

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а

тел. 51-30-55

ПРОТОКОЛ

заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при
Управлении Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области
01.04.2013г. г. Тюмень

ПРЕДСЕДАТЕЛЬСТВОВАЛ:

Председатель Экспертного совета, заместитель руководителя управления –
начальник отдела контроля за соблюдением законодательства Управления
Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области Поткина И.В.

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Члены Экспертного совета: Шевченко О.Д., Кравчук С. Г., Михайлов А.В.,
Шакурская Ю. В., Гаврикова Э.О., Бергман М.А., Малыгин М.Г.

I. Отчет о выполнении решения Экспертного совета от 13.11.2012г. о
признании непристойной рекламы салона дверей «Дороти».

1. Доклад о рассмотрении дела и признании рекламы салона дверей «Дороти»
ненадлежащей (Огнева Е.Н.).
2. Выступили: Михайлов А.В., Кравчук С. Г., Бергман М.А.

Отметили, что необходимо внесение предложений в ФАС России об
инициировании внесения изменений в законодательство о рекламе, в части
возложения ответственности за нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе не
только на рекламодателя, но и на рекламораспространителя.

II. Непристойные образы в рекламной афише спектакля «Кыся» с участием
Д.Нагиева и И.Лифанова.

1. Об обращении Общественной организации «Тюменский городской
родительский комитет» о рекламе спектакля «Кыся» (Огнева Е.Н.).
2. Выступили: Михайлов А.В., Кравчук С. Г., Малыгин М.Г., Шевченко О.Д.,
Бергман М.А., Гаврикова Э.О.

Отметили, что, по сути, содержание рекламы отражает содержание
спектакля. Афиша рассчитана на определенный круг лиц, ограниченный
возрастными рамками (спектакль имеет возрастное ограничение +16). Однако,
способ и место размещение данной рекламы расширил круг потребителей рекламы
до неограниченного. Это привело к тому, что невольными потребителями данной
рекламы стали дети и граждане, для которых в силу религиозных, философских,
политических убеждений указанные изображения являются оскорбительными. Сам
образ переодетого в женское платье мужчины не противоречит законодательству и

не является непристойным. Но в данной рекламе эксплуатируются аморальные образы нарушающие устои общества, оскорбляющие традиции.

3. Решили (большинством голосов), что реклама спектакля «Кыся» содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе. Рекомендовать Тюменскому УФАС России возбудить дело по факту распространения данной рекламы.

III. Реклама Благотворительного фонда «Ника».

1. Доклад о рекламе Благотворительного фонда «Ника» (Шишова Н.Н.).

2. Выступили: Михайлов А.В., Кравчук С. Г., Малыгин М.Г., Шевченко О.Д., Шакурская Ю. В., Гаврикова Э.О, Бергман М.А.

Отметили, что слоган «Наркомания – многолетнее наслаждение смертью» применен неудачно, поскольку доминантное слово – наслаждение, и данное выражение в связи с этим приобретает совершенно иной смысл. Наслаждение – это высшая степень удовольствия. Смерть, как понятие, тоже не носит негативной окраски, особенно в сочетании со словом наслаждение. Таким образом, по смыслу получается реклама наркомании, которая длится долго, доставляя наслаждение. Сама смерть как наслаждение, что также может подтолкнуть на мысль о суициде.

Слоган «Папа, хватит дружить с алкоголем» также не отражает по сути поставленной цели. Слово «дружить» необходимо заменить на более негативное.

3. Решили, что для социальной рекламы данные слоганы Благотворительного фонда «Ника» «Наркомания – многолетнее наслаждение смертью» и «Папа, хватит дружить с алкоголем» недопустимы.

Председатель
Экспертного совета

 И. В. Поткина

Ответственный секретарь
Экспертного совета


 Е.Н. Огнева

Члены экспертного совета:

 А.В. Михайлов

 С.Г. Кравчук

 Э.О. Гаврикова

 О.Д. Шевченко

 Ю.В. Шакурская

 М.А. Бергман

 М.Г. Малыгин