

ПОВЕСТКА
Заседания Экспертного совета по применению
Законодательства о рекламе при Кировском УФАС России
на 22.03.2016 года в 15 часов 00 минут.

1. Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

2. В Кировское УФАС России поступило заявление МКУ «Городская реклама» с просьбой разъяснить, содержат ли признаки рекламы модули следующего содержания:

- «магазин ОАЗИС» (конструкция размещена со стороны Курагинского переулка);
- «ОПТОВЫЕ ЦЕНЫ», «МАГАЗИН БАКАЛЕЯ ОАЗИС» (конструкции размещены со стороны ул. Сутырина, 3, в районе входа в помещение, где осуществляется торговля);
- «ПРОМТОВАРЫ», «ФРУКТЫ, ОВОЩИ» (конструкция размещена со стороны Курагинского переулка).

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:

- является ли вышеуказанная информация рекламной?

3. На рассмотрении Кировского УФАС России находится заявление физического лица о нарушении рекламного законодательства. Предметом рассмотрения является реклама, размещенная в сети Интернет на сайте www.progorod43.ru, следующего содержания «Men's Clab. Виски и киски» с изображением девушки, обливающей себя жидкостью из бутылок с виски, «Ночь паровых коктейлей. Men's Clab» с изображением девушки с кальяном, «Das ist Fantastisch. Men's Clab» с изображением двух обнимающихся девушек в нижнем белье, «Men's Clab. Ролевые игры» с изображением двух девушек в темных очках с предметами, похожими на пистолеты в руках, «Men's Clab. Райская ночь» с изображением девушки с предметами за спиной, похожими на крылья, «Men's Clab. Грязные танцы» с изображением фрагмента женского тела с нижним бельем (женских ног), «Men's Clab. Эротическое шоу» с изображением фрагмента женского тела в нижнем белье, «Men's Clab. БЕССОННИЦА party» с изображением лежащей на диване девушки в нижнем белье, «Men's Clab. Грязные танцы» с изображением девушки.

В соответствии с ч. 6 ст. 5 Закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

В соответствии с п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли информация на фрагменте №1 рекламой алкогольной продукции?
- являются ли использованные в коммерческой рекламе образы девушек, фрагменты женского тела непристойными и оскорбительными в отношении каких-либо категорий населения?
- является ли использование образов девушек, фрагментов женского тела неуважительным по отношению к женщинам, девушкам?
- какое влияние подобная реклама может оказать на воспитание молодежи?

4. Кировским УФАС России была зафиксирована информация, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Воровского, 92, следующего содержания: «Бизнес-ланчи, банкеты, свадьбы, дискотека и живая музыка, гриль-меню на углях, блюда из дичи, кухня на любой вкус (авторская, fusion, русская, кавказская, японская), демократичные цены, **доставка блюд.** www.fusion-cafe.ru. Заказ столиков 223-225. FUSION cafe».

В соответствии со ст. 8 Федерального закона «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании

юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- если информация является рекламой, то являются ли объектом рекламирования товары при дистанционном способе их продажи?

5. Кировским УФАС России была зафиксирована информация, размещенная на фасаде здания, занимаемого ОАО «Вятич» по адресу: г. Киров, ул. Блюхера, 63, расположенного вблизи с железнодорожными путями, следующего содержания: «ВятиЧ vyatich-kirov.ru ПРЕДУПРЕЖДАЕМ О ВРЕДЕ ЧРЕЗМЕРНОГО УПОТРЕБЛЕНИЯ ПИВА».

В соответствии с п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- если информация является рекламой, то является ли объектом рекламирования алкогольная продукция (пиво)?

6. Кировским УФАС России была зафиксирована информация, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Спасская, 12, следующего содержания: «Spa Bali. Салон массажа. Ощутить прекрасное может каждый. Балийский массаж. Гавайский массаж Ломи-ломи. Яванский массаж Лулур. Стоун терапия. Травяной массаж. Антицеллюлитный массаж. Аюрведические массажи. Японский массаж Шиаци. Различные спа-программы. 493-493, 373-233».

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?

7. Кировским УФАС России была зафиксирована информация, размещенная на фасаде здания вблизи кафе «ВЯТИЧ СПОРТ» по адресу: г. Киров, ул. Труда, 74, следующего содержания: «ВОЗЬМИ С СОБОЙ ДЕШЕВЛЕ! Вместо 369 цена снижена на 23% до 299 руб. за 3 л. Подробности у барменов ВЯТИЧБАР.РФ», а так же на тротуаре вблизи кафе расположен штендер со следующей информацией: «ВЯТИЧ СПОРТ. С собой всегда дешевле!!! Любимый напиток 3 л 299 руб. о,3 любимого напитка всего 39 руб. ул. Труда, 74, 10-22, 44-09-51».

В соответствии с п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- если информация является рекламой, то является ли объектом рекламирования алкогольная продукция (пиво)?

Председатель Экспертного Совета

М.Л. Никонова

Секретарь Экспертного Совета

М.А. Коробейникова