

Распределение ответственности



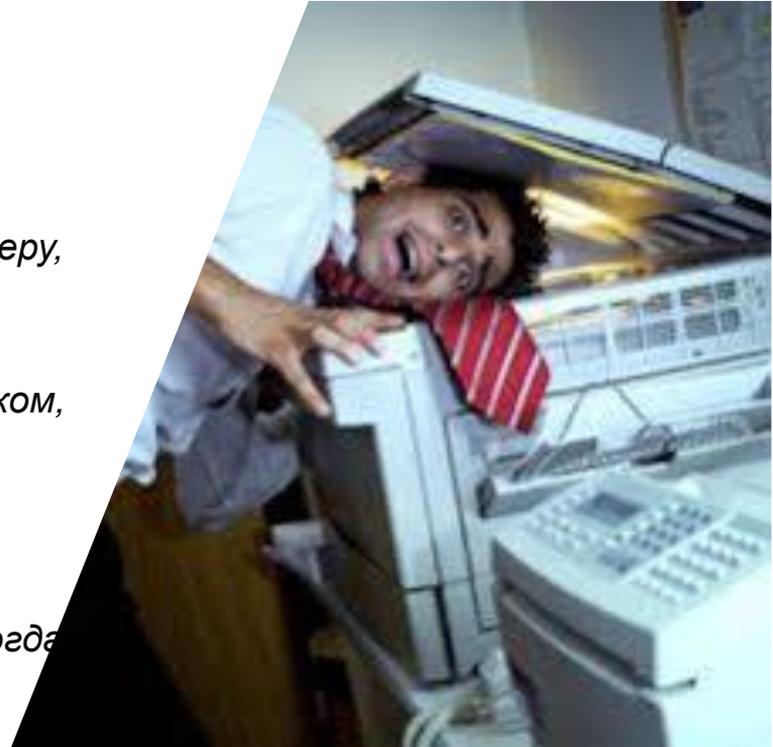
Распределение нагрузки

1. Менеджер проверяет материалы своих клиентов.
2. ОПС – более тщательная проверка.
3. Если ОПС находит нарушение, он сообщает менеджеру, менеджер – клиенту.
4. Юристы – алкоголь, пиво, работа и учеба за рубежом, медуслуги (нативка без согласования).

Остальное - в крайних случаях и спорных ситуациях.

5. Гендир – вообще не для этого, привлекать только когда надо взять на себя ответственность при

ОЧЕНЬ большом бюджете.



БЕЗ ФАНАТИЗМА!

- Мы тратим неоправданно большие ресурсы на проверку и переделку.

- Мы отвечаем за:

1. Алкоголь, табак, пиво
2. Медицинские услуги, лекарства, БАДы
3. Работа и учеба за рубежом
4. Реклама, которую мы производим
5. Реклама нерезидентов
6. Знак возрастного ценза

В остальных случаях проверка - дополнительный сервис, обязательств его оказывать у нас нет, делаем чисто из клиентоориентированности.



Использование фото

- Реклама белорусских товаров и услуг производится только с привлечением граждан **Беларуси**, подтверждение – копия паспорта
- Для иностранных товаров и услуг это требование не действует.
- При использовании **ФИО, псевдонимов, образов или высказываний граждан Беларуси** в рекламе необходимо их согласие или согласие их законных представителей. Подтверждение – договор
- Мы проверяем это согласие только если речь идет о **ЗВЕЗДАХ** или госчиновниках.



- НЕ ДОПУСКАЕТСЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ
- Наименований организаций, товарных знаков, эмблем, изображения чужого имущества лицами, не имеющими права на такое использование

ВНИМАНИЕ: запрещено использование без согласия не только чужих брендов, но и чужой собственности



Чужие названия (бренды)

1. Нужно согласие правообладателя.
2. Проверяем только по госорганам.
3. При использовании очень известных брендов, указании других компаний в качестве клиентов – предупреждаем.
4. При негативном контексте – просим убрать.
5. Сравнения запрещены – просим убрать.



3. Правильное наименование и УНП

1. Проверять до отправления на zakaz@tut.by

Например:

Не верно: «Портал TUT.BY»

Верно: ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА»

либо фамилия и инициалы индивидуального предпринимателя.

УНП – для любой коммерческой рекламы.

Нет УНП – страна, город.

Вся эта информация в рекламном макете

или Ссылка на сайт, где есть эта информация



Реклама бренда

На рекламу бренда **распространяются все ограничения и запреты**, установленные для рекламы товара, распространяемого под ним.

- ✓ **Можно избежать, если под этим брендом рекламируется другой товар, не ограниченный к рекламированию. Должно быть четкое указание на такой товар.**



Исключение: алкоголь (но не пиво) и табак

Не допускается реклама, содержащая:

- наименование товара, организации
- ФИО гражданина
- товарный знак
- изображение товара (его упаковки)

сходные с наименованием алкогольных напитков, товарным знаком, используемым для алкоголя, либо изображением алкоголя, **не допускается** в местах, в которых запрещается реклама алкоголя, а также при проведении гуманитарных мероприятий.

Допускается реклама:

- на вывеске или указателе
- в форме интервью о деятельности организации или гражданина.



**Язык – белорусский
или русский**



Особенности:

- допускается и транскрипция, и транслитерация
- являются вошедшими в обиход online, tax-free
- названия отелей, кафе – если не ТЗ, должны переводиться
- названия фестивалей, выставок – приравниваются к наименованиям творческих коллективов (можно иностранные)
- при размещении видео с аудиорядом перевод должен быть звуковой, а не текстовый.



Часто используемые исключения

- **Товарные знаки** - уже зарегистрированные а не «в процессе»
 - **Общепринятые иностранные термины**, вошедшие в применение в оригинальном написании или не имеющие обозначения на русском языке
 - **Приглашения на работу** или учебу лиц, свободно владеющих иностранными языками.
 - **Выполненные на иностранном языке:**
 - *наименования товаров*
 - *творческие псевдонимы*
 - *оригинальные названия творческих коллективов, произведений*
 - *Домены*
- ФИРМЕННЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ - ПЕРЕВОДЯТСЯ**

Или рядом с иностранным текстом должен стоять перевод

тем же шрифтом.



Реклама не должна содержать

- Обещание или гарантию будущей эффективности (доходности) рекламируемого вида деятельности

**допускается при наличии у рекламодателя бухгалтерской (финансовой) отчетности, достоверность которой подтверждена аудитом*

- Указание на лечебные свойства объекта рекламирования, за исключением рекламы лекарств, медуслуг, изделий медицинского назначения



Использование образов или высказываний медицинских или фармацевтических работников, некоммерческих организаций здравоохранения в рекламе **не допускается**

КРОМЕ:

- Социальной рекламы
- Рекламы медицинской деятельности рекламодателя



Не допускается реклама

- **Сертифицируемых** товаров и услуг **без сертификата;**
- **Заменителей грудного молока** (детских молочных смесей) в СМИ (Интернет уже СМИ). Другое детское питание - можно
- **Деятельности гипнотизеров, экстрасенсов, гадалок, спиритов, астрологов, колдунов, прорицателей, иных лиц, считающих себя способными предсказывать события, воздействовать на людей используя сверхъестественные способности, а также услуг по обучению указанной деятельности;**
- Секс-услуг, в том числе под видом психологической



Реклама алкогольных напитков

Нельзя использовать

- Информацию о физических, химических и иных потребительских свойствах алкогольных напитков

*К потребительским свойствам относятся в том числе сведения о **ВКУСЕ, КАЧЕСТВЕ, ИНГРЕДИЕНТАХ***

- Информацию о цене
- Изображение алкогольных напитков и их потребительской упаковки
- Наименование видов алкогольных напитков (вино, водка)
- Образы людей или животных, в том числе рисованные, за исключением использования в товарных знаках
- Образы и высказывания, внушающие, что потребление алкоголя содействует успеху либо улучшает физическое или психическое состояние человека
- Изображения или тексты, призывающие к употреблению



Реклама алкогольных напитков

Нельзя

- Проводить конкурсы, лотереи, игры, иные мероприятия, пари для продвижения алкоголя
- Распространять алкогольные напитки бесплатно (за исключением дегустаций в маркетинговых целях), в том числе предоставлять более 5 литров таких напитков в качестве призов
- Надпись о вреде чрезмерного употребления алкоголя должна занимать не менее 10% от общей площади рекламы, в мультимедийной рекламе такая надпись должна присутствовать на протяжении всего показа рекламы



Реклама пива и слабоалкогольных напитков (крепость до 7%)

- **Надпись о вреде** чрезмерного употребления пива **не менее 10%** от общей площади рекламы, в мультимедийной рекламе такая надпись должна присутствовать на протяжении всего показа рекламы.

ИСКЛЮЧЕНИЕ:

- Реклама, содержащая исключительно информацию о производителях пива, в том числе их наименовании, и товарных знаках, используемых для обозначения пива – надпись не нужна



В рекламе пива запрещено использовать

- Образы людей или животных, в том числе рисованные, за исключением товарных знаков
- Образы, высказывания, внушающие, что потребление пива или слабоалкогольных напитков содействует достижению успеха либо улучшает физическое или психическое состояние человека
- Образы, высказывания, создающие впечатление о том, что пиво или слабоалкогольные напитки безвредны или полезны для здоровья либо являются одним из способов утоления жажды
- Информацию, призывающую к употреблению пива или слабоалкогольных напитков либо дискредитирующую воздержание от их употребления



Нельзя

- Проводить конкурсы, иные мероприятия в целях стимулирования реализации пива и слабоалкогольных напитков
- Бесплатно распространять пиво и слабоалкогольные напитки (за исключением дегустаций в маркетинговых целях), в том числе предоставлять более пяти литров таких напитков в качестве призов

В отличие от алкогольных напитков можно:

- использовать изображение потребительской тары
- размещать информацию о потребительских свойствах
- указывать сведения о цене



Реклама культурно-зрелищных мероприятий

- сведения об организаторе (наименование и место нахождения), его телефон;
- наличие или отсутствие фонограммы.
- знак возрастного ценза

Реклама депозитов

- размер процентов по вкладу;
- если процентная ставка по вкладу может быть уменьшена, реклама должна содержать информацию о возможности такого уменьшения.

Эта информация должна занимать не менее 5% площади рекламы.



Forex

С 07.03.2016 г. новое регулирование рекламы FOREX-компаний:

1. На территории Беларуси смогут действовать только те компании, которые включены в реестр Нацбанка
2. Устанавливаются новые правила для рекламы:

НУЖНО:

- Указывать что возможность получения прибыли неразрывно связана с риском получения убытков.

НЕЛЬЗЯ:

- Указывать информацию, не подтвержденную документально
- Создавать впечатление, что получение дохода гарантировано
- Включать ссылки на полученные прибыли в прошлом без упоминания того, что результаты в прошлом никак не связаны с возможными результатами в будущем
- Указывать предполагаемый размер доходов по операциям.



Ненадлежащая реклама

Содержащая ложные и иные недостоверные сведения.

Запрещено:

- Использование слов в превосходной степени или иных слов, создающих впечатление о преимуществе товара перед другими товарами, если их невозможно подтвердить документально
- В том числе «№ 1», «первый», «крупнейший», «уникальный»



Неэтичная реклама

- **Нарушает** общепринятые нормы морали и нравственности, содержит оскорбительные слова, сравнения, образы в отношении расы, национальности, внешнего вида, возрастной группы, пола, языка, профессии, социальной категории, религиозных, политических и иных убеждений
- **Порочит** государственные символы, официальную денежную единицу любого государства, символы международной организации, религиозные символы
- **Порочит** какую-либо организацию или гражданина, деятельность, профессию, товар
- **Дискредитирует** организацию или гражданина, не пользующихся рекламируемым товаром;



Неэтичная реклама

- **Содержит негативную оценку** объекта рекламирования
- **Содержит сравнение** рекламируемого товара с товаром другого производителя
- **Вводит** потребителей рекламы **в заблуждение**, в том числе посредством имитации рекламы иного рекламодателя
- Содержит слова «**подарок**», «**бесплатно**», «**0 рублей**» или иные слова, создающие впечатление об оказании услуги (выполнении работы) на бесплатно, если **предполагается оплата**

ИНТЕРЕСНО:

- не относится к товару
- зависит от достоверности



Рекламные игры с использованием соцсетей (пока) запрещены

МОЖНО:

- **Проводить** с использованием соцсетей мероприятия, предлагающие одинаковые подарки или скидки для всех (кто добавился в группу, поделился сообщением рекламодателя и т.п.)
- **Рекламирывать** в соцсетях рекламные акции, проводимые офлайн или на сайте организатора



Почему нельзя?

п.3 Положения: «**Запрещается** проводить рекламные игры: ...

- В виде ответов на вопросы;
- В виде выполнения заданий, не связанных с заказом, приобретением или использованием товаров (работ, услуг)»

п.4. Положения (исключения): «**Не являются рекламными играми:** ...

- конкурсы и иные подобные мероприятия, для участия в которых не требуется приобретение или использование товаров (работ, услуг), в том числе проводимые:
 - в СМИ (редакцией СМИ)
 - на сайте в сети Интернет, если доступ бесплатен **владельцем этого сайта»**

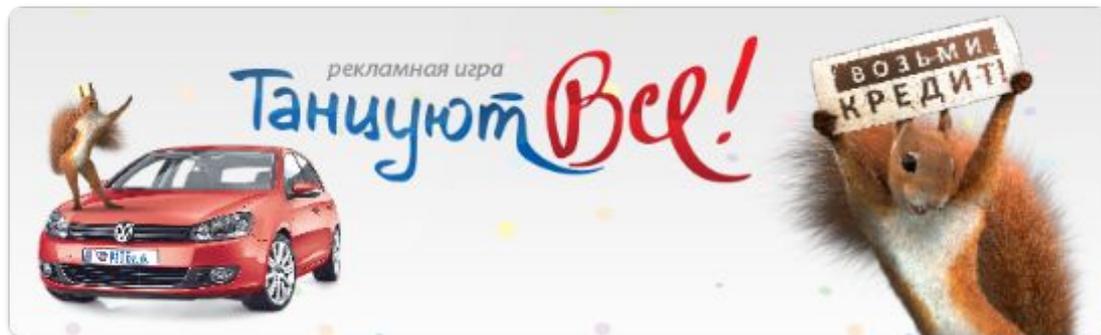


Реклама лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ:

- Номер свидетельства о регистрации
- Дата регистрации
- Наименование органа, выдавшего соответствующее свидетельство

При рекламе в Интернете эта информация может быть не в самом рекламном материале, а на сайте, куда ведет ссылка



Реклама лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари

НЕ ДОЛЖНА:

- Создавать впечатление, что получение выигрышей **гарантировано**
- Создавать впечатление, что участие является способом **заработка**
- Содержать утверждения, что участие в играх имеет значение для достижения **признания** или личного **успеха**
- Использовать образы **несовершеннолетних**
- Преувеличивать вероятность выигрыша или преуменьшать степень риска
- **Осуждать неучастие** в лотереях, играх, пари



Реклама лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари

ДОЛЖНА СОДЕРЖАТЬ:

- **Источник** (номера телефонов, доменное имя сайта или номер и дату выпуска печатного СМИ, содержащего информацию об этих мероприятиях), **сроки** розыгрыша призов и проведения мероприятий, если предусмотрены такие сроки
- Организация и проведение конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных мероприятий, пари в целях стимулирования реализации услуг игорных заведений и азартных игр запрещаются
- **Джек пот**, включенный в правила игры, под этот запрет не попадает.



Людмила Чекина

Генеральный директор ООО «ТУТ БАЙ МЕДИА»

chekina@tutby.com

