

ЦЕЛЬ РАБОТЫ

- ▣ Проанализировать законодательство Украины по вопросам телевизионной рекламы алкогольной продукции
- ▣ Определить соответствие телевизионной рекламы алкоголя законодательству и этическим нормам

ЗАКОН УКРАИНЫ «О РЕКЛАМЕ» ОТ 3 ИЮЛЯ 1996 ГОДА С ИЗМЕНЕНИЯМИ НА 3 ФЕВРАЛЯ 2004 ГОД

- ▣ **Статья 22.** Реклама алкогольных напитков и табачных изделий, товарных знаков, знаков обслуживания, других объектов права интеллектуальной собственности, используемых при производстве алкогольных напитков и табачных изделий

ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНА

- **Реклама алкогольных напитков запрещается на телевидении в период с 6 до 23 часов**
- **Запрещается изображать процесс потребления спиртного**





Пиво
ТВОЄЇ
Батьківщини

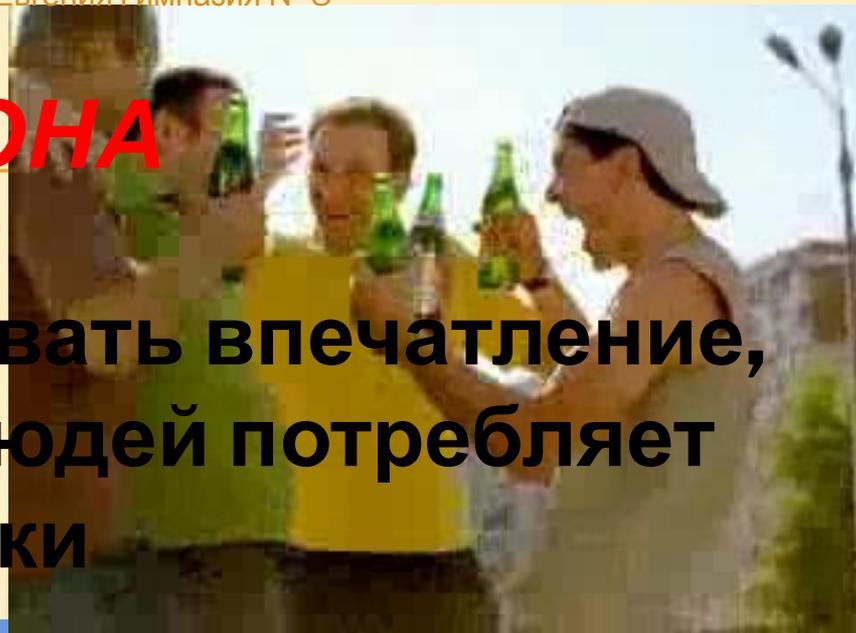


ОБОЛОНЬ



ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНА

- ❑ **Запрещается создавать впечатление, что большинство людей потребляет алкогольные напитки**



- ❑ **Требование надписи: «Чрезмерное потребление алкоголя вредно для Вашего здоровья»**



- **Запрет на
появление в
рекламе
алкоголя и
пива
известных
людей**



□ Закон Украины «О



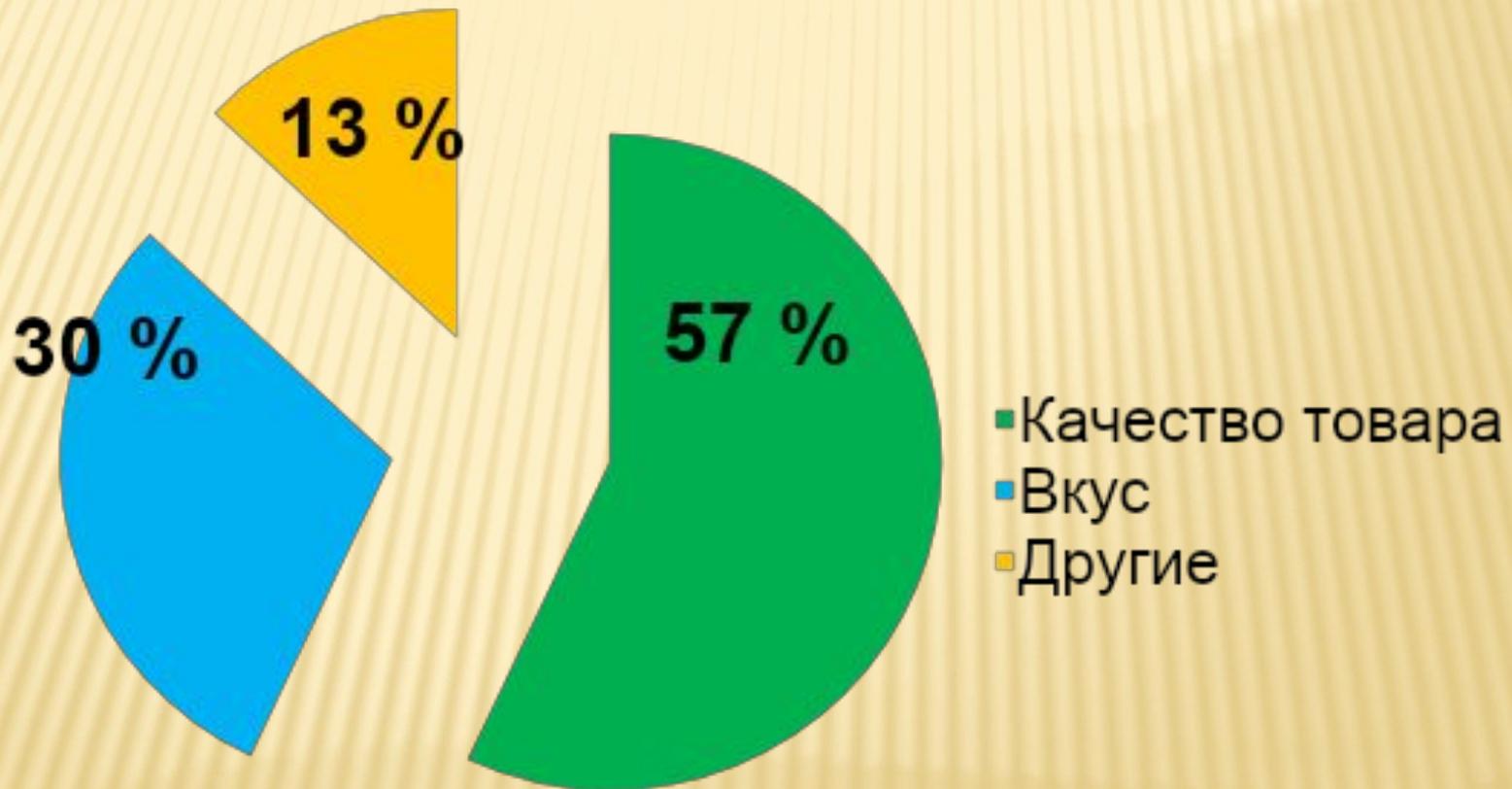
НАПИТКОВ»



ВЫВОДЫ:

- **на сегодняшний день у нас нет конкретных критериев и требований по поводу содержания рекламы слабоалкогольных напитков;**
- **этическим нормам, указанным в законе, реклама алкоголя и особенно пива не соответствует.**

Какие особенности товара должны выделять в рекламе ее создатели?



ЗАКОН УКРАИНЫ «О РЕКЛАМЕ»:

«Реклама – это информация о лице или товаре, распространенная в любой форме и любым способом и предназначенная для формирования или поддержания осведомленности потребителей рекламы и их интереса к такому лицу или товару»