**Экспертный Совет по применению законодательства о рекламе, прошедший 04.12.2018 в Нижегородском УФАС, призвал соблюдать Закон о защите детей**

В повестке значилось рассмотрение трех обращений по поводу: установленного на федеральной трассе билборда «Delko», рекламы выступлений на концертной площадке «MILO CONCERT HALL» музыкальных групп, а также размещения на бортовой поверхности общественного транспорта рекламы мужского салона «Gold Spa, сулящей «волшебный рай для мужчин».

Бурные дискуссии вызвал билборд с рекламой «Delko» установленный на федеральной трассе М-7 «Волга». Суждения разделились. По мнению четырех членов Совета, реклама коррелирует к «нижним чакрам». С ними не согласилось пятеро экспертов. Резюме: большинство сошлось во мнении - реклама «Delko», размещенная на установленной на федеральной трассе М-7 «Волга» по направлению в г. Дзержинск конструкции, ассоциаций непристойного характера не вызывает и признаков нарушения Закона о рекламе не содержит.

Полярные мнения высказаны при обсуждении рекламы выступлений на концертной площадке «MILO CONCERT HALL» музыкальных групп: ХЛЕБ, GONE.FLUDD, Within Temptation, Jah Khalib, Ганвест, HammAli & Navai, The Hatters, ANIMAL ДЖАЗ, Монеточка, Feduc, Little Big, Элджей, Rock & Beer Festival, Anacondaz, Face, Пошлая Молли, Хаски, ATL. Тексты их музыкальных произведений, по мнению заявителя, противоречат требованиям № 436-ФЗ от 29.12.2010.

Эксперты приняли решение направить рекомендации: при размещении рекламы концертных мероприятий организаторы должны строго руководствоваться требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

- Если репертуар исполнителя содержит произведения, изобилующие обсценной лексикой, концертную афишу должно маркировать возрастное ограничение «18+», чтобы на такие мероприятия дети даже случайно попасть не могли, - пояснил председатель Экспертного совета, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области Сергей Смирнов. - За несоблюдение закона предусмотрена административная ответственность. Экспертный совет выносит рекомендации для того, чтобы предотвратить нарушение. Это призыв: к репертуару исполнителей и указанным на афише возрастным ограничениям следует относиться ответственно.

По вопросу размещения на бортовой поверхности общественного транспорта рекламы мужского салона «Gold Spa» с выражением «волшебный рай для мужчин», противоречащей, по мнению заявителя, нормам нравственности и морали, эксперты были единодушны: в этом случае нарушение Закона о рекламе отсутствует.

- На заседаниях Экспертного совета всегда происходит борьба мнений, поскольку на этой площадке мы собираем людей с большим опытом работы в СМИ и сфере рекламного бизнеса, представителей надзорных органов, правоприменителей, - резюмировал Сергей Смирнов. – Экспертный совет призван, в первую очередь, рекомендовать – возбуждать дело в конкретном случае или нет. Дискуссия необходима, чтобы в пограничных ситуациях мы могли определиться: есть нарушение Закона о рекламе или нет.