



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

Спор о кроссовках On | Polémique autour des baskets On

Автор: Заррина Салимова, [Цюрих](#) , 13.02.2025.



Одна из моделей кроссовок On. Фото: Nashagazeta.ch

Почему Романдская федерация потребителей подала жалобу на швейцарский спортивный бренд On?

|

Pourquoi la Fédération romande des consommateurs a-t-elle porté une plainte contre l'équipementier sportif suisse On?

Polémique autour des baskets On

В Цюрихе будет рассматриваться дело, в котором замешаны мода, бизнес, экология и права потребителей. Предметом разбирательств станут маркетинговые обещания швейцарской марки On, акционером и лицом которого является сам [Роджер Федерер](#).

Напомним, что в последнее время бренд спортивной обуви и одежды давал немало поводов говорить о себе – как приятных (именно в форме On швейцарские атлеты выступали на [Олимпиаде](#) в Париже), так и не очень. Прошлым летом, например, после скандала, связанного с крайне высокой [маржой](#) предприятия, последовал новый: телеканал RTS выяснил, что заявления об [экологичности](#) беговых кроссовок Cloudneo не соответствуют действительности. Эта модель, по уверениям бренда On, на 100% подлежала вторичной переработке. Она была выпущена на рынок в 2022 году, и к июню 2024-го, согласно таможенным данным, были проданы десятки тысяч пар. Однако, как выяснили журналисты RTS, за два года не было переработано ни одной пары обуви.

После выхода репортажа Романдская федерация потребителей (FRC) связалась с компанией On, но диалог, как отмечается в коммюнике организации, «привел лишь к незначительным изменениям на сайте». В частности, по информации RTS, компания On в августе 2024 года, через два месяца после скандала в прессе, все-таки пустила в переработку около тысячи кроссовок. Более того, бренд немного изменил коммуникацию, отмечая сегодня, что не 100%, а более 90% каждой обуви Cloudneo перерабатывается в компоненты новых кроссовок On. Небольшой остаток перерабатывается партнерами и повторно используется в различных потребительских и промышленных товарах.

По мнению FRC, информация остается недостоверной и неполной, поэтому организация защиты прав потребителей решила обратиться в суд. Основанием для этого стал вступивший с 1 января 2025 года закон о борьбе с недобросовестной конкуренцией, запрещающий рекламу, «касающуюся воздействия на климат, которое не может быть доказано на объективных и проверяемых основаниях».

Фактически речь идет об обвинениях в «гринвошинге». Согласно информации на странице ООН Climate Action, под «гринвошингом» (или «зеленым камуфляжем») понимается тактика, при которой общественность вводят в заблуждение, заставляя ее поверить в то, что компания или организация делает больше для защиты окружающей среды, чем на самом деле. Подобная практика включает в себя заявления о том, что компания, несмотря на отсутствие реального плана, планирует сократить выбросы загрязняющих веществ в атмосферу до нуля; расплывчатые или неконкретные сведения о деятельности компании или используемых материалах; использование намеренно вводящих в заблуждение ярлыков, таких как «зеленый» или «экологичный», которые не имеют стандартных определений и могут быть легко истолкованы неверно; намеки на то, что незначительное улучшение имеет большое влияние; представление продукта, отвечающего минимальным нормативным требованиям, как значительно превосходящего стандарт; акцентирование внимания на одном экологическом признаке при игнорировании других воздействий; сообщение об экологичности продукта в отрыве от деятельности бренда (и наоборот), например, одежда из переработанных материалов, произведенная на фабрике с высоким уровнем выбросов, которая загрязняет воздух и близлежащие водоемы.

Насколько легко можно доказать подобные факты в суде, покажет новое разбирательство. Стоит отметить, что FRC намерена проверить, как работает новый

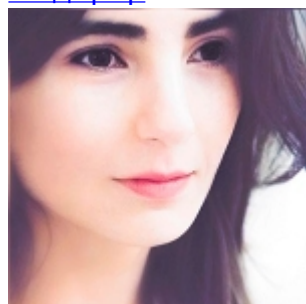
закон, и хочет показать пример борьбы с недобросовестной конкуренцией, в том числе в отношении «зеленых» рекламных обещаний. Организация начала кампанию по борьбе с вводящими в заблуждение слоганами, призвала потребителей сообщать о примерах основанных на климатических обязательствах заявлений и обещала оспаривать действия соответствующих компаний. Депутат от партии «Зеленых» и генеральный секретарь FRC Софи Мишо Гигон пояснила в комментарии Tribune de Genève, что закон в нынешнем виде не позволяет Государственному секретариату по экономическим вопросам (SECO) проводить мониторинг рынка и подавать жалобу до тех пор, пока он не получит достаточно большое количество заявлений от потребителей. По ее мнению, законодательство должно быть ужесточено.

В свою очередь компания On отметила, что уважает миссию FRC, но твердо уверена в том, что организация не сможет юридически или фактически обосновать свои претензии к бренду.

[спортивная мода](#)

[on](#)

[Федерер](#)



[Заррина Салимова](#)

Zaryna Salimava

Статьи по теме

[Насколько экологичны кроссовки On?](#)

[Кроссовки On: произвести подешевле, продать подороже?](#)

[Звезда тенниса инвестирует в кроссовки](#)

[Форма победителей](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/style/spor-o-krossovkakh>