



Dobra i zła reklama

Jak należy się reklamować

Należy unikać zastrzeżeń i warunków pisanych drobnym drukiem; zazwyczaj nie wpływają one na ogólne wrażenie robione przez reklamę. Stosując zastrzeżenia, należy zwracać uwagę, aby ogólne wrażenie robione przez reklamę i zastrzeżenia nie były złudne.

Należy jasno i w pełni przedstawić wszystkie istotne informacje podawane w reklamie.

Należy unikać stosowania w reklamie terminów lub zdań, które nie mają konkretnego znaczenia lub nie są jasne dla przeciętnej osoby.

Należy honorować najniższą cenę, podaną na opakowaniu reklamowanego produktu.

Należy zapewnić wystarczająco dużą ilość produktu, który reklamowany jest jako sprzedawany po cenie okazyjnej.

Organizując konkurs, należy ujawnić wszystkie istotne fakty wymagane przez Ustawę o Konkurencji (*Competition Act*), zanim potencjalni uczestnicy wezmą udział w konkursie.

Należy zapewnić znajomość niniejszych zasad przez personel działu sprzedaży. Firma reklamująca się może być pociągnięta do odpowiedzialności za to, jak jej pracownicy przedstawiają fakty.

Jak nie należy się reklamować

Nie należy mylić "ceny regularnej" lub "ceny zwyczajnej" z "ceną sugerowaną przez producenta" lub z podobnym terminem; często nie są to te same ceny.

Nie należy używać terminu "cena regularna" lub "cena zwyczajna" w reklamie, chyba że produkt był oferowany po takiej cenie przez długi okres czasu lub po takiej cenie sprzedana została znaczna ilość produktu.

Nie należy używać terminów "wyprzedaż" lub "okazja specjalna" w stosunku do ceny produktu, chyba że nastąpiła znaczna redukcja ceny.

Nie należy prowadzić "wyprzedaży" przez długi okres czasu lub powtarzać jej co tydzień.

Nie należy podwyższać ceny produktu lub usług aby pokryć koszt produktu lub usług oferowanych za darmo.

Nie należy stosować ilustracji, pokazujących inny produkt niż ten, który jest oferowany.

Nie należy podawać stwierdzeń co do właściwości produktu, jeśli nie jest się w stanie ich udowodnić, nawet jeśli ma się pewność co do ich prawdziwości. Świadczenia wystawiane przez klientów zazwyczaj nie są uznawane za wystarczający dowód.

Nie należy sprzedawać produktu za cenę wyższą niż ta, która była przez nas reklamowana.

W przypadku prowadzenia konkursu, nie należy niepotrzebnie odkładać rozdania nagród.

Pamiętajmy, że sąd może stwierdzić, że reklama jest kłamliwa, nawet jeśli nikt nie został przez nią oszukany.



Ośrodek Usług Biznesowych Kanada-Ontario (The Canada-Ontario Business Service Centre, COBSC/CSECO) udziela informacji w zakresie biznesu w oficjalnych językach Kanady: w języku angielskim i francuskim. Kopie niektórych z naszych najbardziej użytecznych dokumentów zostały przetłumaczone dla dogodności na inne języki. W celu otrzymania dodatkowych informacji w zakresie biznesu prosimy telefonować pod numer 1-888-576-4444, gdzie można porozmawiać z urzędnikiem COBSC/CSECO udzielającym informacji.