



Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (<https://nashagazeta.ch>)

В США Lindt & Sprüngli обвинили в ложности рекламных обещаний | Aux Etats-Unis Lindt & Sprüngli est accusée pour la publicité mensongère

Auteur: Надежда Сикорская, [Цюрих](#) , 15.11.2024.



Так выглядит магазин Lindt в Нью-Йорке (DR)

Если суд примет решение в пользу истцов, это может создать неприятный прецедент для всей сладкой индустрии.

|

Si la Cour se prononce en faveur des plaignants, cela peut créer un précède peu

souhaitable pour toute la *dolce* industrie.

Aux Etats-Unis Lindt & Sprüngli est accusée pour la publicité mensongère

Шоколад – двигатель швейцарского экспорта, а Lindt & Sprüngli – его локомотив. Не удивительно поэтому, что буквально с первых дней существования Нашей Газеты мы следим за новостями этого сладкого гиганта, ведущего свою историю с

1836 года, когда Давид Шпрюнгли купил свой первый кондитерский магазин в Цюрихе – достаточно взглянуть на подборку архивных материалов, чтобы в этом убедиться. Не всегда эти новости радостные. Так, в 2019 году Федеральная антимонопольная служба (ФАС) [России уличила](#) поставщика шоколада Lindt в недобросовестной конкуренции, обнаружив, что продукция, реализуемая в РФ, отличается от той, что продается в европейских странах. Но не это, как вы понимаете, стало причиной ухода компании с российского рынка в августе 2022 года.

С американского же рынка Lindt & Sprüngli уходить не собирается: в том же 2022 году выручка компании на нем составила 1,73 млрд шв. фр., при 4,97 млрд франков на весь мир. При этом, как выяснилось, любовь к швейцарскому шоколаду не притупляет бдительность американских контрольных органов.

По информации газеты *NZZ am Sonntag*, еще два года назад американская ассоциация потребителей Consumer Reports обнаружила, что два флагманских продукта шоколадной группы Lindt & Sprüngli, продающиеся в линейке Excellence, содержат токсичные тяжелые металлы, превышающие нормы, установленные штатом Калифорния. И сообщила об этом в отчете, охватывающем несколько брендов, подчеркнув, что в 85-процентных плитках темного шоколада Excellence содержалось слишком много свинца, а в 70-процентных – слишком много кадмия.

По словам авторов отчета, «потребление всего одной унции [эквивалент около 30 граммов, прим. ред.] в день приведет к превышению уровня, который органы здравоохранения и эксперты Consumer Reports считают вредным для здоровья». Эта информация возмутила потребителей-сладкоежек, которые решили обратиться в суд – в Америке это дело обычное. Они обвиняют швейцарский шоколадный гигант в том, что он ввел их в заблуждение недостоверной рекламой, обещающей качество используемых ингредиентов. Хвалебный слоган бренда гласит: «Шоколаты Lindt Maîtres создали линейку изысканных плиток темного шоколада, подобрав высококачественные ингредиенты до совершенства». Те из вас, кто смотрел сериал *Mad Men*, легко представят себе, как рождался этот слоган.

Однако истцам не до сериалов. По их утверждению, они не стали бы покупать швейцарские шоколадки, если бы знали, что в них содержится. Их жалоба имеет под собой юридическую почву: согласно законодательству штата Калифорния, например, продукты с высоким содержанием кадмия могут продаваться, но должны содержать предупреждения. На конфетах Excellence этих предупреждений не было, так что шутки в сторону.

В сентябре окружной суд США по Восточному округу Нью-Йорка принял решение отклонить попытку Lindt & Sprüngli остановить коллективный иск, о чем сообщила газета *NZZ am Sonntag*, поделившись и защитной стратегией компании, решившей выдать всю эту ситуацию за недоразумение. «В нашем юридическом заключении было указано, что такие слова, как «превосходный», не означают автоматически,

согласно законодательству США, что продукт не содержит тяжелых металлов», - цитирует газета аргумент защиты.

Согласно документу, обнародованному судом и попавшему в поле зрения *NZZ am Sonntag*, Lindt & Sprüngli буквально разбирает по полочкам свои собственные маркетинговые сообщения и утверждает, например, что напечатанная на упаковке фраза «профессионально изготовлено из лучших ингредиентов» и термин «Excellence» являются не более чем *puffery* – есть такой юридическим термин, который можно перевести на русский как «преувеличенное восхваление» или «дутая реклама». В данном случае защита использует его в применении к общему и расплывчатому утверждению, сделанному продавцом для рекламы своего продукта и не влекущему за собой юридической ответственности. Эта стратегия была отвергнута судом, который счел, что разумный покупатель поймет маркетинг Lindt как относящийся именно к качеству ингредиентов. Видимо, судьи тоже Грибоедова не читали, про то, что все врут календари – читай, рекламные объявления – не ведают.

Прав суд или нет, но компания продолжает настаивать, что подчеркивание качества ее продукции – не более чем очевидная маркетинговая уловка, которую встречаешь сплошь и рядом, а те, кто не доволен, виноваты сами – кто же, мол, принимает рекламную за чистую монету? Подобная стратегия не лишена риска, ведь прибыль компании основана на том, что потребители готовы платить больше за ее промышленный шоколад из-за его имиджа качества. А если имидж дутый, то...

Прибыль за текущий год еще не подсчитана, но ущерб репутации, похоже, уже нанесен: социальные сети вздулись (простите за каламбур) от потока возмущенных сообщений от потребителей. Коллективная жалоба еще должна быть утверждена судом в качестве таковой. Но если дело дойдет до суда, это может дорого обойтись Lindt & Sprüngli, которой придется попытаться договориться с истцами и вложить больше средств в контроль качества своей продукции, пишет цюрихское издание. Вероятно, это также будет иметь последствия для индустрии закусок и сладостей в США в целом, поскольку возникнет прецедент.

Lindt & Sprüngli продолжает отвергать все обвинения, «в частности, в том, что черный шоколад нарушает законодательные нормы или что он сомнителен». «Процедуры качества и безопасности Lindt & Sprüngli гарантируют, что вся продукция компании соответствует всем стандартам безопасности и требованиям к маркировке», - цитирует немецкоязычная газета заявление компании, добавляя, что она не хочет давать дальнейших комментариев, поскольку дело все еще находится в стадии расследования. Пока неясно, поступили ли шоколадные конфеты в продажу в Швейцарии, заключает *NZZ am Sonntag*.

Зато доподлинно известно, что лидер швейцарской шоколадной продукции завез на родину прогремевший в соцсетях Дубайский шоколад – десерт, состоящий из молочного шоколада, фисташковой пасты и теста катаифи, из которого готовится знаменитая турецкая Пахлава. Вернее, завез лимитированное его издание, выпущенное на рынок 9 ноября - «Lindt Dubai Chocolate Edition» - по 14,95 франков за 150-граммовую плитку. Налетаем или подождем, чем кончится судебное разбирательство?

[швейцарский шоколад](#)



[Надежда Сикорская](#)

Nadia Sikorsky

Rédactrice, NashaGazeta.ch

Source URL:

<https://dev.nashagazeta.ch/news/le-coin-du-gourmet/v-ssha-lindt-sprungli-obvinili-v-lozhnosti-reklamnykh-obeschaniy>