**Состоялось первое в 2017 году заседание Экспертного совета по рекламе при Карельском УФАС России.**

05 мая 2017 года на заседании Экспертного совета рассмотрены рекламные изображения, на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения законодательства о рекламе.

В ходе обсуждения рекламы аптеки «Журавли», размещенной на улицах г. Петрозаводска, члены Экспертного совета пришли к выводу, что данная реклама не содержит непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, что свидетельствует об отсутствии признаков нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

При обсуждении рекламы Единой городской  службы по учету водоснабжения по поверке приборов  учета воды, члены Экспертного совета признали, что в данной рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы, что является нарушением  части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Решение членов Экспертного совета будет учтено Карельским УФАС России при принятии решений о возбуждении дел по признакам нарушения законодательства о рекламе.

По окончании мероприятия состоялся брифинг представителей Карельского УФАС России.



**Справка**:

*Согласно пункту 4 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускаются использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.*

*Не допускается реклама, в которой  отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы (часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).*