

**Нарушения закона
о рекламе в
рекламных
видеороликах**

SunLight все еще открыт

- Периодические заявления о закрытии магазинов SunLight уже давно стали мемами. Что по факту: сеть магазинов SunLight была оштрафована на 400 000 рублей за недостоверную рекламу (фейковый уход с рынка).



SUNLIGHT

МАГАЗИНЫ
В МОСКВЕ
ЗАКРЫВАЮТСЯ

ЛОМБАРД

Золото 585*

2300 p/r

СЕРЕБРО 925*

30 p/r

ЗАКРЫТИЕ
МАГАЗИНА!

ЛОМБАРД

ДЕНЬГИ СРАЗУ
ПОД НИЗКИЙ ПРОЦЕНТ

СТАВКА

0.1%

SUNLIGHT

ЗАКРЫТИЕ
МАГАЗИНА!

ЛИКВИДИРУЕМ
ВСЁ!!!

0+

Рекламный ролик спрея «Гексорал» с участием Филиппа Киркорова



- Герой ролика дает понять, что боль в горле исчезает после применения препарата. Реклама как бы убеждает зрителей в положительном эффекте, гарантирует его, а это явное нарушение требований закона.
- В ролике есть крупная, хорошо заметная фраза «Гексорал. Болезнетушитель № 1» с соответствующей сноской. В ней уточняется, что спрей лидирует в линейке «Гексорала» по продажам (а не на рынке, среди всех препаратов, как может показаться неискушенному зрителю). По закону, подобные уточнения должны занимать не менее 7 % площади экрана и транслироваться не менее 5 секунд. В ролике сноска занимает только 2 % экрана и демонстрируется 2 секунды, что тоже является нарушением закона.



ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО
ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ.

Red Bull окрыля-я-я-я-ет

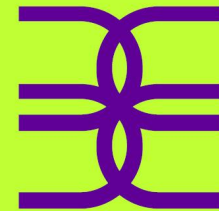
- 13 миллионов долларов - именно такую сумму компании пришлось выплатить в счет компенсации выявленной фальсификации.
- Улавливаете суть иска? Группа активистов, которая подала в суд на компанию, утверждала, что их обманули - Red Bull пили, а крылья так и не выросли... Также не нашлось подтверждений тому, что напиток повышает работоспособность и концентрацию - клинических испытаний не проводилось.





Эппл Голд — это как для пчелок мед

- На днях Челябинское УФАС признала нарушителем закона о рекламе ретейлера «Золотое яблоко». Компании грозит штраф до 500 тысяч рублей. Суть нарушения – в использовании слова «лучший». На одном из федеральных каналов крутили рекламный ролик «Золотого яблока» с текстом: «Для девчонок Эппл Голд — это как для пчелок мед. Ну и ассортимент там лучший в мире, если что».
- Как известно, в рекламе нельзя говорить, что ты лучший. Но многие компании, в том числе крупные, с огромными и очень профессиональными юридическими службами, идут на нарушение закона.





Фонбет

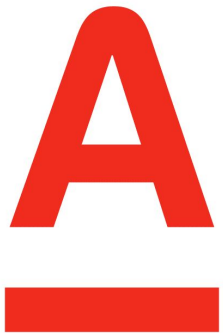
The logo for FONBET, featuring the word "ФОНБЕТ" in white, bold, italicized Cyrillic letters on a red rectangular background.

- Комиссия ФАС России признала рекламные ролики букмекерской конторы «Фонбет» нарушающими Закон о рекламе.
- Закон о рекламе разрешает рекламу азартных игр и пари только в зданиях и сооружениях, в которых проводятся такие игры (за исключением объектов транспортной инфраструктуры) и запрещает использование в такой рекламе образов людей и животных.
- Однако в первой рекламе визуальный ряд сопровождался изображениями образов персонажей (людей, животных) популярной компьютерной игры Dota 2, а во втором ролике появилась фотография артиста Тимати.
- При этом реклама букмекера «Фонбет» распространялась на медиафасаде здания «ЦСКА Арена», то есть за пределами установленных законом объектов, что также нарушает Закон о рекламе.

ФОНБЕТ

Моргенштерн и Альфа-банк

- Федеральная антимонопольная служба (ФАС) России возбудила дело против рэпера Моргенштерна и Альфа-банка из-за признаков нарушения закона "О рекламе" по пяти пунктам в ролике "Клип за 10 лямов", где исполнитель рекламирует привилегированную карту банка, следует из материалов ведомства.
- Как отмечает регулятор, в клипе исполнитель употребляет алкоголь, показывает средний палец, советует несовершеннолетним попросить родителей или друзей оформить им карту Альфа-банка, называет финансовую организацию лучшим банком страны, не указывая критериев сравнения, а также в клипе не указана организационно-правовая форма банка. Образ девушек в рекламе, по мнению ФАС, противоречит реальному образу сотрудников банка: в клипе он вызывающий и непристойный - вырез у рубашек чрезмерно откровенный и через него виднеется нижнее белье.





Праздник к нам приходит

- Иск на 30 миллионов рублей против компании Соса-Сола в районный суд Москвы подал маркетолог из Томска.
- Суть: "пропаганда Санта Клауса в рекламе". По словам маркетолога "идет подмена понятий" - возникает ассоциация, что счастливый Новый год возможен только с Санта Клаусом и Кока-колой.
- На момент написания статьи иск был зарегистрирован в Кунцевском районном суде Москвы.



