

# 해외 소비자 정보

정리/임은정

## 'Y2K' 책임 분쟁 법정 공방 벌어져

미국 미시간주 '프로듀스 팰러스' 식료품점에서 3년전에 구입한 금전등록기가 말썽을 부리기 시작했다.

유효기간이 00년(2000년)인 신용카드를 1900년으로 인식해 거래를 승인하지 않은 것이다. 밀레니엄 버그 문제가 해결되지 않은 이 금전등록기는 유효기간이 2000년 이후인 신용카드를 모두 유효기간이 지난 신용카드로 인식했다.

기술자들이 달려와 문제를 해결하기 위해 안간힘을 쓰는 동안 고객들은 짜증을 내며 가게에서 나가버렸고 이 가게 주인은 제조업체에 2백차레 이상 교환을 요청했지만 응답이 없었다.

결국 제조업체와 판매업체

를 상대로 손해배상 청구 소송을 제기했다.

전세계에서 Y2K문제와 관련돼 제기된 첫 소송이다. Y2K문제가 기술적인 문제에서 법률적인 문제로 비화되는 순간이기도 했다. 결국 이 식료품점은 35만달러를 배상받았다.

이 사건 이후 Y2K 문제 관련 소송이 봇물 터지듯 늘어난 것으로 보고 있다. 테린 리드&프리스트 등 미국의 대형 법률사무소에 따르면 Y2K문제 관련 소송은 올해 3월말 현재 미국에서만 80건 가량 제기됐으며 이중에는 7백50만달러(90억원)짜리 대형 소송이 포함돼 있다.

전문가들은 2000년에 이르러면 소송이 폭발적으로 늘어날 것으로 보고 있다. 소송의 취지는 제조업체가 Y2K 문제를 사전에 알면서도 문제를 해결

하지 않은 채 제품을 생산해 신의 성실의 원칙을 어겼다는 것이다.

(동아일보 5. 14)

## 유럽, 어린이 TV 광고 금지 움직임

유럽 각국에서 12세 이하 어린이들을 겨냥한 TV 광고를 금지하려는 움직임이 확산되고 있다.

이미 스웨덴 정부가 12세 이하 어린이 대상 TV 광고를 금지한데 이어, 최근 벨기에도 어린이 프로그램 앞 뒤 5분 이내에는 어린이 상품 광고를 방영할 수 없도록 했다.

그리스에서는 장난감 TV 광고가 금지돼 있다. 스웨덴 정부는 오는 2001년 유럽연합(EU) 의장국 재임기간에 어린이 광고 완전 금지를 관철시키기 위해 벌써부터 분위기 조성에 박차를 가하고 있다.

유럽 각국이 이처럼 어린이 대상 광고에 민감한 것은 그만큼 영향력이 엄청나기 때문이다.

미국의 광고전문가인 제임스 맥닐 텍사스 A&M대 교수(마케팅학과)는 영국 파이낸셜 타임스지와 인터뷰에서 지난 6~7년 동안 어린이 대상 광고 매출액이 해마다 15~20%씩 급속한 성장세를 기록하고 있다고 지적했다.

요즘 부모들은 자동차, 가

구, 집, 휴가 장소, 음식 등을 결정할 때도 자녀의 뜻에 따르는 경향이 뚜렷하며, 바로 이런 이유에서 광고업계가 어린이들을 내세운 광고에 열을 올리고 있다는 분석이다.

어린이 광고 금지론에 대한 광고업계의 반응은 냉담하다. 영국의 세계적인 광고대행사 오길비 앤드 매터스사의 한 관계자는 "광고에 대한 판단력을 키우는 것 자체가 소비 사회 속에서의 성장 과정"이라고 주장했다.

그러나 스웨덴의 소비자운동가 악셀 에들링은 "아직 판단력과 경험이 부족한 어린이에게 맹목적인 구매력을 자극하는 것은 비도덕적인 착취 행위"라며 광고계의 자성과 각국 정부의 대책을 촉구했다. (문화일보 5. 4)

## 유전자 변형 농산물 사용 반드시 표시해야

유전자 조작 식품의 표시 문제에 대해 영국 정부가 5월 9일부터 식당이나 술집에서 유전자 변형 농산물(GMO)로 만든 가공식품을 표시없이 팔면 최고 5천파운드(약 1천만원)의 벌금을 물도록 하는 규제조항을 처음으로 도입했다.

영국 정부의 이같은 조치는 소비자에게 GMO 농산물 및 식품에 대한 소비자 선택권을 부여하기 위한 차원에서

마련된 것으로 GMO 농산물로 만든 가공식품을 일일이 표시할 수 없는 소규모 음식점일 지라도 식단표나 철판 등에 GMO 가공식품을 사용한다는 사실을 명기해야 하며 식당주인은 종업원들에게 해당 식품의 안전성 교육을 의무적으로 시켜야한다고 규정했다.

EU는 당시 GMO 콩, 옥수수에 변형 유전자나 단백질이 있는 경우 기존 식품과 같지 않다고 보며 이를 원료로 한 가공식품에 'GMO 농산물로 생산'이라는 성분 목록 표시를 의무화했다.

이같은 영국 정부의 조치에 따라 영국의 세인즈베리, 프랑스의 카르푸, 벨기에의 델하이츠 등 EU 7대 슈퍼마켓 체인도 최근 진열대에서 GMO 농산물을 없애기 위한 컨소시엄을 구성하고 GMO 농산물은 물론 이를 원료로 가공한 식품을 대폭 줄이기로 했다.

## 담배회사, 흡연 위험 고의 은폐

담배회사들은 고의적으로 흡연의 위험을 은폐하려 시도해왔으며, 5억명 가량이 결국은 흡연으로 인해 사망하게 될 것으로 추정된다고 세계보건기구(WHO)가 주장했다.

WHO는 이날 1999년도 세계건강보고서에서 담배회사들

은 담배 판매를 감축하거나 '사망과 질병에 이르는 전염병'인 흡연을 피하도록 하는 건강 정보를 제공하기 위한 자금은 마련하고 있지 않은 반면 흡연의 나쁜 영향에 관한 정보는 꾸준히 숨겨왔다고 말했다.

WHO는 담배산업이 광고를 내세워 흡연이 건강에 미치는 영향에 관해 대중매체에 보도되지 못하도록 하고, 흡연자들에게 이 정보가 닿지 못하도록 갖가지 방법을 시도했다면 최근 미국 소송사건에서 드러난 담배산업 내부 자료로 이같은 관행이 확인되고 있다고 밝혔다.

또한 담배산업은 흡연과 사망의 관련성에 반박을 제기하는 연구에 자금을 제공하고 이를 확산시키는데 적극적인 역할을 해왔다고 WHO는 강조했다.

WHO는 이같은 잘못된 정보가 소비자들에게 미치는 영향을 측정하기는 어렵다하더라도 흡연의 진정한 위험에 대한 개별적인 평가에 영향을 미친 것 같다면서 담배회사들의 이같은 노력으로 정부 주도의 금연 운동 확산이 지연되고 있다고 지적했다.

WHO에 따르면 전 세계에서 매년 약 6조개비의 담배가 팔리고 있는데 이는 70년도보다 2배나 늘어난 것이다. 또한 담배 소매 시장도 연간 약 3천

억달러에 달한다. (조선일보 5.11)

## 진통제 Celebrex, 위출혈, 사망 위험 의심돼

몬산토사(Monsanto)의 유명한 진통제 Celebrex가 시판 3개월만에 10명의 사망과 11건의 위출혈 사건과 연루된 것으로 보인다고 월스트리트 저널이 보도했다.

FDA에 제출된 '역반응 사고(Adverse Incident)' 보고서에 따르면 10명의 사망자 중 5명은 위장 출혈이나 위궤양으로 고생한 것으로 밝혀졌다.

나머지 5명중 2명은 심장병으로, 1명은 약품의 상호 작용으로, 그리고 1명은 신장 장애에 의해 사망한 것으로 나타났다.

10번째 사망자의 사망 원인은 전혀 밝혀지지 않았다.

몬산토사의 대변인은 Celebrex가 사망이나 신체적인 장애를 발생시키고 있다는 현실적인 증거가 없다고 밝혔으며 일년에 2백만 소비자가 Celebrex를 복용하고 있다고 덧붙였다.

Celebrex는 이부프로펜(Ibuprofen)같이 효과적이지만 위궤양을 덜 유발시키는 진통제로 광고되어 판매되었다.

이 때문에 Celebrex는 13주 만에 무려 2백50만개의 처방전이 쓰여질 정도로 선풍적인

인기를 끌었다.

그러나 FDA의 R. Delap 약품평가국장은 Celebrex 제품의 안전성에 대한 결정을 내리기 전에 더 많은 연구가 선행되어야 할 것이라고 덧붙였다.

(AP Health Headlines 4. 20)

## 인터넷 웹사이트 음란·폭력성 등급 매기기로

아메리카온라인(AOL), IBM, 마이크로소프트(MS) 등 컴퓨터·인터넷 관련 대기업들이 인터넷 웹사이트의 폭력 및 음란성 등급을 매기는 국제기구인 '국제컨텐츠등급부여협회(ICRA)'를 결성했다.

영국 런던에 본부를 둔 ICRA는 각국의 문화적 차이를 고려해 등급을 매기고 각국 언어로 서비스를 할 계획이다.

ICRA는 94년부터 미국에서 웹사이트 등급 산정 활동을 해 온 '오락소프트웨어 자문위원회(RSAC)'의 인원과 자산을 그대로 인수했다.

RSAC는 지금까지 자발적으로 등급을 매겨달라고 요청한 10만여개 웹사이트에 대해 등급을 매겨왔다.

RSAC는 노출·섹스·언어·폭력 등 4개 항목을 정해 점수를 매겨 왔으며 웹 브라우저인 MS의 익스플로러와 넷스케이프의 네비게이터에 등급이 나타나도록 되어있다.

(Wall Street Journal 5. 12) ☞