

Рекомендация к заказу №649

ОСНОВАНИЕ: В соответствии с частью 1 статьи 9 ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия. Согласно части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

ОПИСАНИЕ: В макете содержится текст дисклеймера с описанием 2 акций по приобретению автомобиля с выгодой: _____ и _____. Текст дисклеймера содержит сроки проведения акций, ссылку на источник информации, размер выгоды.

РЕКОМЕНДАЦИЯ: Необходимо сократить текст дисклеймера, а также более четко разграничить условия по 2 акциям, так как в представленном макете при первичном прочтении сложно понять, что с 12 секунды речь идет уже о другой акции. Возможно стоит указать на первых кадрах ролика сразу о наличии 2х предложений: 1 – для физических лиц, 2 – для юридических лиц. Для лучшего восприятия можно, например, указать кадр с 25-30 секунды ролика также в начале ролика, чтобы для потребителя было очевидно, что это 2 разных акции. Описание термина «родственники» (с 4-8 секунду ролика), а также термина «лизингополучатель» (с 16-20 секунду ролика) можно исключить из текста дисклеймера.

Текст о том, что предложение не является офертой и не содержит всех существенных условий акции и пр., содержащийся на 8-12 секундах ролика, дублируется на 20-23 секундах ролика, рекомендуем объединить дублирующийся текст, указав перед ним «Настоящее предложение по программам _____ in и _____ .».

ОСНОВАНИЕ: В соответствии с подпунктом 1 пункта 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в рекламе не допускаются: использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации. В пункте 11 данной статьи указано, что при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации. В части 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации» указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. При этом перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

ОПИСАНИЕ: На 24-30 секундах ролика указан текст на английском языке «BLACK VISION» и тот же текст, в транслитерации «БЛЭК ВИЖН».

РЕКОМЕНДАЦИЯ: Необходимо указать перевод текста на русский язык «ЧЕРНОЕ ВИДЕНИЕ».

ОСНОВАНИЕ: В соответствии с пунктом 1 части 4 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий. Согласно пункту 2 Основных положений по допуску транспортных средств к эксплуатации и обязанности должностных лиц по обеспечению безопасности дорожного движения, утв. Постановлением Совета Министров - Правительства РФ от 23 октября 1993 г. N 1090 «О правилах дорожного движения» на механических транспортных средствах должны быть установлены на предусмотренных для этого местах регистрационные знаки соответствующего образца.

ОПИСАНИЕ: На 11-14 секундах ролика автомобиль движется по дороге без регистрационных знаков установленного государственного образца.

РЕКОМЕНДАЦИЯ: Необходимо изменить макет таким образом, чтобы на месте государственного регистрационного номера было указано не название модели автомобиля а регистрационный номер в соответствии с государственным образцом.

С уважением,
юрист проекта LegaLight