

Обращение правления Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии “Рекламный совет”

27 августа 2020 года по инициативе АМИ “Рекламный Совет”, была проведена Конференция на тему: ”Осторожно, дети! Борьба за качественный контент и защита детской аудитории от недобросовестной рекламы посредством саморегулирования”. В Конференции приняли участие более 60-ти представителей медиа-коммуникационной индустрии и их ассоциаций, объединений потребителей, бизнес-сообщества, органов государственной власти и творческие деятели.

Процесс саморегулирования в рекламе предполагает продвижение лучшего опыта в рекламе, утверждение добросовестных рекламных практик, в том числе защиту детей от вредной рекламы. Вместе с тем участники конференции обратили внимание на следующие обстоятельства, которые не могут не вызвать беспокойство:

С 1 января 2015 года в России действует запрет распространения рекламы для каналов, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств. Исключение из этого правила составляют платные каналы спутникового и кабельного вещания, если доля «национального продукта» на таких каналах составляет не менее 75 процентов.

Несмотря на то, что законодательные акты были призваны стимулировать производство отечественного контента, обеспечивать развитие национальных вещателей, фактическое применения принятых норм, показало необходимость их нового осмысления.

Так, для детских каналов с анимационным контентом требование по доле размещаемого отечественного контента в 75% на практике сложно выполнимы.

Складывается ситуация, при которой, с одной стороны, на рынке недостаточно предложения отечественного контента для размещения на телеканалах, а с другой - детские каналы, специализирующиеся на распространении анимационных фильмов, не имея необходимых рекламных доходов, не могут приобретать качественный национальный контент и, соответственно, существенно влиять на спрос и стимулировать развитие российских производителей анимации.

При этом зарубежные каналы этого сегмента продолжают успешно развиваться на отечественном рынке, благодаря более устойчивому финансовому положению, а также широким возможностям монетизации контента за счет продажи прав и лицензий на глобальном рынке.

Члены правления и Палаты лидеров СРО Ассоциация “Рекламный Совет” разделяют обеспокоенность участников конференции, поддерживают предложения представителей медийного сообщества и высказываются за установление специальных условий распространения рекламы на платных телеканалах, специализирующихся на распространении детского анимационного контента. Предлагается установить возможность распространения рекламы на таких телеканалах, в случае распространения ими *пятидесяти процентов (или менее)* национальной продукции средства массовой информации.

Снижение действующего норматива позволит данным каналам за счет дополнительных рекламных поступлений осуществлять заказ контента российского производства и поддержать российских производителей и поднять привлекательность этих каналов в зрительской аудитории.

Эта мера также позволит построить реальную конкуренцию данных российских телеканалов с зарубежными аналогами.

Принято на заседании правления СРО Ассоциация “Рекламный Совет”

30 сентября 2020 года.