

Как проверить свой креатив на соответствие закону?



Реклама может попасть в поле зрения контролирующего органа только после того, как начнет распространяться. На этапе разработки креатива важно помнить: реклама должна **корректно** информировать потребителей о предлагаемом к покупке товаре.

Реклама – это любая информация, которая направлена на привлечение внимания к товару и его продвижение на рынке.

Рекламное бинго

Не нарушает специальные требования к рекламе отдельных товаров или услуг	Не порочит конкурента	Не содержит иностранных слов, которые могут исказить смысл
Не использует бранные слова, непристойные или оскорбительные образы	Достоверно информирует об условиях приобретения (цена, размер скидки, порядок оплаты и т.п.)	Достоверно раскрывает ассортимент и комплектацию товаров

Можно ли в рекламе использовать слова «лучший», «первый», «№1»?



Называть тот или иной товар лучшим по отношению к иным подобным товарам можно. При этом нужно **указать конкретный критерий, по которому проводится такое сравнение.**

Информация в рекламе должна быть достоверной и формировать у потребителей верное, истинное представление о товаре, его качестве, потребительских свойствах

Потребитель должен понимать, по какому критерию сравнения товар или услуга считается лучшим или номер один. Обратите внимание: если эта информация указана под «звёздочкой» и мелким текстом, то ее не всегда возможно прочитать. Невозможность воспринять эту информацию приравнивается контролирующим органом к ее отсутствию.

О чем важно знать на этапе создания рекламы?



Существуют общие и специальные требования к рекламе.

Общие требования применяются к рекламе любых товаров. К таким требованиям относятся в том числе:

- ◆ достоверность;
- ◆ добросовестность по отношению к конкурентам;
- ◆ Этичность

Специальные требования предназначены для рекламы отдельных видов товаров (например, для рекламы алкогольной продукции, лекарственных средств, финансовых услуг).

**РЕКЛАМА НЕ ДОЛЖНА НАРУШАТЬ ОБЩИЕ
И СПЕЦИАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ, КОТОРЫЕ
К НЕЙ ПРЕДЪЯВЛЯЮТСЯ.**

Можно ли разместить дополнительные условия покупки товара под сноской?



Размещение информации в рекламе под «звёздочкой» **не запрещено**. Обычно рекламодатели размещают таким образом объемные пояснения о товаре, например, дополнительные условия кредита или акции, и пишут их мелким текстом

**СВЕДЕНИЯ, КОТОРЫЕ ВЛИЯЮТ НА УСЛОВИЯ
ПОКУПКИ И ПРИНЦИПИАЛЬНО МЕНЯЮТ
РЕКЛАМНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ДОЛЖНЫ БЫТЬ
УКАЗАНЫ ЧИТАЕМЫМ ШРИФТОМ.**

Реклама, в которой часть существенной информации написана так мелко, что не воспринимается потребителями и может ввести их в заблуждение, признается **незаконной**.

Потребитель должен знать полную информацию о предоставлении товара, которая влияет на его конечную стоимость.

Как сделать рекламу полезной, интересной и не нарушить закон?



Именно из рекламы потребители узнают о новых товарах в магазинах или об интересных свойствах привычных товаров, о проводимых распродажах, скидках.

Реклама может не только **информировать**, но и заинтересовать, рассмешить, и даже быть произведением искусства. Добиться привлечения внимания к объекту рекламирования можно разными путями. В погоне за интересом потребителя важно **не переступить** черту.

**ПОМНИТЕ: КРЕАТИВ В РЕКЛАМЕ УМЕСТЕН,
ЕСЛИ НЕ НАРУШАЕТ ДЕЙСТВУЮЩЕЕ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО.**