

**Протокол 24-го заседания
Координационного совета по рекламе при Межгосударственном совете
по антимонопольной политике**

14 ноября 2023 года

г. Москва
(Российская Федерация)

Присутствовали:

от Азербайджанской Республики

Тамилла Алифатовна
НАГИЕВА – вице-президент Союза рекламистов
Азербайджана

от Республики Армения

Борис Гагикович
СААКЯН – вице-президент Совета по рекламе Армении,
директор Prime Commercial

Роза Ашотовна
ГРИГОРЯН – координатор Рекламного Совета Армении, PR
специалист Издательского дома Республики
Армения «АНТАРЕС»

Ануш Эдвардовна
БЕГЛОЯН – член Комиссии по защите конкуренции
Республики Армения (формат ВКС)

от Республики Беларусь

Алена Андреевна
БУРДА – начальник сектора по рекламе управления
защиты прав потребителей и контроля
за рекламой Министерства антимонопольного
регулирования и торговли Республики Беларусь
(МАРТ)

от Республики Казахстан

Дмитрий Владиславович
МАРОВ – президент «Центрально-азиатской рекламной
ассоциации» (ЦАРА), совладелец группы
DASM Group

Дания Кайратовна
ТЮЛЮБЕКОВА – главный консультант Управления
международного сотрудничества Агентства
по защите и развитию конкуренции Республики
Казахстан (формат ВКС)

- Ильяс Изимгалиевич
ЕСМАГУЛ – заместитель председателя Комитета информации Министерства культуры и информации Республики Казахстан
- Нагашбек Курыбекович
ТАНИБЕРГЕН – руководитель управления медиа-аналитики и поддержки общественных процессов Комитета информации Министерства культуры и информации Республики Казахстан
- Михаил Александрович
КОМИССАРОВ – директор РГП «Центр анализа и информации»

от Кыргызской Республики

- Павел Андреевич
ЛИ – начальник управления расследований, контроля за соблюдением антимонопольного законодательства и рекламы Службы антимонопольного регулирования при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики (формат ВКС)
- Чынгыз Мелсович
КУБАТБЕКОВ – главный специалист управления расследований, контроля за соблюдением антимонопольного законодательства и рекламы Службы антимонопольного регулирования при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики (формат ВКС)

от Республики Молдова

- Галина Фёдоровна
ЗАБЛОВСКАЯ – исполнительный директор Ассоциации рекламных агентств Республики Молдова

от Российской Федерации

- Карина Маратовна
ТАУКЕНОВА – председатель Координационного совета по рекламе при Межгосударственном совете по антимонопольной политике (Совет по рекламе), заместитель руководителя ФАС России

- Татьяна Евгеньевна
НИКИТИНА – начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России
- Сергей Генрихович
ПИЛАТОВ – председатель Исполнительного комитета Совета по рекламе, заместитель председателя Совета по рекламе, председатель правления СРО Ассоциация «Рекламный совет»
- Валерий Александрович
МАНКЕВИЧ – председатель секретариата Международной ассамблеи индустрии рекламы и маркетинговых коммуникаций (МАИРК)
- Сергей Владимирович
СТЕШОВ – председатель комитета по рекламе Нижегородской Торгово-промышленной палаты
- Сергей Львович
ПИСКАРЕВ – президент Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)
- Елена Юрьевна
РЕШЕТОВА – первый вице-президент АКАР
- Валентин Викторович
СМОЛЯКОВ – исполнительный директор АКАР
- Сергей Вячеславович
ВЕСЕЛОВ – вице-президент АКАР
- Николай Александрович
ВАСИЛЬЕВ – руководитель отдела исследований и аналитики АКАР
- Антон Николаевич
КАЧАНОВ – руководитель правовой практики в сфере рекламных технологий и маркетинга ООО «Яндекс»
- Виктория Дмитриевна
СУДАРЕНКОВА – руководитель группы правового сопровождения рекламы в Российской Федерации и СНГ ООО «Яндекс»
- Андрей Владимирович
ЛОГОШИН – заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России
- Елена Владимировна
ПРИВЕЗЕНЦЕВА – начальник отдела экономической интеграции со странами СНГ Управления международного экономического сотрудничества ФАС России

- Георгий Дмитриевич
БАДАЛОВ – начальник отдела методологии законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России
- Юлия Викторовна
ВЕЛТЕР – заместитель начальника отдела экономической интеграции со странами СНГ Управления международного экономического сотрудничества ФАС России
- Кристина Артуровна
ТОРОСЯН – ведущий специалист-эксперт отдела методологии законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России

от Республики Таджикистан

- Джамшед Сафарали
САИДШОЗОДА – начальник управления по защите права потребителей и контролю за рекламной деятельностью Антимонопольной службы при Правительстве Республике Таджикистан

от Республики Узбекистан

- Анвар Валиджанович
ЮЛДАШЕВ – генеральный директор Ташкентского Международного Бизнес-центра, генеральный директор СП ООО «JS Desaux», председатель Ташкентской Ассоциации рекламы, заместитель председателя координационного совета
- Юрий Михайлович
ПАК – первый заместитель председателя Совета Национальной ассоциации индустрии рекламы (НАИР)
- Ахматжон Уткурович
САДЫКОВ – заместитель председателя Совета НАИР
- Диёр Акрамович
МИРЗААХМЕДОВ – председатель правления Маркетинговой Ассоциации Узбекистана (формат ВКС)
- Дилмурод Якубжанович
БОТИРОВ – начальник Управления по защите прав потребителей Комитета по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан (формат ВКС)

- Ботир Баходирович
ШАРИПОВ – заместитель начальника Управления по защите прав потребителей Комитета по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан (формат ВКС)
- Шерзод Ильясханович
МАХАМАДАЛИЕВ – начальник отдела рынка рекламы и развития креативных сфер Управления по защите прав потребителей Комитета по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан (формат ВКС)
- Умид Арзикулович
КАЮМОВ – главный специалист отдела рынка рекламы и развития креативных сфер Управления по защите прав потребителей Комитета по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан (формат ВКС)
- Иломиддин Зоҳиддин
НУРИДДИНОВ – ведущий специалист отдела рынка рекламы и развития креативных сфер Управления по защите прав потребителей Комитета по развитию конкуренции и защите прав потребителей Республики Узбекистан (формат ВКС)

от Исполнительного комитета СНГ

- Михаил Евгеньевич
МЫСКИН – директор департамента экономического сотрудничества Исполнительного комитета СНГ
- Олег Анатольевич
СМИРНОВ – советник отдела валютно-финансовой политики департамента экономического сотрудничества Исполнительного комитета СНГ
- Екатерина Аркадьевна
МЫСКОВА – консультант отдела валютно-финансовой политики департамента экономического сотрудничества Исполнительного комитета СНГ

Приглашенные

- Азам Ганиевич
УСМАНОВ – советник генерального директора Ассоциации «Деловой Центр экономического развития СНГ» (Деловой Центр СНГ)
- Лилия Ильдаровна
ГЛАЗОВА – председатель Ассоциации компаний консультантов в области связей с общественностью (АКОС)
- Александр Валерьевич
МАНКЕВИЧ – креативный директор ООО «ГРАТТ» (формат ВКС)
- Михаил Владимирович
КУДАШКИН – исполнительный креативный директор Группы компаний «Родная речь»
- Татьяна
ИВАНОВА – президент Ассоциации блогеров и агентств (АБА), генеральный директор ООО «ХЭЛЛОУ БЛОГТЕР»
- Яна Сергеевна
ПЛЕШАКОВА – старший менеджер по нормативному регулированию ITMS Group
- Виктория Викторовна
ДЕМЧУК – старший юрист ITMS Group
- Алексей Леонидович
КЕДРИН – председатель Правления Ассоциации фармацевтических производителей Евразийского экономического союза (АФПЕАЭС)
- Анна Олеговна
ПАВЛЮЧЕНКО – президент Ассоциации производителей средств визуальной рекламы и информации «ВизКом»

1. О ходе выполнения решений 23-го (расширенного) и внеочередного заседаний Совета по рекламе и о планах на 2024 год

(К.М. Таукенова, Т.Е. Никитина, С.Г. Пилатов, А.А. Бурда)

1.1. Отметить, что в период между заседаниями Советом по рекламе реализованы следующие мероприятия:

– подготовлен проект доклада «Актуальные вопросы развития рекламного рынка государств – участников СНГ» (за период 2021–2023 годов) и сформированы проекты положения и регламента Совета по рекламе;

– продолжена работа над сайтом Совета по рекламе;

– проведены два обучающих вебинара по вопросам контроля соблюдения рекламного законодательства Российской Федерации и Республики Беларусь;

– анонсирован следующий вебинар, лекторами в котором выступают представители Государственной службы по антимонопольной политике и контролю за потребительским рынком при Министерстве экономики Азербайджанской Республики;

– под эгидой Совета по рекламе в государствах – участниках СНГ реализована информационная кампания, которая поможет предпринимателям оценить свою рекламу на предмет привлекательности для потребителей и соответствия законодательству о рекламе;

1.2. Просить представителей Государственной службы по антимонопольной политике и контролю за потребительским рынком при Министерстве экономики Азербайджанской Республики провести соответствующий вебинар по вопросам регулирования рекламной деятельности в Азербайджанской Республике для представителей уполномоченных органов государств – участников СНГ в срок до 22 декабря 2023 года.

1.3. Просить уполномоченные органы государств – участников СНГ проработать вопрос о проведении вебинаров по актуальным вопросам регулирования рекламной деятельности. Представить темы вебинаров и спикеров до 12 января 2024 года.

2. О ходе подготовки проекта доклада «Актуальные вопросы развития рекламного рынка государств – участников СНГ»

(за период 2021–2023 годов)

(Т.Е. Никитина, С.Г. Пилатов, М.Е. Мыскин, А.В. Юлдашев)

2.1. Принять к сведению информацию начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Т.Е. Никитиной о подготовке проекта доклада на тему «Актуальные вопросы развития рекламного рынка государств – участников СНГ» (за период 2021–2023 годов) (далее – проект доклада).

2.2. Отметить, что в проекте доклада отражены и проанализированы актуальные изменения нормативных правовых актов, регулирующих вопросы

рекламной деятельности в государствах – участниках СНГ, обозначены наиболее интересные примеры правоприменительной практики по пресечению нарушений закона о рекламе государств – участников СНГ и статистика выявленных нарушений в сфере рекламы государств – участников СНГ.

В проекте доклада обобщена информация, представленная из открытых источников, от уполномоченных органов и участников рынка Азербайджанской Республики, Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики, Республики Молдова, Российской Федерации, Республики Таджикистан и Республики Узбекистан.

Предложить при подготовке докладов и иных документов от имени Совета по рекламе разрабатывать конкретные рекомендации (предложения) для органов власти государств – участников СНГ в целях улучшения взаимодействия государств – участников СНГ и совершенствования законодательства о рекламе, а также анализировать законодательство и правоприменительную практику государств – участников СНГ с целью стимулирования развития рекламного рынка.

2.3. Просить уполномоченные органы и участников рынка государств – участников СНГ в случае дополнительных предложений и замечаний к указанному проекту доклада представить их в ФАС России в срок до 15 декабря 2023 года.

2.4. ФАС России в случае поступления предложений и замечаний к указанному документу доработать его и в срок до 27 декабря 2023 года направить в Исполнительный комитет СНГ для рассмотрения в установленном порядке.

3. Об актуализации положения Совета по рекламе и одобрении регламента Совета по рекламе

(К.М. Таукенова, Т.Е. Никитина, С.Г. Пилатов, А.В. Юлдашев)

3.1. Принять к сведению информацию начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Т.Е. Никитиной об актуализации положения Совета по рекламе и разработке проекта регламента Совета по рекламе.

3.2. Отметить возможность приглашения на заседания Совета по рекламе наблюдателей и иных лиц, отразив это в регламенте Совета по рекламе.

3.3. Одобрить проект положения Совета по рекламе и утвердить регламент Совета по рекламе (прилагаются).

3.4. Представить проект положения Совета по рекламе на утверждение членам Межгосударственного совета по антимонопольной политике, заседание которого состоится 30–31 мая 2024 года в г. Душанбе (Республика Таджикистан).

4. Рынок рекламы России: аналитика в цифрах Российские коммуникационные агентства в странах СНГ

(К.М. Таукенова, С.Л. Пискарев, С.В. Веселов, Л.И. Глазова, Н.А. Васильев)

4.1. Принять к сведению информацию президента Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) С.Л. Пискарева и вице-президента АКАР С.В. Веселова, председателя Ассоциации компаний консультантов в области связей с общественностью (АКОС) Л.И. Глазовой и руководителя отдела исследований и аналитики АКАР Н.А. Васильева о состоянии рынка рекламы России и взаимодействии участников рынка внутри страны и с государствами – участниками СНГ.

4.2. Признать целесообразным подготовить сводную информацию о состоянии рынка рекламы государств – участников СНГ и ее анализ.

4.3. В целях формирования сводной информации о состоянии рынка рекламы государств – участников СНГ просить:

4.3.1. АКАР направить в ФАС России предложения по форматам и срокам взаимодействия с участниками рынка государств – участников СНГ в срок до 15 декабря 2023 года,

4.3.2. ФАС России после поступления предложений по форматам и срокам взаимодействия АКАР с участниками рынка государств – участников СНГ в срок до 22 декабря 2023 года направить их участникам рынка государств – участников СНГ для рассмотрения и представления информации в установленном порядке,

4.3.3. Участников рынка государств – участников СНГ представить в ФАС России в срок до 29 февраля 2024 года предложения по формированию сводной информации о состоянии рынка рекламы государств – участников СНГ для последующего направления обобщенной информации в АКАР.

4.4. Просить АКАР для рассмотрения на следующем заседании Совета по рекламе подготовить и направить в ФАС России сводную информацию о состоянии рынка рекламы государств – участников СНГ и предложения по ее анализу.

4.5. Просить участников рынка государств – участников СНГ направить в ФАС России для последующего направления обобщенной информации в АКАР замечания и предложения по представленной информации о «Рекламных агентствах в странах СНГ», их взаимодействии внутри России и с участниками рынка в государствах – участниках СНГ в срок до 1 февраля 2024 года.

4.6. Просить АКАР для рассмотрения на следующем заседании Совета по рекламе подготовить и направить в ФАС России доработанную информацию о рекламных агентствах по поступившим замечаниям.

5. Об особенностях рекламы в социальных сетях, инфлюенсер-маркетинга и необходимости введения государственного регулирования такой деятельности (типы, виды, площадки; рекламный и нерекламный характер поведения инфлюенсеров, возможные правила поведения инфлюенсеров)

(Т.Е. Никитина, Т.А. Нагиева, Б.Г. Саакян, А.Э. Беглоян, Р.А. Григорян, А.А. Бурда, Д.В. Маров, Д.К. Тюлюбекова, И.И. Есмагул, Н.К. Таниберген, М.А. Комиссаров, П.А. Ли, Ч.М. Кубатбеков, Г.Ф. Забловская, С.Г. Пилатов, В.А. Манкевич, Д.С. Саидшозода, А.В. Юлдашев, Ю.М. Пак, А.У. Садыков, Д.А. Мирзаахмедов, Т. Иванова, А.Н. Качанов)

5.1. Принять к сведению информацию начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Т.Е. Никитиной об особенностях регулирования рекламы в социальных сетях, инфлюенсер-маркетинга в Российской Федерации и ряде положений относительно регулирования данной сферы во Франции и Великобритании.

5.2. Отметить в выступлениях членов Совета по рекламе из уполномоченных органов и участников рынка государств – участников СНГ актуальность увеличения рекламы посредством социальных сетей, блогеров, инфлюенсеров в отсутствие особого государственного регулирования во всех государствах – участниках СНГ. Отдельно указать, что в законах о рекламе Республики Беларусь, Республики Казахстан, Российской Федерации содержатся требования к рекламе в сети Интернет, обязывающие указывать на рекламный характер сообщений, что применяется также в отношении рекламы у блогеров и позволяет делать рынок в данной сфере более прозрачным.

5.3. Принять к сведению информацию президента Ассоциации блогеров и агентств Т. Ивановой и руководителя правовой практики в сфере рекламных технологий и маркетинга ООО «Яндекс» А.Н. Качанова о деятельности блогеров и развитии Интернет-рекламы в России и зарубежных странах. Отметить целесообразность развития саморегулирования в данных сферах, в том числе с целью проведения разъяснительных мероприятий для участников данного рынка, а также проведения дополнительного анализа при необходимости принятия законодательных норм, имеющих в законодательстве иных юрисдикций.

5.4. С учетом того, что в государствах – участниках СНГ законодательное регулирование деятельности блогеров и инфлюенсеров носит фрагментарный характер, большей частью затрагивающий самые общие правила поведения и размещения рекламы, Совету по рекламе проработать и подготовить проект Добросовестных практик поведения блогеров (инфлюенсеров) при размещении рекламы и платной информации (далее – Добросовестные практики) как акт саморегулирования в данной сфере для помощи добросовестным блогерам, которые не хотят обманывать своих последователей и подписчиков относительно использования и применения тех товаров, которые появляются у блогеров в ресурсах.

5.5. Просить уполномоченные органы и участников рынка государств – участников СНГ представить в срок до 25 января 2024 года в ФАС России предложения к проекту Добросовестных практик.

5.6. ФАС России обобщить представленную информацию и в срок до 29 февраля 2024 года представить проект Добросовестных практик в уполномоченные органы и рекламные сообщества государств – участников СНГ для дополнительных предложений и замечаний.

5.7. Итоговую редакцию проекта Добросовестных практик представить к следующему заседанию Совета по рекламе.

6. О новом в правоприменительной практике в области соблюдения рекламного законодательства в государствах – участниках СНГ

(К.М. Таукенова)

Информация по данному вопросу представлена уполномоченными органами государств – участников СНГ в письменном виде и является приложением к настоящему протоколу.

7. О деятельности Ассоциации маркетинговой индустрии «Рекламный совет»

(К.М. Таукенова, С.Г. Пилатов)

Принять к сведению информацию председателя Исполнительного комитета Совета по рекламе, заместителя председателя Совета по рекламе, председателя правления СРО Ассоциация «Рекламный совет» С.Г. Пилатова о деятельности СРО Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет».

8. О социальной рекламе под эгидой Совета по рекламе

(К.М. Таукенова, М.В. Кудашкин, А.В. Манкевич)

8.1. Принять к сведению информацию председателя Совета по рекламе, заместителя руководителя ФАС России К.М. Таукеновой о разработке и запуске на цифровых рекламных конструкциях в Российской Федерации под эгидой Совета по рекламе социальной рекламы, направленной на повышение доверия к рекламе и увеличение позитивной, добросовестной рекламы.

8.2. Принять к сведению информацию креативного директора ООО «ГРАТТ» А.В. Манкевича о подготовленной по просьбе МАРТ социальной рекламе, направленной на информирование населения о важности

рекламы с экономической точки зрения и её значении для развития потребительского рынка.

8.3. Выразить признательность АКАР и представителям компании «Родная речь» в разработке и подготовке проектов социальной рекламы – «Реклама как информированный выбор», ООО «ГРАТТ» - за разработку социальной рекламы «Больше, чем просто реклама».

Отдельно отметить выступление исполнительного креативного директора Группы компаний «Родная речь» М.В. Кудашкина о представлении Совету по рекламе проекта социальной рекламы – «Реклама как информированный выбор».

8.4. Просить МАРТ совместно с ООО «ГРАТТ» в срок до 15 декабря 2023 года направить в уполномоченные органы и участникам рынка государств – участников СНГ разработанную социальную рекламу «Больше, чем просто реклама» в редактируемом виде для размещения под эгидой Совета по рекламе, в том числе на интернет-ресурсах соответствующих уполномоченных органов и участников рынка государств – участников СНГ.

8.5. Исполнительному комитету Совета по рекламе разместить социальную рекламу - «Реклама как информированный выбор» на сайте Совета по рекламе в срок до 8 декабря 2023 года, а социальную рекламу, подготовленную ООО «ГРАТТ» - «Больше, чем просто реклама» в срок до 22 декабря 2023 года.

8.6. Предложить уполномоченным органам и участникам рынка государств – участников СНГ разместить данную социальную рекламу на рекламных конструкциях и интернет-ресурсах в своих странах. В случае принятия уполномоченными органами и участниками рынка государств – участников СНГ решения о размещении указанной социальной рекламы направить соответствующий запрос в адрес ФАС России и/или МАРТ.

8.7. ФАС России и/или МАРТ при поступлении соответствующих запросов в короткий срок направить макеты социальной рекламы в редактируемом формате.

9. О назначении даты, места проведения очередного заседания Совета по рекламе. Разное

(К.М. Таукенова, Т.Е. Никитина, Т.А. Нагиева, Б.Г. Саакян, А.Э. Беглоян, Р.А. Григорян, А.А. Бурда, Д.В. Маров, Д.К. Тюлюбекова, И.И. Есмагул, Н.К. Таниберген, М.А. Комиссаров, П.А. Ли, Ч.М. Кубатбеков, Г.Ф. Забловская, С.Г. Пилатов, В.А. Манкевич, Д.С. Саидшозода, А.В. Юлдашев, Ю.М. Пак, А.У. Садыков, Д.А. Мирзаахмедов)

9.1. Заместителю Председателя Совета по рекламе, Председателю Исполнительного комитета Совета по рекламе, председателю правления СРО Ассоциация «Рекламный совет» С.Г. Пилатову проработать вопрос о месте и дате проведения 25-го заседания Совета по рекламе.

Уполномоченным органам и участникам рынка государств – участников СНГ, в случае наличия представить в ФАС России предложения по месту и дате проведения очередного заседания Совета по рекламе.

9.2. Уполномоченным органам и участникам рынка государств – участников СНГ в срок до 1 февраля 2024 года представить в ФАС России и Исполнительный комитет Совета по рекламе предложения в проект повестки дня 25-го заседания Совета по рекламе.

9.3. Поручить ФАС России и Исполнительному комитету Совета по рекламе в срок до 29 февраля 2024 года подготовить проект повестки дня 25-го заседания Совета по рекламе с учетом поступивших предложений.

9.4. Просить уполномоченные органы и участников рынка государств – участников СНГ своевременно исполнять решения, зафиксированные в Протоколе 24-го заседания Совета по рекламе.

- Приложение:
1. Информация к пункту 6 настоящего протокола на 14 л. в 1 экз.;
 2. Регламент Совета по рекламе на 4 л. в 1 экз.;
 3. Проект положения Совета о рекламе на 4 л. в 1 экз.;
 4. Проект доклада «Актуальные вопросы развития рекламного рынка государств – участников СНГ» на 80 л. в 1 экз.

Председатель Совета по рекламе,
заместитель руководителя ФАС России



К.М. Таукенова