

팝콘 폭리 · 과다 광고... 관객은 '똥'



멀티플렉스 3사의 甲질

직장인 A씨는 주말에 영화 관람을 위해 집 근처의 대형 쇼핑 시설에 있는 유명 멀티플렉스 체인을 찾았다. 3D 영화를 보기로 결정한 A씨는 포인트로 영화티켓을 결제하려 했으나 주말이라 안된다는 직원 말에 신용카드를 내밀었다. 그는 스낵코너에 들러 팝콘을 산 뒤 상영관에 입장했고, 20분이 넘는 온갖 상업광고가 끝난 뒤에야 본 영화를 볼 수 있었다. A씨는 엔딩 크레딧이 올라가자 출입구에 마련된 상자에 3D 안경을 반납하고서 영화관을 떠났다. 본인이 지불한 팝콘값은 원재료가의 8.2배에 이르고, 티켓값에는 3D 안경값이 포함되었다는 사실 등은 깨닫지 못한 A씨는 자신이 이른바 '호갱'(호구와 고객의 합성어)이라는 것을 깨닫지 못했다.

시만단체들이 국내 3대 멀티플렉스의 이같은 '팝콘 폭리'와 '강제 광고상영' 등 불공정 행위를 일삼고 있다며 공정위에 신고했다. 참여연대와 청년 유니언, 민주사회를 위한 변호사모임은 이날 오후 서울 종로구 롯데시네마 피카디리점 앞에서 기자회견을 열고 CGV·롯데시네마·메가박스의 불공정거래행위로 소비자 권익이 침해당한다며 공정위에 신고서를 냈다고 지난 9일 밝혔다.

2013년 기준 이들 3사의 시장점유율은 90.1%로 독과점 수준이다. 극장수로는 78.8%, 스크린수로는 90.1%, 좌석수로는 91.1%로, 시장지배적 사업자에 해당한다.

이들 단체는 대표적 불공정행위로 스낵코너 폭리, 광고를 끼워 상영하는 행태, 포인트 주말 사용 금지 정책 등을 꼽았다. 대형 멀티플렉스들은 지배적 지위를 남용, 스낵코너에서 팝콘과 음료 등을 시중가보다 훨씬 비싼 가격에 판매하고 있다고 이들은 한 목소리로 지적했다.

한국소비자단체협의회가 작년 이들 3사의 스낵코너 판매 상품 원가를 분석한 결과를 보면 팝콘(사이즈) 판매가는 5000원으로 원재료가가 613원의 8.2배에 달했다.

대형 멀티플렉스들이 영화 시작 전 10~20분의 광고를 상영하고 있어 티켓에 표기된 상영 시작 시각에 맞춰 입장한 고객들이 강제로 광고를 볼 수밖에 없다

CGV·롯데시네마·메가박스

스크린·좌석 등 시장 점유율 90%

팝콘 원가의 8배·관람전 20분 광고

시만단체 '불공정 거래' 공정위 신고

는 점은 거래상 지위남용행위라고 이들은 주장했다. 대형 3사가 티켓과 홈페이지 등에서 광고를 포함한 시간을 영화 상영 시간으로 표시하고 있으며, 티켓에 소비자가 예고편과 무관한 상업광고를 얼마나 봐야 하는지도 전혀 표기하지 않고 있다고 지적했다. 아울러 메가박스의 경우 포인트 사용제한을 공지하지 않은 채 주말에는 포인트를 이용해 영화를 예매할 수 없어 거래상 지위를 남용하고 있다고 비판했다. 또 3D 영화 티켓값에 전용 안경 가격을 포함시키고 있다며 이는 '끼워팔기'로 거래상지위에 해당한다고 밝혔다. 이들 영화관이 안경이 소비자 소유라는 점을 알리지 않고 있으며, 영화가 끝나고 출입구에 수거함을 설치해 안경을 무상회수하고 있다고 덧붙였다.

이들 단체는 포털에서 '영화관에 불만' 있는 시민·네티즌 다 모여라' 캠페인을 벌이면서 멀티플렉스의 불공정 행위 실태를 수집하고, 집단 소송도 제기할 계획이다. /연합뉴스



▼참여연대와 청년유니언, 민변 민생경제위원회 관계자들이 지난 9일 서울 종로 롯데시네마 앞에서 대형 영화관 3사의 불공정거래행위로 인한 소비자 권익 침해에 대한 공정거래위원회 신고 관련 기자회견을 진행하고 있다. /연합뉴스

택배·해외 직구 구매대행 '피해 주의보'

공정위 "설 연휴 실종·훼손 피하려면 날짜 여유 두고 업체와 직접 통화"

공정거래위원회는 설을 앞두고 택배, 한복, 해외구매대행 서비스 등 소비자 피해가 우려되는 3개 분야에 피해주의보를 발령했다고 지난 9일 밝혔다.

공정위에 따르면 택배 서비스 분야에서는 설 명절이 지난 이후 음식이나 선물이 배달돼 명절 기간에 이용하지 못하거나, 택배업체의 부주의로 상품이 훼손되는 경우가 자주 발생한다.

고객(수하인)과 연락이 되지 않는다는 이유로 택배기사가 따로 연락도 없이 물품을 반쯤 처리하는 경우도 있다. 공정위는 지연 배송을 피하려면 최소 1주일 이상의 여유를 갖고 배송을 의뢰

하고, 운송물 수령자에게 배송 사실을 미리 알리는 것이 좋다고 조언했다.

한복과 관련해서는 광고 속 사진과 다른 제품이 배송되거나 사이즈가 맞지 않아 반품·환불하려 했지만 거절당하는 사례가 매년 발생하고 있다.

따라서 단순히 인터넷을 통해서 주문할 것이 아니라 업체와 직접 전화통화를 해 물품을 꼼꼼히 따져보고, 반품·환불에 대해 확실하게 해둬야 한다.

해외 인터넷 쇼핑물 구매대행 사업자들은 반품·환불을 요구하는 고객에게 거액의 수수료나 위약금을 요구하는 경우가 적지 않다.

해외 구매대행 사업자에 대해서는 국내법이 적용되므로 제품을 공급받은 날로부터 7일 이내에 청약철회할 수 있다고 공정위는 설명했다.

단순 번심에 의한 청약철회는 반환에 필요한 비용을 소비자가 부담하지만, 청약 철회 등을 이유로 사업자가 고객에게 위약금을 청구할 수는 없다.

공정위는 설 명절 기간을 전후해 소비자 피해가 발생했을 경우 정부와 소비자단체가 함께 운영하는 소비자상담센터(전국 단일번호 1372)에 전화를 걸어 피해구제 방법 등에 대해 상담할 수 있다고 안내했다. /김대성기자 bigkim@



'창평 쌀 식혜' 서울 강남서 인기짱

설 맞아 매출 증가

설을 앞두고 지역에서 만든 전통식혜가 서울 강남에서 유명세를 타며 전국에서 화제가 되고 있다.

'기순도 전통 쌀식혜'를 만드는 ㈜고려전통식품은 12일 기순도 명인의 쌀식혜가 '강남식혜'로 알려지며 서울 유명백화점의 VIP고객인 자스민 고객에게 증정되는 쿠폰 상품으로 선택되는 등 매출이 꾸준히 늘고 있다고 밝혔다.

인기를 끌고 있는 전통 쌀식혜에는 쌀, 엿기름, 감초, 오미자 등 기본이 되는 재료가 국산을 엄선해 사용했고, 이중 엿기름은 기순도 명인이 직접 곁비리를 띄워 길러 만든 것으로 좋은 품질을 유지하는 것이 특징이다. 또 설맞이

더했으며, 다섯 가지 맛을 지닌 오미자의 새콤달콤한 맛이 식혜의 풍미를 살렸다. 기순도 명인은 2008년에 진장(5년 이상숙성 간장)으로 전통식품 명인(제35호) 반열에 오른 국내 유일 진장 명인이기도 하다.

최근에는 전통 쌀 식혜 외에 건강에 좋은 오미자, 생강 식혜 등 다양한 제품을 개발해 선보였다.

고훈국 ㈜고려전통식품 실장은 "가족을 위해 귀한 손님을 위해 만들던 식혜가 이제 유명 백화점에서 인기 상품이 되어 그간의 노고에 이제 좀 빛이 나는 것 같아 기쁘다"고 말했다.

전통 쌀 식혜에 관한 보다 자세한 내용은 ㈜고려전통식품 홈페이지(ksdo.co.kr)나 전화 (061)383-6209로 문의하면 된다. /김대성기자 bigkim@

자동차 블랙박스 '고온 오작동' 줄인다

KS 인증 기준 강화

자동차 내부 온도가 상승하는 여름철에 블랙박스가 오작동하는 사례나 위·변조를 막기 위해 국가표준(KS)의 인증기준이 강화된다.

산업통상자원부 국가기술표준원은 이런 내용으로 자동차용 블랙박스에 대한 소비자들의 요구를 반영해 KS 인증 기준을 개정한다고 12일 밝혔다.

표준원은 블랙박스에 대한 고온 동작

시험 온도를 섭씨 60도에서 70도로 높이고 85도 고온방치 시험을 추가했다.

현재 사고 영상 파일의 위·변조 여부만 확인하도록 규정된 무결성 검증 시험항목에 인위적인 파일삭제 여부 확인 기능을 추가해 임의조작을 방지하도록 했다. 또 사고 영상 화면을 초당 20장 이상 저장하게 한 규정을 충족하려고 같은 화면을 복사해 저장하는 경우가 있어 영상 저장 시에는 복사화면을 제외하도록 했다. /연합뉴스

착하고 정직한 먹거리를 위해
직접 검증하다!

먹거리 X파일

매주 금요일 밤 11시

MC 김진 채널A기자

http://tv.ichannela.com/culture/xfile
02 2020 3333~4

18 [광주] 남구 서구 광산구 동구 북구 (CMB)

20 [광주] 동구 북구(광주방송)

14 순천 여수 여천 광양 고흥

18 나주 화순 보성 담양 구례 곡성

16 목포 신안 무안 강진 완도

해남 영암 진도 장흥

13 스키아라이프

18 IPTV

채널A
www.ichannela.com