



Информационный бюллетень

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

Май 2020



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии

Содержание

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

- EASA определил актуальные направления работы для европейских СРО на ближайшую перспективу
- Ad Standards поделился информацией о своих достижениях

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ"

- Кампанию поставили в «Дневник»
- Unilever предлагает членам СРОП поддержать инициативу о добровольной маркировке рекламы
- Коммуникационную отрасль призывают искать новые «окна возможностей»
- За бюллетенем идти не надо: он сам придёт к вам!

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

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- Северо-западное представительство АКАР
- ООО "Юнилевер Русь"

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

EASA определил актуальные направления работы для европейских СРО на ближайшую перспективу

14 мая прошла Генеральная ассамблея Европейского альянса по рекламным стандартам (EASA), членом-наблюдателем которого является саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»). Генеральной ассамблее предшествовало заседание правления в тот же день и в том же формате. Заседание было открытым, на него были приглашены все СРО, включая членов-наблюдателей. Кроме того, секретариат произвёл рассылку всех материалов к ассамблее, что позволило провести важнейшее мероприятие за один день и принять все запланированные решения.

[Читать далее](#)

Ad Standards поделился информацией о своих достижениях

В 2019 году австралийские потребители подали 5 241 жалобу на рекламу, распространяющуюся по разным медийным каналам, включая социальные сети. Почти 70% от общего числа полученных жалоб касались вопросов, подпадающих под действие кодекса «Рекламные стандарты». В 368 объявлениях возникали потенциальные проблемы, связанные с этим кодексом. Секс и нагота, а также дискриминация или диффамация по-прежнему являются одними из главных причин наиболее часто подаваемых жалоб. Жалобы, полученные Общественной группой по вопросам рекламных стандартов, также отражают возросшую обеспокоенность общества в связи с рекламой, содержащей насилие или материалы, носящие эксплуататорский или унижительный характер.

[Читать далее](#)

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



Кампанию поставили в «Дневник»

С заголовком «Минувя все инстанции: петербуржцы смогут пожаловаться на незаконную рекламу» и подзаголовком «Для этого в Северной столице появился проект «Мы за здоровую рекламу в Санкт-Петербурге!» в популярной на берегах Невы ежедневной газете «Петербургский дневник» опубликован материал, рассказывающий о старте кампании, главная цель которой – дать жителям города возможность оперативно убрать незаконную и неэтичную рекламу с городских экранов и билбордов без участия государственных органов.

[Читать далее](#)

Unilever предлагает членам СРОП поддержать инициативу о добровольной маркировке рекламы

Саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») разослала своим членам обращение ООО «Юнилевер Русь» – члена-партнёра ассоциации – с предложением присоединиться к инициативе, призванной сделать рекламу, распространяемую в России индустрией потребительской продукции и услуг, в частности индустрией красоты, более честной и этичной.

[Читать далее](#)

Коммуникационную отрасль призывают искать новые «окна возможностей»

«Обсуждение законодательных и нормотворческих инициатив, направленных на совершенствование регулирования коммуникационной индустрии» – такова была тема прошедшего в режиме Zoom-конференции очередного заседания комитета Торгово-промышленной палаты (ТПП) РФ по предпринимательству в сфере рекламы. В заседании приняли участие председатель, заместитель и члены правления СРО АМИ РС.

[Читать далее](#)

За бюллетенем идти не надо: он сам придёт к вам!

Вышел первый номер информационного бюллетеня саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»). На сегодняшний день подписчиками информационного бюллетеня являются члены СРО, организации, с которыми у Ассоциации «Рекламный Совет» заключены соглашения о партнёрстве, коллеги по рекламному рынку – сторонники саморегулирования.

[Читать далее](#)

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

- [Владельцы «Бухен хауза» остались без дела](#)
- [«Прямых нарушений закона не усматриваю, а намерения не наказуемы»](#)
- [Усинское управление культуры «не угадало» с праздничным фото...](#)
- [Эксперты: реклама магазина «Пив&Ко» нарушила закон. Антимонопольщики признали её ненадлежащей](#)
- [Плакат сети магазинов «Пивзавод» не признали рекламой кваса](#)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

- Эксперты оценили первый квартал
- «Клуб маркетологов» к дебюту готов
- Участников рынка проинформируют о некорректных тендерах
- Вторая версия карты фармкоммуникаций станет проще и информативнее



- «Наружка» просит признать её пострадавшей
- Портреты ветеранов, ЗОЖ и анти-коррупция: социальная кампания на бортах общественного транспорта



Unilever

Маркировка рекламы, предложенная Unilever, – маркетинговый ход или стремление сделать рекламу честной?

Предложение ООО «Юнилевер Русь» присоединиться к инициативе, призванной сделать рекламу потребительской продукции и услуг, в частности индустрии красоты, более честной и этичной вызвало оживлённую дискуссию среди рекламистов и маркетологов, в том числе и в социальных сетях. Произошедший обмен мнениями, в свою очередь, прокомментировали и в компании Unilever, предложив также провести по данной теме и специальное онлайн-заседание.

Читать далее

- 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!