



Информационный бюллетень

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

Август 2022



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии

Члены партнёры СРО АМИ РС

Яндекс

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

ami



POSTER
ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД.
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МАСШТАБ.



PMI
CORPORATION

Уважаемые члены и партнёры СРО "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ", подписчики, читатели!

Информируем о новом в нашем августе Ньюслеттере:

В новой рубрике "ВАЖНОЕ В РОССИИ", основное внимание уделено дискуссиям вокруг скандального законопроекта о так называемом едином операторе цифровой наружной рекламе., который был принят депутатами в первом чтении 15 июля.

Также обсуждению этого законопроекта посвящена целая серия новостей в рубрике "НОВОСТИ СРО АМИ РС"

Также напоминаем, что впервые на сайте sovetreklama.ru можно ознакомиться со всеми документами и материалами отчётно-выборной конференции Ассоциации "Рекламный Совет". В

данном случае: конференции-2022, которая состоялась 26 мая 2022 года в Санкт-Петербурге. В том числе:

- Повестка дня конференции и список участников
- Отчёт о работе Ассоциации в период между общими собраниями (2021-2022 год) и справка о достоверности бухгалтерской отчётности за 2021 год
- Отчёт о развитии рекламного саморегулирования в пилотной субъекте - Санкт-Петербурге за 2021-2022 годы
- Доклад "О приоритетных направлениях деятельности Ассоциации "Рекламный Совет" в 2022 году".
- ФОТООТЧЁТ

Данные документы и материалы помогут всем более полно ознакомиться с деятельностью Ассоциации "Рекламный Совет".

МАТЕРИАЛЫ ОТЧЁТНО-ВЫБОРНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СРО АМИ РС

Содержание

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

- Рекламное саморегулирование в мире: как прошло лето
- Реклама, унижающая женщин: Совет по рекламе осуждает четыре сексистских рекламных мотива
- Немецкие компании всё реже допускают сексистские ошибки в рекламе
- Реклама и нагота

ВАЖНОЕ В РОССИИ:

- Отрасль наружной рекламы просит поддержки у региональных властей
- Операторы «наружки»: законопроект направлен на монополизацию рынка и уничтожение частного бизнеса
- Правительство просят не торопиться
- «Российской экономике будет нанесён непоправимый ущерб»
- Есть время для поправок
- В регионах законопроект о едином операторе называют неразумным

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ"

- Законопроект может разрушить рынок
- «Меченая реклама» не так страшна, как её представляют
- Борьбе с незаконным распространением рекламы поможет уполномоченный
- Нижегородцы опасаются серьёзных финансовых потерь регионального и муниципального бюджетов
- Администрация бурятской столицы получила рекомендации от регионального представительства Ассоциации «Рекламный Совет»
- Удастся ли забыть законопроект о едином операторе как страшный сон?
- Задача – предотвратить негативные последствия принятия законопроекта
- Председатель правления Ассоциации «Рекламный Совет»: «Надо убрать понятие единого оператора цифровых конструкций»
- Создание единого оператора может привести к тому, что другие участники рынка прекратят свою деятельность
- Масштабное событие индустрии рекламы приглашает

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

- Насколько «официальное такси Янтарного» официально?
- Слух экспертов не подвёл

- Товарные знаки Facebook и Instagram не запрещено использовать в рекламе и маркетинге

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

- На форуме определяют перспективы рекламной отрасли
- Ассоциации объединяют усилия по развитию рынка маркетинга влияния
- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- АКАР- Северо-Запад
- Ассоциация развития интерактивной рекламы (АРИР)
- Союз издателей -ГИПП
- Ассоциации производителей средств визуальной рекламы и информации «ВизКом».
- Российская академия радио (РАР)
- Национальная ассоциация визуальных коммуникаций (НАВК)
- Ассоциация "Балтийская пресса"
- Яндекс

НОВОСТИ ПАРТНЁРОВ АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ

Стратегия и закон – в процессе обсуждения и доработки

АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ" В СЕНТЯБРЕ-ДЕКАБРЕ 2022 г.

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ



icas 

Members Newsletter

Рекламное саморегулирование в мире: как прошло лето

РЕКЛАМА. МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ (ICAS). Основные июльско-августовские события из мира рекламного саморегулирования – в очередном информационном бюллетене Международного совета по саморегулированию рекламы (ICAS). Приводим их в нашем переводе с небольшими сокращениями.

[Читать далее](#)



Реклама, унижающая женщин: Совет по рекламе осуждает четыре сексистских рекламных мотива

РЕКЛАМА. МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ (Германия). Впервые в 2022 году орган рекламного саморегулирования страны – Немецкий совет по рекламе должен вынести четыре публичных выговора из-за сексистских мотивов в рекламе нескольких компаний, размещённой в интернете и на транспортных средствах. В то время как подавляющее большинство компаний прекращают или меняют свою рекламу после вмешательства Совета по рекламе (их примерно 90%), есть меньшинство, которое не извиняется и получает выговоры. Это, как правило, маленькие компании.

[Читать далее](#)



Немецкие компании всё реже допускают сексистские ошибки в рекламе

РЕКЛАМА. МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ (Германия). Орган рекламного саморегулирования Германии занимает второе место в Европе после Великобритании по количеству рассматриваемых заявлений и жалоб по поводу той или иной спорной рекламы. Наше издание посчитало, что читателям будет интересно ознакомиться с обзором деятельности СРО за первое полугодие текущего года

[Читать далее](#)



Реклама и нагота

РЕКЛАМА. МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ (Великобритания). Орган британского саморегулирования рекламы, ASA, представил обзор трёх последних решений, в которых упоминается нагота, и объяснил, как и почему эти три рекламы были сочтены проблемными. Голова, плечи, колени и пальцы ног. Вероятно, все части тела приемлемы для показа в рекламе. Но как насчёт сосков? А ягодниц? Промежности? Все ли эти части тела, как обнажённые, так и полураздетые, запрещены к показу в рекламе? Всегда ли нагота в рекламе – плохая идея?

[Читать далее](#)

ВАЖНОЕ В РОССИИ

Отрасль наружной рекламы просит поддержки у региональных властей

Рекламисты в регионах продолжают активно высказываться против принятия Государственной Думой РФ законопроекта о едином операторе цифровых рекламных конструкций и объявлений. Их поддерживают и местные власти. Вот очередные сообщения – из Москвы, Орловской и Саратовской областей

[Читать далее](#)

Операторы «наружки»: законопроект направлен на монополизацию рынка и уничтожение частного бизнеса

Недавно созданный Союз операторов наружной рекламы обратился к властям Астраханской и Архангельской областей с просьбой оказать содействие по недопущению принятия законопроекта о едином операторе цифровых рекламных конструкций и объявлений. Против выступили и рекламисты Воронежской и Ярославской областей

[Читать далее](#)

Правительство просят не торопиться

Не утихают протесты рекламного сообщества в связи с принятием в первом чтении в Госдуме РФ законопроекта «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе», который вводит понятие «единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений». Так, рекламные компании более чем из 60 регионов направили коллективные письма в местные органы власти, выразив своё отношение к поправкам. Почти половина из них уже получила ответы с негативной оценкой законопроекта.

[Читать далее](#)

«Российской экономике будет нанесён непоправимый ущерб»

Рекламная общественность и ведомства продолжают обсуждать возможные последствия принятия законопроекта «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе», вводящего понятие «единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений»

[Читать далее](#)

Есть время для поправок

Совет Государственной Думы РФ продлил до 9 сентября срок подачи поправок к скандальному законопроекту о так называемом едином операторе цифровой наружной рекламе. Он был принят депутатами в первом чтении 15 июля.

[Читать далее](#)

В регионах законопроект о едином операторе называют неразумным

Наше издание продолжает следить за ситуацией, вызванной принятием в первом чтении в Госдуме РФ законопроекта «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе», который вводит понятие «единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений»

[Читать далее](#)

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



Законопроект может разрушить рынок

МОСКВА. Члены правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») Валентин Смоляков, генеральный директор Ассоциации развития интерактивной рекламы и первый вице-президент Ассоциации коммуникационных агентств России, и Кирилл Опарин, генеральный директор ООО «Постер», президент Ассоциации операторов наружной рекламы Санкт-Петербурга, председатель комитета по медиакоммуникациям и рекламе Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты, выступили на прошедшем в Москве в Государственной Думе РФ круглом столе «Монополизация рынка рекламы: за и против». Он был организован по инициативе партии «Справедливая Россия – За правду» для обсуждения законопроекта о создании единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений. Среди участников были представители классифайдов, операторов «наружки» и общественных организаций.

[Читать далее](#)



«Меченая реклама» не так страшна, как её

представляют

Председатель правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») **Сергей Пилатов** стал участником круглого стола под названием «Меченая реклама: обязательная маркировка изменит жизнь всего digital-рынка», организованного в онлайн-режиме газетой «Деловой Петербург».

[Читать далее](#)



Борьбе с незаконным распространением рекламы поможет уполномоченный

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ. В Готической гостиной Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты (СПб ТПП) состоялось совместное заседание комитета по рекламе и медиакоммуникациям СПб ТПП и Общественного совета по рекламе (ОСР) Санкт-Петербурга – регионального представительства саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»).

[Читать далее](#)



Нижегородцы опасаются серьёзных финансовых потерь регионального и муниципального бюджетов

НИЖНИЙ НОВГОРОД. Председатель комитета по рекламе при Торгово-промышленной палате Нижегородской области (ТПП НО) – регионального представительства саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» Сергей Штешов выступил на заседании комитета по экономике, промышленности, поддержке предпринимательства, торговли и туризма Законодательного собрания (ЗакСа) Нижегородской области. Один из вопросов повестки дня был посвящён рассмотрению обращения операторов наружной рекламы относительно внесения поправок к проекту ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе», который был принят в первом чтении Государственной Думой РФ 15 июля и подразумевает создание так называемого единого оператора.

[Читать далее](#)



Администрация бурятской столицы получила рекомендации от регионального представительства Ассоциации «Рекламный Совет»

РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ. В Торгово-промышленной палате Республики Бурятия (ТПП РБ) состоялась встреча членов регионального представительства саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») и комитета по рекламе ТПП РБ с представителями администрации Улан-Удэ и комитета по архитектуре и градостроительству (КАИГ). Предметом обсуждения стала вывеска суши-бара «Ёбидоёби» на улице Каландаришвили, 31 (ИП Безъязыков).

Читать далее



Удастся ли забыть законопроект о едином операторе как страшный сон?

САЕКТ-ПЕТЕРБУРГ. На площадке Санкт-Петербургского отделения партии «Единая Россия» прошёл круглый стол по обсуждению законопроекта о создании единого оператора цифровых данных. В конце июля на встрече актива Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты председатель правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») **Сергей Пилатов** рассказал присутствовавшему на мероприятии первому заместителю председателя Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи Государственной Думы РФ **Сергею Боярскому** о реакции бизнес-сообщества на принятый законопроект о едином операторе цифровых данных, отметив, что нет ни одной организации на рынке, которая бы его поддержала в том виде, в каком он был принят (см. [здесь](#)). После чего именно Сергей Боярский и предложил собрать за круглым столом представителей власти, экспертов и участников рынка.

Читать далее



Задача – предотвратить негативные последствия принятия законопроекта

НИЖНИЙ НОВГОРОД. Прошло внеочередное заседание общественного комитета по рекламе при Торгово-промышленной палате Нижегородской области (ТПП НО) – регионального представительства саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), на котором обсудили принятие в первом чтении в Госдуме РФ законопроекта о создании единого оператора наружной рекламы, а также другие актуальные для представителей рынка вопросы.

[Читать далее](#)

Председатель правления Ассоциации «Рекламный Совет»: «Надо убрать понятие единого оператора цифровых конструкций»

Председатель правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), член Общественного совета при Федеральной антимонопольной службе (ФАС) России Сергей Пилатов в интервью агентству «Росбалт» (признанное в России "иностранным агентом") рассказал, к каким последствиям для рекламной отрасли может привести принятие Госдумой РФ законопроекта о так называемом едином операторе цифровой рекламы.

[Читать далее](#)

Создание единого оператора может привести к тому, что другие участники рынка прекратят свою деятельность

Председатель правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», член Общественного совета при Федеральной антимонопольной службе (ФАС) России Сергей Пилатов по поручению председателя совета Андрея Шаронова направил в Общественную палату РФ предложения по законопроекту «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе», принятому в первом чтении Госдумой РФ, который предусматривает создание единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений. В них отражена и позиция антимонопольного органа, и позиция, поддержанная большинством голосов на съезде «Союза операторов наружной рекламы»

[Читать далее](#)



Масштабное событие индустрии рекламы приглашает

15 и 16 сентября на площадке Торгово-промышленной палаты Нижегородской области (ТПП НО, улица Нестерова, 31) пройдёт XXI Рекламный форум. Это дискуссионная площадка, которая объединяет участников отрасли с целью поиска эффективных способов развития коммерческих коммуникаций и рекламного рынка. Среди организаторов мероприятия – ТПП НО в лице общественного комитета по рекламе, являющегося региональным представительством саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), а также входящая в СРО Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР). Четыре члена правления Ассоциации «Рекламный Совет» примут в форуме самое активное участие.

[Читать далее](#)



Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов СРО Ассоциация "Рекламный Совет" (практика)



Насколько «официальное такси Янтарного» официально?

Слово «официальный» в рекламном ролике стало предметом филологического анализа, который провели рекламодатель с одной стороны и члены комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») с другой. В итоге большинством голосов решено, что закон о рекламе не нарушен, но всё же стоит прислушаться к особому мнению одного из экспертов, который с этим не согласился.

[Читать далее](#)



Слух экспертов не подвёл

Нецензурная брань в рекламном ролике хоть и заглушена, но всё-таки различима, а значит, есть нарушение требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» (см. «Справку») – к такому выводу пришли эксперты комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), внимательно посмотревшие и прослушавшие рекламный видеоролик с названием «Бесит!» от компании «Домиленд»

[Читать далее](#)

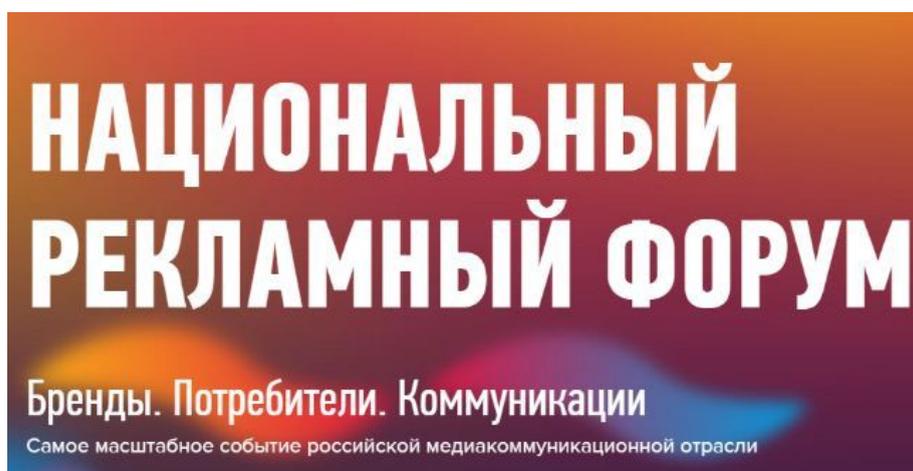


Товарные знаки Facebook и Instagram не запрещено использовать в рекламе и маркетинге

«Управлением Федеральной антимонопольной службы по Калининградской области в результате рассмотрения обращения ... принято решение об отказе в возбуждении дела в связи с отсутствием признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» – такое заключение, подписанное заместителем руководителя Калининградского УФАС Наталией Ивановой, получила саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), эксперты которой из комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга ранее оценивали спорную рекламу по просьбе антимонопольщиков.

[Читать далее](#)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



На форуме определяют перспективы рекламной отрасли

Организационный комитет Национального рекламного форума (НРФ), который пройдёт 10 и 11 ноября в Москве, представили архитектуру деловой программы. Инициаторами форума выступают входящие в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный

Совет» Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) и Ассоциация развития интерактивной рекламы (АРИР), а также Российская ассоциация маркетинговых услуг (РАМУ) и Центр развития бизнес-коммуникаций (ЦРБК).

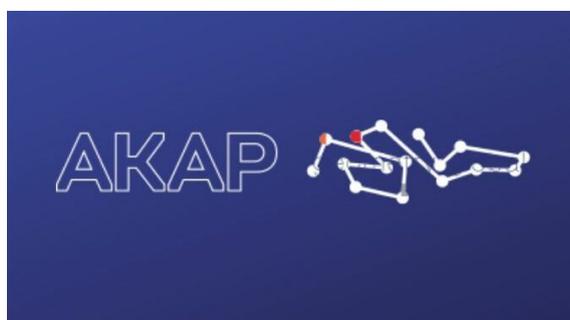
[Читать далее](#)



Ассоциации объединяют усилия по развитию рынка маркетинга влияния

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) и Ассоциация развития интерактивной рекламы (АРИР), а также Российская ассоциация маркетинговых услуг (РАМУ) с целью развития рынка Influencer Marketing приняли решение о создании на базе трёх ассоциаций единой рабочей группы. Участники группы будут делиться экспертизой напрямую, сообща работать над новыми проектами и вести консолидированный диалог с органами власти. В результате общей деятельности планируется сформулировать бенчмарки надёжности блогеров, дать оценку качеству кадров в отрасли и ввести ОКВЭД для инфлюенсеров.

[Читать далее](#)



АКАР обновит визуальную концепцию рейтингов

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») объявляет конкурс на фирменный стиль для своих рейтингов. Рейтинги АКАР – главная независимая оценка рекламной индустрии страны, которая является показателем профессионализма и экспертизы

агентств. Они демонстрируют реальный уровень компетенций компаний и их достижения в конкурсной деятельности. Призовые места позволяют агентствам получить авторитет и признание среди профессионального сообщества.

[Читать далее](#)

Сообщишь о зарплате – получишь отчёт

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») объявляет финальный период сбора данных для ежегодного исследования заработных плат сотрудников рекламных агентств 2022. Дедлайн – 31 августа. Методология предполагает анализ данных агентств по семи основным направлениям: Media, Digital Media, Creative, Digital Creative, Marketing Services, Back-office и PR. Технология опроса позволяет участникам анонимно предоставлять данные, не раскрывая инсайдерскую информацию. В итоге кадровые службы агентств получают полную матрицу должностей с функционалом и размером средней заработной платы за текущий период. Эти данные рекомендуется использовать для формирования бюджета на будущий год.

[Читать далее](#)

Рейтинг поможет продвинуть национальный рынок digital non-media

Ассоциация коммуникационных агентств России объявляет о старте приёма заявок на участие в Digital Non-Media Rating АКАР 2022. DNMR АКАР – единственный общепризнанный рейтинг диджитал non-media услуг в России, цель которого – сформировать стандарты реализации проектов и продвигать национальный рынок digital non-media. Ассоциация проводит рейтинг уже в пятый раз. Сбор заявок продлится до 28 августа.

[Читать далее](#)

Самый сильный удар по бюджету ощутили на себе креативщики

Исследовательский центр Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР, ассоциация входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») провёл опрос (с марта по июль) о влиянии кризиса на рынок труда в рекламной отрасли. Исследовательский центр АКАР опросил малые агентства (до 50 человек), средние (до 100), крупные (до 200) и крупнейшие (от 200), чтобы отследить их стратегии управления персоналом в период сложной экономической ситуации. Выяснилось, что участникам рынка пришлось прибегнуть к увольнениям.

[Читать далее](#)



Эксперты АКАР Северо-Запад оценили петербургский рекламный рынок

Состоялось заседание комиссии экспертов Северо-Западного отделения Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР Северо-Запад, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет»), посвящённое итогам развития рекламного рынка Санкт-Петербурга за первое полугодие 2022 года. Модератором заседания выступила Наталья Пилатова, директор АКАР Северо-Запад, сопредседателями были Андрей Волков, генеральный директор ГК «Гортис», и Вера Дементьева, генеральный директор «ЭСПАР-аналитик Северо-Запад».

[Читать далее](#)



У репутации есть своя формула

В издательстве «Альпина ПРО» выходит книга Юлии Бюрг и Олега Кошкина «Формула онлайн-репутации, или Простыми словами об ORM». Юлия Бюрг, эксперт-практик в области управления

репутацией и руководитель агентства Media Research Family (является активным участником Северо-западного представительства Ассоциации коммуникационных агентств России и саморегулируемой организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», член Гильдии маркетологов России, более 12 лет занимается управлением репутацией и за это время собрала проверенную на практике теоретическую базу.

Управление репутацией – перспективное и ёмкое направление с большим потенциалом. Бизнесу с хорошим именем проще найти клиентов и партнёров, увеличивать продажи и повышать лояльность клиентов и сотрудников. Что делать, чтобы построить сильный узнаваемый бренд? Обратиться к экспертам, которые знают формулу успешной репутации.

[Читать далее](#)



В кейсбук войдут решения, показавшие свою эффективность

Ассоциация развития интерактивной рекламы открыла приём заявок в кейсбук по мобильной рекламе – 2022. В новый кейсбук АРИП войдут проекты, реализованные в период с 2021 года по первый квартал 2022-го. Дедлайн приёма заявок – 26 сентября.

Комитет АРИП по Mobile Ad ждёт от участников рынка решений, которые показали свою эффективность. Предлагается рассказать о проведённых рекламных кампаниях, механизмах их реализации и конкретных итоговых бизнес-результатах.

[Читать далее](#)



Эффективность имиджевой кампании теперь можно измерить

Брендинг работает в долгосрочной перспективе, поэтому оценить его отдачу довольно сложно. Для этого необходим особый подход и современные механики. В специальном мануале Ассоциации развития интерактивной рекламы рассказывается, какие исследования помогут

измерить эффективность имиджевой рекламы в медиамиксе и как их использовать.реальный бренд как система и территориальный брендинг как процесс её построения».

[Читать далее](#)



**РКН РАЗЪЯСНЯЕТ ПОРЯДОК УЧЕТА
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ**

Как будет работать единая система учёта рекламы в интернете

С 1 сентября 2022 года все участники рынка будут обязаны передавать данные о размещаемых в сети креативах в Единый реестр Интернет-рекламы (ЕРИР). Реализовывать эти задачи будут операторы рекламных данных – именно через них агентства и рекламораспространители будут регистрировать кампании. Чтобы внести ясность в работу системы, Ассоциация развития интерактивной рекламы задала целый ряд вопросов Роскомнадзору и получила ответ на 55 страницах.

[Читать далее](#)



«Почтовую марку» пригласили в рабочую группу

В режиме онлайн состоялось совместное совещание Союза предприятий печатной индустрии ГИПП и ООО «Почтовая марка». В нём приняли участие президент СППИ ГИПП Алексей Иванов, исполнительный директор СППИ ГИПП, член правления СРО «АМИ «РС» Павел Мирошников, члены рабочей группы СППИ ГИПП по сотрудничеству с «Почтой России», исполнительный директор ООО «Почтовая марка», руководитель направления продаж газетно-журнальной продукции АО «Почта России», представитель Минцифры РФ и другие. Обсуждались вопросы по поддержке и развитию реализации газетно-журнальной продукции в отделениях связи «Почты России» и проблемы, связанные с переводом розничных продаж печатной продукции от департамента «Почты России» к ООО «Почтовая марка».

[Читать далее](#)

ВИЗКОМ

Ассоциация производителей средств визуальной
рекламы и информации



В ассоциации опробовали новый формат выездных мероприятий

Ассоциация производителей средств визуальной рекламы и информации «ВизКом» провело на озере Байкал эко-конференцию «Экологически чистая среда. Экологически чистые коммуникации».

Около 20 человек из разных уголков России и один участник из Монголии, представляющие РПК, провели пять дней в Бурятии в окрестностях озера Байкал, говорится на сайте ассоциации.

[Читать далее](#)





На фестивале отметят профессиональные достижения ведущих радиокompаний

21 и 22 сентября Российская академия радио проведёт в Уфе VI Международный фестиваль «Радио без границ».

Цель фестиваля – отмечать профессиональные достижения ведущих радиокompаний России и стран ближнего и дальнего зарубежья, помогать коллективам радиостанций совершенствовать мастерство, создавать возможности для обмена опытом между отечественными и зарубежными редакциями.

[Читать далее](#)



Национальная ассоциация
визуальных коммуникаций

«Собрание не влечёт наступления правовых последствий»

Национальная ассоциация визуальных коммуникаций сообщает, что информация о смене президента ассоциации не соответствует действительности. Собрание, организованное частью членов ассоциации, прошло с нарушениями устава и не влечёт наступления правовых последствий. Президентом НАВК по-прежнему является Сергей Дубков.

[Читать далее](#)



Журналистов вывезли на терминал

В рамках проекта петербургского представительства саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») под названием «Деловой пресс-клуб» состоялась выездная встреча членов Ассоциации «Балтийская пресса» (входит в СРО «АМИ «РС») с представителями «Нефтяного клуба Санкт-Петербург». Участники мероприятия посетили самый современный терминал «Бронка», который в настоящее время принадлежит подразделению компании «Татнефть» – ООО «Татнефть-АЗС-Северо-Запад».

[Читать далее](#)

Яндекс

Сделка одобрена, но с предписанием

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) рассмотрела ходатайство о приобретении компанией «Яндекс» сервиса Delivery Club (см. [здесь](#)) и одобрила его с предписанием. Одним из требований антимонопольного ведомства является отсутствие каких-либо преимуществ для ресторанов и доставщиков, использующих сервис «Яндекс.Еда», по отношению к другим агрегаторам заказов. Для партнёров сервисов (ресторанов) предписание обеспечивает сохранение размера и порядок формирования вознаграждения в течение трёх лет с момента совершения сделки.

[Читать далее](#)

Новой главной страницей «Яндекса» станет ya.ru

Компания «Яндекс» откажется от новостного агрегатора и будет развивать ya.ru в качестве своей новой главной страницы. После закрытия сделки по продаже медийных активов – «Дзена» и «Новостей» – ya.ru станет основной точкой входа в «Поиск», «Почту» и другие сервисы компании, включая «личный кабинет» пользователя «Яндекс ID». Также компания выпустит для Android новое приложение «Яндекса» с Алисой.

[Читать далее](#)

ООО «Горки» незаконно воспользовалось словосочетанием «Яндекс.Капитал»

ООО «Яндекс» обратилось в Московское управление Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России с заявлением по факту распространения на видеосервисе Youtube рекламы финансовых услуг по привлечению денежных средств от имени компании «Яндекс.Капитал».

[Читать далее](#)

Дайджест рекламы: реклама Telegram-каналов в «Бизнесе», новая интеграция в «Метрике» и продвижение в «Директе» с оплатой за результат для тех, у кого нет сайта

Компания «Яндекс» рассказала на своём [сайте](#), что изменилось в рекламе и сервисах «Яндекса» за август.

[Читать далее](#)

НОВОСТИ ПАРТНЁРОВ СРО АМИ РС



Стратегия и закон – в процессе обсуждения и доработки

Представитель Торгово-промышленной палаты (ТПП) РФ принял участие в обсуждении перспектив принятия закона о выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

По инициативе Министерства промышленности и торговли РФ состоялось заседание рабочей группы. Провёл мероприятие директор департамента регулирования внешней торговли и развития системы торгпредств Минпромторга РФ Владислав Бармичев. От ТПП РФ в заседании принял участие директор департамента регионального развития Илья Зубков. В своём выступлении он отметил, что палата в целом поддерживает принятие профильного закона и стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли и считает целесообразным дальнейшее обсуждение и доработку проектов документов.

[Читать далее](#)

СРО АССОЦИАЦИЯ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»

СЕНТЯБРЬ - ДЕКАБРЬ 2022 год

**1-3/12
2022**

**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР
«ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИКИ
ОТКРЫТОСТИ, СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ,
ИЗМЕРЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ»**

ОРГАНИЗАТОРЫ:

саморегулируемая организация
рекламный совет

Учебно-методический
центр ФАС России

**КАЗАНЬ,
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ
ЦЕНТР ФАС РФ,
ОРЕНБУРГСКИЙ ТРАКТ, Д.24**

The banner features a vibrant design with purple and blue wavy lines, a circular arrow icon, and a tree logo. The text is presented in bold, white and purple fonts against a dark background.

2-3/12
2022

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ:
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ,
САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ»



ОРГАНИЗАТОРЫ:

саморегулируемая организация
рекламный совет



Учебно-методический
центр ФАС России

КАЗАНЬ,
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ
ЦЕНТР ФАС РФ,
ОРЕНБУРГСКИЙ ТРАКТ, Д.24

Мероприятия СРО АМИ ОРС и иные крупные промышленные объединения

Дата обсуждения: Заседание правления СРО АМИ РС

06 сентября 2022 г. - встреча членов СРО АМИ РС и Ассоциации "Балтийская пресса" с руководством Петродворцового нефтяного терминала (Санкт-Петербург)

15 - 16 сентября 2022 г. - XXI Международный Рекламный форум (Нижний Новгород).

15- 18 сентября 2022 г. -Международный конгресс по рекламе (Отель Radisson Resort в Завидове (Тверская область).

21 - 22 сентября 2022 г. - VI Международный фестиваль «Радио без границ». Российская академия радио (г. Уфа).

10 - 11 ноября 2022 г. - Национальный рекламный форум -НРФ (Москва)

29 - 30 ноября 2022 г. - Международная конференция "Радио в глобальной медиаконкуренции" (Москва, организатор - РАР)

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](#)

Мы в социальных сетях

-  [Видеоканал в YouTube](#)
-  [Группа Рекламный совет](#)
-  [Группа «Рекламная Белочка»](#)
-  [SovetReklama](#)
-  [Мы за здоровую рекламу!](#)
-  [Рекламный Совет](#)

Члены партнёры СРО АМИ РС

 Яндекс

 НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

 ami

 U
Универсал

 POSTER
ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД.
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МАСШТАБ.

 Минскдофф

 PMI
CORPORATION

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: 8 800 201 50 52

Адрес: 199106, Россия, Санкт-Петербург, В.О., 24 линия, д. 3-7, п/я 59

ВСЕМ ЗДОРОВЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ!