While OGP has learnt a lot about 1) how to support participating governments to make ambitious commitments, share ideas and experience, and 2) how citizens and civil society organizations are using OGP to spur change, /the Steering Committee is keen to test new ways by which OGP can make progress and have an impact.

OGP는 참여 정부들이 아이디어와 경험을 공유하며 좀 더 발전적인 목표를 가질 수 있는 환경을 어떻게 제공할지, 그리고 시민 및 시민사회단체가 OGP를 통해 개혁을 어떻게 적극적으로 추진할 수 있을지에 대해 많은 고민을 해왔으며 이와 동시에, 운영 위원회 (Steering Committee)는 OGP가 발전하고, 더 큰 영향력을 발휘할 수 있도록 새로운 방법들을 시범적으로 운영해왔습니다.

The OGP pilot program for subnational governments is one way of doing that.

지방정부를 위한 OGP 시범 프로그램은 위의 방안 중 하나입니다.

There are numerous organizations and partnerships that work with subnational governments and we want to collaborate with them rather than try to reinvent the wheel.

지방정부와 협업 중인 수많은 기관 및 협력업체가 있으며, 저희는 체제를 처음부터 다시 구축하는 것 보다는 이들과 협력하여 목표를 이루고 싶습니다.

Conversations with some of them and people working in and around subnational governments indicate that there does seem to be space and demand for OGP to play a role and bring the model that is working nationally to a more local level.

소수의 협력업체 및 지방정부 관련 직원들과 얘기를 나눈 결과, 현재 OGP의 역할 및 프로젝트 모델을 국가 단위를 넘어 지역 단위까지 범위를 확장해야 할 여지가 있으며, 이에 관한 요구도 제기되고 있는 것으로 보인다.

<정도의 실천>

<Guidelines of work>

1. 제품 및 서비스 관련 내용이 변경되었을 때에는 관련부서에 신속하고 정확하게 전달해야 합니다.

Changes to contents of products and services must be communicated to related departments promptly and accurately.

1. 마케팅 홍보물, 제품, 포장 및 판촉물 상에 표시되어있는 원산지나 조립국 등의 제품정보는 정확하게 기재되어야 합니다.
* 원산지나 조립국 등의 제품정보는 마케팅 홍보물, 제품, 포장 및 판촉물에 정확히 기재되어야 합니다.

Product information such as origin or the country of manufacture etc. must be described on the marketing PR, products, packing and promotion

1. 광고 대행사 등 외부의 협력업체가 제작한 마케팅 자료에 관련 법규나 회사정책에 위배되는 내용이 포함돼 있지 않는지 확인해야 합니다.
* 외부 협력업체가 만든 마케팅 자료에 법규, 회사정책에 위배되는 내용이 있는지 확인해야한다.

Contents which violates applicable laws or corporate policies in the marketing materials made by external partners such as advertising agency, must be confirmed.

1. 회사의 마케팅 자료에 허위 혹은 과장정보가 기재 되거나 중요한 정보가 누락되어서는 안 됩니다. 그것은 고객의 올바른 선택을 방해하는 일입니다.
* 마케팅 자료에 허위, 과장정보는 삭제되어야 하며 중요 정보는 꼭 적혀야 한다. 그러지 않으면 고객의 올바른 선택을 방해한다.

Any false or exaggerated information in the marketing materials should be deleted and important information must be provided. Otherwise, it hinders the right choice of the customer.

1. 경쟁사 및 경쟁사 제품과 아래와 같이 비교하는 일이 없도록 하십시오.

Avoid comparison with competitors and their products as below.

* 객관적인 정보에 근거하지 않은 비교
* 주관적인 정보에 근거한 비교

Comparisons based on subjective information

* 경쟁사나 경쟁사 제품에 일방적으로 불리하게 적용되는 조건 하에서의 비교
* 우리 회사에 유리한 조건 하에서의 비교

Comparison under advantageous conditions for our company.

1. 객관적인 검사결과 등 공신력 있는 자료를 근거로 하지 않은 제품성능, 차별화 특성, 시장점유율 등의 내용이 담긴 마케팅 자료를 외부로 배포되지 않도록 주의하십시오.
* 마케팅 자료에서 제품성능, 차별화 특성, 시장점유율 등의 내용이 주관적인 검사결과 같이 공신력 없는 자료를 기반으로 작성되었다면, 외부로 배포하지 않도록 주의하십시오. ( 너무 많이 바꾼 것 같아서 그냥 원문으로 번역해야겠당…ㅎ… )

Please be careful not to distribute the marketing materials if it contains information such as product performance, differentiation characteristic, market share etc. not based on credible materials like objective test results.

1. 외부에서 개발된 자료라는 것을 이유로 무분별하게 마케팅에 활용하는 것은 용납되지 않습니다.
* 외부에서 제작한 자료라는 이유만으로 마케팅에 무분별하게 활용해서는 안된다.

It should not be used indiscriminately for marketing just because it is made from outside.