



Информационный бюллетень

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

Август 2020



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии

Содержание

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

- Лукас Буде: «Саморегулирование является идеальным решением для успешного сохранения пространства для творческой рекламы при одновременной защите детей»

- ASA (Великобритания) Либо целиком, либо никак! Продолжаем разговор о голых в рекламе...

ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИЯ "Осторожно! Дети! Борьба за качественный контент и защита детской аудитории от недобросовестной рекламы посредством рекламного саморегулирования"

- Бренды и детская аудитория: как на рынок влияют самоограничения рекламодателей
- Представитель индустрии товаров и услуг для детей выступит на конференции по «детской рекламе»
- Александр Митрошенков: «Мы хотим предоставлять рекламодателям необходимые объёмы размещения и получать возможность создавать качественный детский контент»
- С современными детьми нужно говорить честно и на понятном им языке
- Участники конференции предложили создать при саморегулируемой организации «детский» экспертный совет

ПОЗДРАВЛЯЕМ СЕРГЕЯ ПИСКАРЁВА!

За посильную помощь предпринимателям!

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ"

- Рекламная кампания "Мы за здоровую рекламу!" даёт результат
- Комитет начнёт с Национального свода рекламных практик
- Принцип торгов: кто предложит меньше цену, тот и выиграл, не всегда ведёт к успеху

Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов СРО АМИ РС (практика)

- «Качок» с ленинской головой органично вписался в концепцию плаката
- «РосБизнесЦентр» отстоял своё «лицо»
- Эксперты признали маркетинговый ход неуместным, но закон не нарушающим
- В рекламе роллов должны быть роллы!
- В спорной рекламе эксперты не нашли сравнений
- **Решения по результатам рассмотрения жалоб и обращений**

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

- Реклама против кризиса (инициатива)
- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- Национальная ассоциация визуальных коммуникаций (НАВК)
- Russ Outdoor
- Ассоциация брендинговых компаний России (АБКР)
- IAB Russia
- Союз предприятий печатной продукции (ГИПП)
- Юнилевер

АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ" В СЕНТЯБРЕ 2020 г.

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ



NEWSLETTER

May 2020



Лукас Буде: «Саморегулирование является идеальным решением для успешного сохранения пространства для творческой рекламы при одновременной защите детей»

Генеральный директор Европейского альянса по рекламным стандартам (EASA) Лукас Буде записал специальное видеообращение к участникам онлайн-конференции на тему: «Осторожно! Дети! Борьба за качественный контент и защита детской аудитории от недобросовестной рекламы посредством рекламного саморегулирования»

[Читать далее](#)



Либо целиком, либо никак! Продолжаем разговор о голых в рекламе...

[Читать далее](#)

Орган рекламного саморегулирования Британии – ASA регулярно получает жалобы на то, как женщины и, с меньшей частотой, мужчины изображаются в рекламе, и твёрдо выступает против той, которая безответственно сексуализирует или объективирует людей.

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИЯ 27 августа 2020 г. 12.00 — 14.30

«Осторожно! Дети! Борьба за качественный контент и защита детской аудитории от недобросовестной рекламы посредством рекламного саморегулирования»



World Federation
of Advertisers



Бренды и детская аудитория: как на рынок влияют самоограничения рекламодателей

Представляем Ирину Котик, директор по медиа и цифровой трансформации Unilever в России, Украине и Беларуси, которая поделилась опытом



Представитель индустрии товаров и услуг для детей выступит на конференции по «детской рекламе»

Участие в онлайн-конференции на тему:
«Осторожно! Дети! Борьба за
качественный контент и защита детской
аудитории от недобросовестной рекламы»

реализации компанией принципов ответственного маркетинга в своей презентации «Коммуникации брендов в адрес детской аудитории: способны ли самоограничения передовых рекламодателей «подтянуть» за собой весь рынок?» Спикер обладает многолетним опытом работы в маркетинге и взаимодействия с множеством различных категорий и брендов – Dove, Domestos, Lipton, Cif.

[Читать далее](#)

посредством рекламного саморегулирования» приняла президент Ассоциации предприятий индустрии детских товаров (АИДТ) Антонина Цицулина. АИДТ, то это некоммерческая организация, созданная в 2008 году и объединяющая более 300 ключевых участников рынка, занимающихся разработкой, производством, продвижением и реализацией товаров и услуг для детей.

[Читать далее](#)



Александр Митрошенков: «Мы хотим предоставлять рекламодателям необходимые объёмы размещения и получать возможность создавать качественный детский контент»

Александр Митрошенков, президент «Трансконтинентальной медиакомпании» (ТМК) записал видеообращение к её участникам онлайн-конференции на тему: «Осторожно! Дети! Борьба за качественный контент и защита детской аудитории от недобросовестной рекламы посредством рекламного саморегулирования», .

[Читать далее](#)

С современными детьми нужно говорить честно и на понятном им языке

Участниками онлайн-конференции на тему: «Осторожно! Дети! Борьба за качественный контент и защита детской аудитории от недобросовестной рекламы посредством рекламного саморегулирования» стали: Юлиана Слащёва, председатель правления киностудии «Союзмультфильм», председатель правления Ассоциации организаций индустрии анимационного кино, генеральный директор киностудии им. М.Горького, и Елена Опалева, генеральный директор телеканала «Мультилэндия».

[Читать далее](#)



Участники конференции предложили создать при саморегулируемой организации «детский» экспертный совет

Состоялась онлайн-конференция на тему: «Осторожно! Дети! Борьба за качественный контент и защита детской аудитории от недобросовестной рекламы посредством рекламного саморегулирования», организаторами которой выступили саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») совместно с «Трансконтинентальной медиакомпанией» (ТМК) – членом-партнёром СРО.

[Читать далее](#)



За посильную помощь предпринимателям

ПОЗДРАВЛЯЕМ! Сергей Пискарёв, член правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), председатель комитета по предпринимательству в сфере рекламы Торгово-промышленной палаты (ТПП) РФ, президент Ассоциации коммуникационных агентств России, награждён почётной медалью «За защиту российского бизнеса» и дипломом Московской ассоциации предпринимателей «За активную гражданскую позицию в оказании помощи предпринимателям во время распространения коронавирусной инфекции». рны в Европе и США.

[Читать далее](#)



Кампания даёт результат

На традиционной встрече петербургских экспертов, представляющих компании-рекламораспространители (ТВ, радио, наружная и транзитная реклама, печатная пресса, интернет), а также исследовательские медиакомпании выступил председатель правления СРО «АМИ «РС» Сергей Пилатов. Он познакомил участников с последними результатами деятельности организации и подробно остановился на проводимой ассоциацией рекламной кампании «Мы за здоровую рекламу в Санкт-Петербурге!». Сергей Пилатов отметил, что эффективность проделанной работы уже ощутима, и привёл цифры по числу обращений в комитет по рассмотрению жалоб. С момента начала рекламной кампании поступило 57 жалоб и обращений. Из них из территориальных УФАС – 23, из Санкт-Петербургского и Ленинградского УФАС – два, из комитета по печати и взаимодействию со СМИ Санкт-Петербурга – четыре, из региональной администрации – одно, собственный мониторинг СРО – одно. За это же время поступило 26 прямых обращений с жалобами на 16 макетов как петербургской рекламы, так и федеральной от 22 граждан.

[Читать далее](#)



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии
Санкт-Петербургское Представительство

МЫ ЗА ЗДОРОВУЮ РЕКЛАМУ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ!



- Помогите нам сделать рекламу более уважительной к Вам!
- Если Вас задевает, оскорбляет или обманывает реклама в нашем издании, сообщите нам.
- Увидим, оценим, исправим или устраним.
- Быстро, эффективно, ответственно.



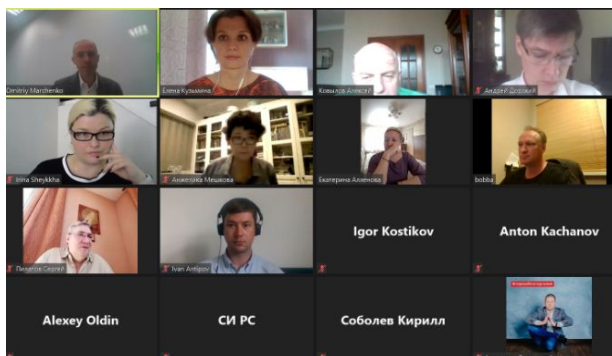
Реклама-жалоба.рф



С-Пб 199226, а/я 38



8-812-321-26-54



Комитет начнёт с Национального свода рекламных практик

В онлайн-режиме состоялось заседание комитета рекламных практик саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»)). В повестке заседания, которое вёл председатель комитета Дмитрий Марченко, руководитель отдела правового сопровождения коммерческой деятельности ООО «Яндекс», значились окончательное формирование состава комитета, утверждение направлений его работы, среди которых центральное – разработка и принятие Национального свода рекламных практик; этических стандартов; верификация и адаптация отраслевых (секторальных) международных стандартов; формирование прецедентных правил; разработка рекомендаций по соблюдению рекламного законодательства и предложений по его совершенствованию, а также формирование рабочих групп по указанным выше направлениям и т.д.

[Читать далее](#)

Принцип торгов: кто предложит меньше цену, тот и выиграл, не всегда ведёт к успеху

Состоялось заседание Общественного совета при управлении Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России по Санкт-Петербургу. Председатель правления СРО «АМИ «РС» выступил перед членами Общественного совета с презентацией на тему: «Проблемы нормативного регулирования процессов создания и распространения социальной рекламы». В результате обсуждения было принято решение предложить Общественному совету по рекламе – представительству СРО «АМИ «РС» рассмотреть данный вопрос на своём заседании, выработать конкретные предложения по изменению существующей системы нормативного регулирования, вплоть до отмены торгов на разработку социальной рекламы и замены их творческими конкурсами.

[Читать далее](#)

Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов АМИ РС (практика)



«Качок» с ленинской головой органично вписался в концепцию плаката

Оценивая очередную спорную рекламу на её соответствие требованиям законодательства, эксперты комитета по рассмотрению жалоб и обращений СРО «АМИ «РС» на этот раз не согласились с доводами заявителя о том, что реклама «кощунственная, издевательская и оскорбительная».

[Читать далее](#)



«РосБизнесЦентр» отстоял своё «лицо»

«Нарушений нет. Фантазии и домыслы выходят за рамки профессиональной оценки» – так ёмко отозвался один из 10 экспертов комитета по рассмотрению жалоб и обращений СРО «АМИ «РС», оценивая рекламу, размещённую в Кургане.

[Читать далее](#)



Эксперты признали маркетинговый ход неуместным, но закон не нарушающим

Эксперты комитета по рассмотрению жалоб и обращений СРО «АМИ «РС» оценили этичность использования в рекламе одной из торговых сетей символов Великой Отечественной войны.

[Читать далее](#)

В рекламе роллов должны быть роллы!

Может ли в рекламной информации (речь идёт о рекламе роллов) слово «наркотики» восприниматься и оцениваться как призыв к совершению противоправных действий – приёму веществ, вызывающих привыкание? На такой вопрос отвечали 14 экспертов комитета по рассмотрению жалоб и обращений СРО «АМИ «РС»

[Читать далее](#)

В спорной рекламе эксперты не нашли сравнений

В Свердловское управление ФАС России поступили жалобы на две публикации одного и того же интернет-ресурса – РИА «Новый день». Эти материалы и стали предметом оценки экспертов комитета по рассмотрению жалоб и обращений СРО «АМИ «РС») на их соответствие требованиям законодательства.

[Читать далее](#)

Решения по результатам рассмотрения жалоб и обращений

- [Бухгалтер в рекламе может быть как человеком, так и навыком](#)
- [В ФАС России подчеркнули, что человеческая жизнь – высшая ценность, и шутить над этим в рекламе неправомерно](#)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



Выход из режима изоляции отмечают масштабной рекламной кампанией

Члены саморегулируемой организации АМИ РС: Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), Национальная ассоциация визуальных коммуникаций (НАВК), член-партнёр СРО АМИ РС компания Russ Outdoor, а также члены СРО АМИ РС компания TMG и LBL представляют Россию в международном проекте #OurSecondChance (#НашВторойШанс) – самой масштабной кампании в мировой истории наружной рекламы.

[Читать далее](#)

АКАР
АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ



Меморандум будет содействовать благоприятному бизнес-климату в индустрии

АКАР приняла меморандум, который



Российскому рекламному рынку дали рекомендации

Эксперты АКАР разработали рекомендации по работе с медиааудиторами для агентств и

закрепляет основополагающие этические принципы добросовестного поведения между членами АКАР и предоставляет механизм реагирования профессионального сообщества на действия, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию участников рынка.

[Читать далее](#)

рекламодателей. Медиааудит для игроков российского рекламного рынка продолжает оставаться недостаточно прозрачной сферой со своими специфическими правилами и особенностями

[Читать далее](#)

Всё о премии «Медиа-менеджер России» – за один час

Оргкомитет XX Национальной премии «Медиа-менеджер России – 2020» при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) провела второй из серии прямых эфиров накануне 20-летия премии.

[Читать далее](#)



В ассоциации – смена лидера

Входящая в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» Национальная ассоциация визуальных коммуникаций (НАВК), которая объединяет крупнейших ООН-операторов России, назвала имя нового президента. Им стал Сергей Дубков, до этого занимавший руководящие должности в компании Russ Outdoor. Ранее возглавлявшая ассоциацию Елена Михайлова остаётся в отрасли наружной рекламы и выступит в качестве правового консультанта НАВК, поскольку её экспертиза в разрезе индустриальных стратегических и тактических задач очень ценна для наружной рекламы. НАВК выразила благодарность бывшему президенту за огромный вклад в отстаивание интересов отрасли, том числе за активное участие в урегулировании ситуации с ГОСТом.

[Читать далее](#)



Реклама на остановках – охватная и с высокой длительностью контакта

Группа компаний Russ Outdoor – член-партнёр саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», один из ведущих

операторов наружной рекламы в стране начинает размещать рекламу на остановках общественного транспорта в Москве, увеличив свою долю рынка до 79%. В настоящее время сеть «Мосгортранса» насчитывает более 14 тысяч поверхностей.

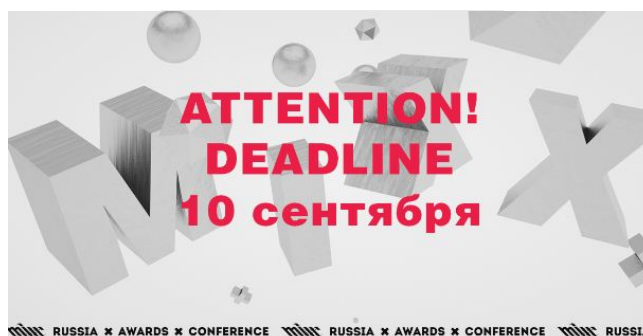
[Читать далее](#)



В «День брендинга» обсудят «Подходы» и «Инструменты»

Ассоциация брендинговых компаний России (АБКР) проведёт 2 сентября на выставке «Дизайн и реклама. Супермаркетинг» очередной «День брендинга». Его посетители узнают о корпоративной идентичности в эпоху перемен, последних трендах динамического брендинга, правилах коммуникации в условиях COVID-19 и «упаковке» для ИТ-продуктов. По традиции АБКР представит экспозицию «Бренд-дизайн», сформированную из работ членов ассоциации.

[Читать далее](#)



Эксперты оценили настоящее и будущее имиджевой рекламы

Завершается приём реализованных digital-кейсов на пятый по счёту фестиваль MIXX Russia. Инициатором фестиваля выступает входящая в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» Некоммерческое партнерство содействия развития интерактивной рекламы (IAB

Russia). Этот проект представлен двумя направлениями работы: MIXX Conference&MIXX Awards. Таким образом фестиваль – площадка, объединяющая практики и стратегии развития интерактивных коммуникаций и технологий.

[Читать далее](#)



Печатная индустрия выступает за консолидацию

В Москве состоялось заседание рабочей группы Совета печатной индустрии, в котором приняли участие представители отраслевых организаций, государственных структур, издатели книг, газет и журналов, Союза журналистов, эксперты в области развития культуры, авторского дела и др. Вёл заседание Александр Оськин, вице-президент Союза предприятий печатной индустрии (ГИПП).

[Читать далее](#)



В Твери появился фандомат под эгидой косметического бренда «Чистая линия»

Компания Unilever, являющаяся членом саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», расширяет сеть фандоматов – брендированных автоматизированных аппаратов для приёма использованной пластиковой тары у населения с целью последующей переработки.

СРО АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ" В СЕНТЯБРЕ 2020

- Заседание рабочей группы по новой редакции Устава
- Открытое тематическое заседание Комитета по рассмотрению жалоб и обращений
- Установочное заседание Совета региональных органов
- Онлайн конференция "ВНИМАНИЕ! ДЕТИ!" Часть 2

16 СЕНТЯБРЯ 2020 г.

Заседание правления СРО АМИ РС

Полезные ссылки

- [Концепция рекламного саморегулирования в России и Меморандум по реализации концепции](#)
- [Актуальная информация о ходе реализации проекта по созданию органа рекламного саморегулирования в России и в пилотном субъекте с января 2017 года](#)
- [Стратегия федерального и межрегионального развития саморегулирования в России на 2019 год](#)
- [Презентация по основным итогам работы СРО АМИ "РС" за 2019 год](#)

Мы в социальных сетях

 [Страница АМИ «Рекламный Совет»](#)

 [Страница СИ «Рекламный совет»](#)

 [Группа КС по рекламе](#)

 [Реклама в СНГ. КСР МСАП](#)

 [Группа «Рекламная Белочка»](#)

 [Группа «Рекламная Белочка»](#)

Обзор подготовлен по материалам официального сетевого издания «Рекламный совет»

Новости и информацию направляйте по адресу: info@sovetreklama.org

По вопросам партнёрства и сотрудничества: info@sovetreklama.ru

Телефон: +7 (812) 321-26-54

ВСЕМ ЗДОРОВЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ!