

**Официальная информация
Саморегулируемой организации Ассоциация
маркетинговой индустрии «Рекламный Совет»**

**Рабочая группа при подкомиссии Правительственной комиссии поддержала
законопроект о саморегулировании в сфере рекламы**

Как стало известно Саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») рабочая группа по реализации механизма «регуляторной гильотины» в сфере рекламы при подкомиссии Правительственной комиссии по проведению административной реформы на заочном заседании, состоявшемся 4 июня, проголосовала за согласование так ожидаемого индустрией проекта федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» (в части систематизации обязательных требований в сфере рекламы и введения института саморегулируемых организаций в сфере рекламы).

Напомним, что разработка данного законопроекта предусмотрена пунктом 24 Плана законопроектной деятельности Правительства Российской Федерации на 2020 год, и всю первую половину текущего года текст законопроекта проходил бурное обсуждение с участниками рынка, в том числе, на заседаниях рабочей группы.

Законопроект, сохраняя добровольный характер участия в саморегулируемой организации (СРО), предусматривает право СРО осуществлять представительство и защиту интересов своих членов, разрабатывать и принимать требования к рекламе (стандарты рекламы), обзоры, рекомендации и иные документы, направленные на формирование единообразия в части содержательной стороны и этичности рекламы, а также обеспечивать контроль за соблюдением членами СРО установленных требований, применять механизмы ответственности своих членов.

Значимым изменением является предусмотренное законопроектом право СРО заключить с ФАС России соглашение о рассмотрении споров в отношении рекламы, что позволит СРО осуществлять рассмотрение споров в отношении рекламы своих членов. Такое соглашение подписывается на срок 5 лет и может быть продлено по соглашению сторон на тот же срок. Законопроект определяет порядок реализации такого соглашения, в частности, передачу жалобы, поступившей в СРО на рассмотрение в антимонопольный орган, если лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе и в отношении которого подано заявление, не является членом данной СРО, и напротив, передачу жалобы антимонопольным органом в СРО, если жалоба подана в отношении члена СРО, с которой у ФАС России заключено соглашение.



Данные положения законопроекта отвечают международной практике, подтверждающей эффективность и необходимость саморегулирования в сфере рекламы. В настоящее время в мире существует 48 СРО в сфере рекламы, большинство из которых успешно функционирует уже на протяжении нескольких десятилетий (например, в Индии – 34 года, США – 48 лет, Англии – 58 лет).

Рекламные СРО во всем мире являются площадками для рассмотрения споров о рекламе. Наиболее существенным преимуществом таких площадок является профессиональное рассмотрение споров представителями предпринимательского сообщества в кратчайшие сроки и без наложения штрафов государственными органами при выполнении решений СРО.

Кроме того, законопроект закрепляет право СРО также проводить экспертизу рекламных материалов до их распространения в целях профилактики и предупреждения нарушений, что позволяет в принципе не допустить распространение рекламы, содержащей нарушения.

Учитывая обширный международный опыт, имеются все основания полагать, что развитие рекламного саморегулирования в России позволит повысить как качество рекламы, так и уровень доверия общества к рекламе.

В соответствии с Планом законопроектной деятельности законопроект будет направлен в Правительство Российской Федерации и в дальнейшем работа над ним будет продолжена уже на площадке Правительства Российской Федерации и Государственной Думы.

Отметим, что, несмотря на то, что проект федерального закона о саморегулировании в сфере рекламы в настоящее время находится на пути к своему принятию, в Санкт-Петербурге, являющемся пилотным субъектом рекламного саморегулирования в России, продолжается дальнейшая работа по развитию саморегулирования в сфере рекламы и его популяризации среди жителей города.

Так, была запущена кампания «Мы за здоровую рекламу в Санкт-Петербурге!», в рамках которой гражданам предоставлена возможность направлять жалобы на ненадлежащую рекламу непосредственно в Саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», зайдя на сайт реклама-жалоба.рф, который автоматически перенаправит их на [страницу с формой для написания жалобы](#), размещенную на сайте СРО «АМИ «РС».

Принимать решения по результатам рассмотрения поступивших жалоб будет Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга СРО «АМИ «РС», который с 2019 года также осуществляет экспертизу поступающих из территориальных органов ФАС России в рамках заключенных соглашений о взаимодействии, макетов и проектов текстов рекламных материалов до их распространения в целях профилактики и предупреждения нарушений.