

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

**Реклама – это информация об объекте
рекламирования, которая
направлена на привлечение внимания
к товару, формирование или поддержания
интереса к нему и (или) его продвижение
на рынке**

Рекламное бинго

Не нарушает специальные требования к рекламе отдельных товаров или услуг	Не порочит конкурента	Не вводит потребителей рекламы в заблуждение
Не использует бранные слова, непристойные или оскорбительные образы	Достоверно информирует об условиях приобретения (цена, размер скидки, порядок оплаты и т.п.)	Достоверно раскрывает свойства и характеристики товаров

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



Называть тот или иной товар лучшим можно, но при этом нужно указать конкретный критерий, по которому товар лучший и иметь документальное подтверждение

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

Потребитель должен понимать, по какому критерию сравнения товар или услуга считается лучшим или номер один. Обратите внимание: эта уточняющая информация должна быть выполнена четкими буквами, размер шрифта не должен быть менее половины наибольшего шрифта, используемого в рекламе

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
- этичность

Специальные требования установлены
для рекламы отдельных видов товаров (например,
для рекламы алкогольной продукции, лекарственных
препаратов, финансовых услуг и др.)

**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 сноской
(например, «звёздочкой») **не запрещено**

**Предупредительные надписи и иная обязательная к
размещению в рекламе информация должны быть
выполнены четкими буквами и цветом,
контрастирующим с цветовым фоном площади
рекламы, на которой размещается информация**

**Содержащиеся в рекламе сноски и иная информация,
уточняющая информацию о цене объекта рекламирования,
скидках, наличии объекта рекламирования на рынке,
возможности его приобретения в указанных в рекламе
количестве и месте, должны быть выполнены четкими буквами,
размер шрифта не должен быть менее половины наибольшего
размера шрифта,
используемого в рекламе**

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 **проинформировать**, 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**