

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 105-24.11.2021**  
**Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации**  
**Правительства Санкт-Петербурга**

Запрос рассмотрен 8 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии "Рекламный Совет" (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 24.11.2021 — 27.12.2021.

**Описание рекламного продукта**

Рекламный буклет, содержащий информацию о ритуальных услугах, распространяемый по почтовым ящикам жилого дома, по адресу: Санкт-Петербург, пр-т Науки, д.16, корп.1. На обложке буклета в верхней части располагается текст: "Городская ритуальная служба", в центре страницы размещен текст: "Что делать в экстренной ситуации".

**Суть запроса**

В адрес СРО поступило обращение из Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга (далее - КПВСМИ), где рассматривается жалоба СПб ГУП "Ритуальные услуги" и Жилищно-строительного кооператива №262 по факту распространения ООО "Городская ритуальная служба" вышеуказанной рекламной информации.

КПВСМИ обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

**Отклик**

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

**Оценка экспертов**

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе КПВСМИ осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения КПВСМИ, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос №1. Содержит ли подобная реклама нарушения п. 2-3 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

*Вопрос №2. Содержит ли подобная реклама нарушение ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

*Вопрос №3. Имеются ли в данной рекламе иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

*Вопрос №4. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Претензии являются несостоятельными. Суть всех претензий (а) сам факт рекламы ритуальных услуг и (б) отсутствие всей полноты информации со стороны компании конкурента. В случае (а) реклама ритуальных услуг является законной и этичной. Тематика рекламы действительно очень деликатная, но допустимая. В случае (б) наряду с корректным и лаконичным изложением конкурентных преимуществ рекламируемой компании, буклет дает полезную (и, увы, актуальную сегодня) информацию о социальных выплатах и алгоритме действий в случае потери близкого. Моральные страдания подобный документ может причинить только конкуренту. Один из экспертов проверил лично, что касается достоверности и полноты информации, оставив запрос на сайте и получив скорый и утвердительный ответ по телефону от диспетчера: вызов агента, действительно, - услуга бесплатная - вне зависимости от места (дом или больница).

Таким образом, эксперты констатировали, что в данной рекламе не усматривают нарушений положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

### **Особое мнение**

Особых мнений не поступило.

## Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» не выявлены.

2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

