**Протокол № 2 заседания Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе**

**при Приморском УФАС России**

**заочная форма**

17.04.2015года г. Владивосток

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬСТВОВАЛ:** Белоглазов А. К.

**ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА:** Яковенко Н. В.

**ПОВЕСТКА ДНЯ:** рассматривается вопрос этичности рекламной конструкции concept club «Gottlieb schultz» расположенной по ул. Набережной, 9

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

1.Указанная реклама является непристойной и оскорбительной для восприятия жителями и гостями города Владивостока (либо иная формулировка, в зависимости от содержательной части рекламы);

2. Указанная реклама является двусмысленной, но основания для признания ее непристойной и оскорбительной для восприятия отсутствует (либо иная формулировка, в зависимости от содержательной части рекламы);

3.Считаю, что основания для возбуждения дела по данной рекламе отсутствует.

КОЛИЧЕСТВО ЧЛЕНОВ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА, ПРИНЯВШИХ УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ:

9 (девять) человек, кворум имеется.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:

Приложение № 1 к протоколу **опроса Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе при Приморском УФАС России.**

Председатель экспертного Совета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ответственный секретарь экспертного Совета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Приложение № 1 к протоколу

**опроса Экспертного совета**

**по применению законодательства**

**Российской Федерации о рекламе**

**при Приморском УФАС России**

|  |  |
| --- | --- |
| ФИО | concept club «Gottlieb schultz» |
| 1. Иванова Дарья Сергеевна | - |
| 2. Смолярчук Евгения Александровна | - |
| 3. Копылов Леонид Евгеньевич | z |
| 4. Морозов Сергей Владимирович | z |
| 5. Варнакова Татьяна Викторовна | - |
| 6. Яковенко Наталья Валерьевна | z |
| 7. Межевая Елизавета Владимировна | z |
| 8. Белоусова Кристина Игоревна | z |
| 9. Белоглазов Алексей Константинович | z |

**+** является непристойной и оскорбительной для восприятия жителями и гостями города Владивостока (либо иная формулировка, в зависимости от содержательной части рекламы)

**-** является двусмысленной, но основания для признания ее непристойной и оскорбительной для восприятия отсутствует (либо иная формулировка, в зависимости от содержательной части рекламы)

**z** основания для возбуждения дела по данной рекламе отсутствует