맹희망자에게 정보를 제공함에 있어서 허위 또는 과장된 정보를 제공하거나 중요사항을 누락해서는 안된다고 규정한다.

커피업계의 한 가맹점주는 “가맹정보 공유 규정이 지켜지는 사례가 몇이나 될 지 궁금하다”며 “가맹본부의 허위·과장 광고로 인한 가맹점주 피해와 분쟁 사례가 빈번하다. 단속도 형식에 그치는게 현실이다. 결국 업계의 과도한 경쟁이 허위·과장광고를 부추겼다”고 말했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

피자 값은 광고값?

유명 3社, 중저가업체의 2.8배

식품제조업 평균보다 3.6배 더 지출

유명 브랜드의 피자가 중저가 업체의 피자보다 최대 2.8배 비싼 것으로 조사됐다.

한국소비자단체협의회는 미스터피자·도미노피자·피자헛 등 유명 피자 브랜드와 피자스쿨·오구피자·피자 마루·피자에땅 등 중저가 업체의 피자 가격을 비교한 결과, 최대 2.8배 차이가 났다고 13일 밝혔다.

100g당 평균 가격은 유명 브랜드의 경우 피자헛 3315원, 미스터피자 3102원, 도미노피자 2782원이었다. 반면 피자에땅 1879원, 오구피자 1569원, 피자마루 1338원, 피자스쿨 1174원 등 중저가 업체는 100g당 1000원대로 저렴했다. 협의회는 특히 유명 브랜드의 피자 판매가가 원재료 가격의 몇 배에 달한다고 주장했다.

페퍼로니 피자(라지)의 경우 원재료 가격이 평균 6480원으로 추정되지만, 피자헛은 이보다 3.5배, 도미노피자 3.1배, 미스터피자 2.7배 비싸게 판매했다.

협의회는 또 유명 피자 브랜드 중 외부감사 대상 업체인 미스터피자와 도미노피자의 재무현황을 분석했다. 매출액 대비 광고선전 비용이 2012년 기준으로 각각 7.1%, 4.5%였다고 밝혔다.

이는 한국은행이 발표한 식품제조업의 매출액 대비 광고선전 비율(1.6%)보다 3.6배 높은 것이다.

협의회 관계자는 “브랜드 피자 3사는 신제품 출시 때마다 연예인을 앞세워 경쟁적으로 마케팅을 하고 그 비용을 소비자에게 전가한다”며 “또한 가격 수준도 유사해 암묵적인 담합을 하는 것은 아닌지 의심된다”고 비판했다.



/연합뉴스

소보원, 피해 접수 9월까지 510건... 전년 발생건수 육박

항공권 취소시 과다 위약금 46%·운송 지연 35% 차지

최다 피해, 에어아시아제스트·스쿠트항공·에어아시아엑스 順

직장인 조모(30)씨는 지난해 말 여행을 통해 J항공사의 인천-나고야 왕복 항공권을 취소하고 환불받으려고 했지만 상담원으로부터 ‘환불 불가’ 얘기를 들었다. 조씨는 계획대로 인천을 출발해 나고야로 가는 J항공사의 왕복항공권을 신용카드 결제했다. 금액은 22만3900원(항공운임 11만9000원, 유류할증료·공항세 10만4900원)이었다. 그러나 조씨는 개인사정이 생겨 항공권 취소를 요구했지만 해당 항공사로부터 항공운임에 대한 환급 금액은 없다는 답변이 돌아왔다. 이에 조씨는 취소 수수료가 과다해 조정을 요구했지만 거절당했다.

몸이 불편한 어머니와 함께 여행하기 위해 K항공사의 항공권 일반석과 비즈니스석 각 1매씩을 총 91만원에 구매한 이모(50)씨는 탑승 당일 항공편이 K항공이 아닌 중국 N항공으로 변경되었음을 알게 됐다. 허리수술로 몸이 불편한 어머니를 좀 더 편한 항공편으로 모시기 위해 K항공 비즈니스석을 예약했는데 실제 제공된 것은 17만 원 정도 저렴한 항공사의 항공편이었다. 이씨는 K항공사에게 계약불이행에 따른 항공료 차액을 요구했으나 K항공과 N항공은 공동운항 제휴(코드쉐어) 관계로 환급할 의무가 없다고 거절했다.

외국계 저가항공사를 이용하는 소비자들의 늘고 있는 가운데 피해도 증가세에 있다. 외국계 저가항공사들은 문제가 제기되면 대부분 보안을 내놨다는 입장을 밝히고 있지만 여전히 달라지지 않고 있다.

한국소비자원에 따르면 지난 1월부터 9월까지 접수된 소비자피해 건수가 510건으로 나타났다. 2013년 한 해 동안 528건이 발생한 점을 감안하면 소비자피해 건수는 지난해 보다 높게 나올 것이라 분석이다.

주요 피해 유형으로는 ‘항공권 구매 취소 시 과다 위약금 요구·환급 거절’이 424건으로 45.7%를 차지 하면서 가장 많았다. 다음으로 ‘운송 불이행·지연’이 321건으로 34.6%였다. ‘계약해제·환급·배상’이 이루어진 경우는 893건 중 269건으로 30.1%에 불과했다. 그런데 이처럼 소비자 피해가 증가하는 것과 관련 눈여겨 볼 점이 있다. 소비자 피해가 많은 곳은 대부분 저가항공, 정확히 말하면 외국계 저가항공사라는 점이다. 매년 문제가 되고 있지만 반복적으로 이름을 올리는 곳도 있다. 올 들어 지난 9월까지 소비자 피해가 가장 많이 발생한 항공사는 에어아시아제스트다. 스쿠트항공과 에어아시아엑스는 뒤를 잇고 있다.

항공업계 관계자는 “소비자 피해가 많이 발생한 곳은 대

부분 일본 및 동남아 등 미주 유럽 등에 비해 비교적 짧은 노선의 외국계 저가항공사로 발생하고 있다”며 “알뜰 여행객의 피해가 큰 것으로 알고 있다”고 말했다.

소비자원은 해마다 외국항공사로 인한 국내 소비자의 피해가 늘고 있는 점에 주목, 피해구제 접수처를 의무적으로 설치하도록 개선해야 한다는 입장이다.

외국계 저가항공사의 경우 본사를 해외에 두고 있는 경우가 많아 환불 및 배상 등의 업무 등이 수월하게 진행되지 못한다는 분석에서도.

소비자원 관계자는 “국토교통부와 외국항공사 피해 구제 접수처 설치 의무화, 외국 항공사 대상 항공교통서비스 평가 등을 통해 피해 예방에 필요한 제도를 마련해 나갈 예정”이라고 말했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

외국계 저가항공, 서비스도 ‘저가’

남과 북의 화합을 모색하는 소통 버라이어티!

매주 일요일 밤 11시

	<p>[광주] 남구 서구 광산구 동구 북구 (CMB) 18</p> <p>[광주] 동구 북구(광주방송) 20</p>	<p>순천 여수 여천 광양 고흥 14</p> <p>나주 화순 보성 담양 구례 곡성 18</p>	<p>목포 신안 무안 강진 원도 16</p> <p>해남 영암 진도 장흥</p>	<p>스카이라이프 13</p> <p>IPTV 18</p>	<p>꿈을 담은 캔버스 채널A</p> <p>www.ichannelA.com</p>
--	---	--	--	---	--