

# Экспертный совет рекомендовал ФАС России возбудить дело по признакам нарушения закона о рекламе турагентством «Пан-Турист»

02 сентября 2010, 11:29

Экспертный совет по применению законодательства о рекламе при Федеральной антимонопольной службе (ФАС России) на очередном заседании 30 августа 2010 года рассмотрел рекламу туалетной воды «Lacoste Challenge», в которой молодой человек, запрыгивая на капот и крышу автомобиля, дотягивается до «повисшего» в воздухе флакона туалетной воды. Совет не усмотрел в рекламе побуждения к совершению противоправных действий, однако рекомендовал антимонопольному органу дополнительно исследовать вопрос о наличии у рекламодателя, зарегистрированного товарного знака «Let's go», который используется в рекламе без приведения перевода этого выражения.

По итогам обсуждения рекламы туристического агентства «Попути» с использованием изображения лежащей спиной к зрителям практически обнажённой девушки и надписью «Куба -15%» эксперты пришли к выводу, что реклама не содержит непристойных или оскорбительных образов.

Члены Совета рассмотрели рекламу туристического агентства «Пан-Турист», в которой крупным планом изображаются женские ягодичные доли, а также содержится надпись «Пан турист. Всё включено!». С учётом общего зрительного восприятия рекламы, Экспертный совет признал в ней наличие признаков нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и рекомендовал антимонопольному органу возбудить дело по факту распространения этой рекламы.

Кроме того, Экспертный совет был проинформирован о внесении ФАС России в Правительство Российской Федерации проекта федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» касающегося запрета использования в рекламе слов в превосходной степени, а также слов, указывающих на лидерство, первенство объекта рекламирования.

В заключение Экспертному совету было сообщено о проводящейся специалистами ФАС России работе по изменению Федерального закона «О рекламе» в целях упорядочения соотношения уровней громкости звука рекламы и прерываемых ею теле-, радиопередач. «Экспертный совет по рекламе собрался уже в 23 раз. По сложившейся традиции на обсуждение экспертов мы вынесли рекламу, оценка которой неоднозначна и требует учета мнения экспертов, занятых в коммуникационной отрасли», - отметил заместитель руководителя ФАС России, председатель Экспертного совета по применению законодательства о рекламе Андрей Кашеваров.

*Справка: Экспертный совет по применению законодательства о рекламе образован 7 сентября 2004 года в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также выработки предложений по его совершенствованию. Совет является консультативно-совещательным органом при ФАС России, решения которого носят рекомендательный характер.*