

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 99-26.09.2022**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Иркутской области**

Запрос рассмотрен 5 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): 26.09.2022 — 04.10.2022.

**Описание рекламного продукта**

Распространение рекламы ритуальных услуг на рекламной конструкции в г. Шелехов Иркутской области, на пересечении ул. Панжина и пр. Центральный, с текстом следующего содержания: "СВЕТЛЫЙ ПУТЬ, ритуальные услуги, самые низкие цены, ЗАХОРОНЕНИЕ ОБУСТРОЙСТВО 76-76-19 Круглосуточно ул. Известковая, 5/1 svetliy2021@bk.ru" и логотипом компании.

Спорная реклама распространялась ООО "Светлый" (ИНН 3801152924) фирменное наименование которого «Светлый», вместе с тем в рекламе содержится указание на ритуальные услуги "Светлый путь".

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Иркутской области (далее — УФАС), где рассматривается обращение физического лица по факту распространения вышеуказанной информации.

По мнению заявителя, формулировка "светлый путь" в рекламе ритуальных услуг является недопустимой.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения ч. 6 ст. 5 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 УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики

рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос № 1. Является ли использование в рекламе ритуальных услуг словосочетания «светлый путь» оскорбительным выражением для чувств и веры граждан Российской Федерации (ч.6 ст.5 ФЗ «О рекламе»)?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

*Вопрос № 2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (40%).

*Вопрос № 3. 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 большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (20%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Этических нарушений и оскорблений чувств верующих нет, поскольку во многих религиях, в том числе в христианстве, смерть рассматривается в том числе как переход в "лучший и светлый мир". Распространенность такого отношения подтверждается поиском в Яндексе. При запросе "светлый путь ритуальные услуги" на первой же странице поиска выдаются компании с таким названием в Санкт-Петербурге, Москве, Стерлитамаке и Краснотурьинске. Возможно, что их гораздо больше.

Обозначение "Светлый путь" будучи названием рекламодателя является объектом рекламы (средством индивидуализации), поэтому оно не может быть проверено на предмет соответствия рекламному закону. Реклама является информацией о товаре (объекте рекламы), поэтому название товара не является рекламой.

### **Особое мнение**

От двух экспертов поступило особое мнение о том, что заявление о "самых низких ценах" может быть основанием для запроса на предмет размещения недостоверной информации (ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе").

В городе Шелехов есть компании, предоставляющие подобные услуги. В сервисе "2ГИС" в карточке ООО "Светлый" указано, что цены на гробы начинаются от 11500 руб, при этом на сайте одного из конкурентов, компании "Завод камня" предлагаются гробы за 7000 руб.

### 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 (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП не выявлены.

