



Информационный бюллетень

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

Февраль - март 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

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

В феврале 2022 года сайт сетевого информационного издания "Рекламный совет" был закрыт на профилактические работы, связанные с необходимостью усиления защиты, в связи с ростом популярности и привести его в более современный и удобный для чтения и работы вид.

По этой причине не появлялся на свет и наш Ньюслеттер. Так что вам сегодня предстоит ознакомиться с новостями сразу за два месяца (февраль и март 2022 года)

В конце марта 2022 года обновлённая версия сайта- официального публикатора СРО АМИ РС и Координационного совета по рекламе при МСАП, появилась на просторах интернета.

ПОЖЕЛАЕМ САЙТУ **SOVETREKLAMA.ORG** ЗДОРОВЬЯ И ПОПУЛЯРНОСТИ

Содержание

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

- Европейские СРО в феврале: достижения и планы
- Европейский альянс поделился новостями
- ASA в канун Дня святого Валентина предупредил рекламодателей: «Следуйте правилам и тогда вам удастся произвести хорошее впечатление»
- Полезен ли алкоголь в малых дозах и любом количестве?
- Ассамблея, несмотря на юный возраст, уже готова помогать

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ"

- Совместное заседание комитета рекламных практик и Комитета по рассмотрению жалоб СРО АМИ РС "Интернет-реклама в пространстве неопределённости"
- Совместное заседание комитета рекламных практик и Комитета по рассмотрению жалоб СРО АМИ РС "Кого и как может оскорбить реклама"
- Рекламопроизводители и строители вошли в контакт
- Участники встречи в «Деловом пресс-клубе» проявили взаимную заинтересованность
- Рекламному бизнесу пообещали, что его не оставят наедине с санкциями
- Афиши на заборах наносят вред городской среде, бизнесу и бюджету
- Взаимодействие с ФАС РФ: В Петербургском университете обсудили, какой должна быть конкуренция
- Участие в ОС при ФАС РФ: Необоснованного повышения цен допускать нельзя
- Участие в ОС при СПб УФАС РФ: Совет обновится и продолжит следить за рекламой на рынке финансовых услуг
- Представительство СРО АМИ РС в Республике Бурятия: "«Наружка» должна следовать закону"

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

- ИТОГИ ГОДА: Эксперты Ассоциации «Рекламный Совет» проявили профессионализм и высокую работоспособность
- Эксперты сыграли вничью

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- АКАР. Северо-Запад
- Ассоциация брендинговых компаний России (АБКР)
- Ассоциация развития интерактивной рекламы IAB Russia
- Союз издателей -ГИПП
- Российская академия радио
- Национальный рекламный альянс
- Яндекс

АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ" В АПРЕЛЕ 2022 г.

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ



Европейские СРО в феврале: достижения и планы

РЕКЛАМА. МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ. На [сайте](#) Европейского альянса по рекламным стандартам (EASA) опубликован очередной, февральский информационный бюллетень, рассказывающий об основных событиях из жизни как самого альянса, так и входящих в него СРО рекламной отрасли.

[Читать далее](#)



Европейский альянс поделился новостями марта

РЕКЛАМА. МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ. Европейский альянс по рекламным стандартам (EASA) разослал своим членам и разместил на [сайте](#) информационный бюллетень, который посвящён основным событиям в деятельности альянса и входящих в него СРО в марте, а также планам на ближайшее время. Начинается бюллетень с представления очередного члена EASA. На этот раз выбор пал на Нидерланды и на Stichting Reclame Code – SRC. На вопросы, касающиеся работы органа саморегулирования, ответил Отто ван дер Харст, директору SRC.

[Читать далее](#)



ASA в канун Дня святого Валентина предупредил рекламодателей: «Следуйте правилам и тогда вам удастся произвести хорошее впечатление»

РЕКЛАМА. МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ (Великобритания). День святого Валентина. Праздник, к которому многие в России относятся с понятным скепсисом, а многие – как к дополнительной возможности поздравить любимую или любимого и обязательно подарить ей (ему) некий подарок. В европейских странах 14 февраля давно уже ритуальное событие. Города и магазины окрашиваются в оттенки розового и красного, распродажи превращаются в рекламные акции, приложения для знакомств соревнуются за звание самого привлекательного, а рекламисты, специализирующиеся на алкогольной продукции, проникаются духом Дня святого Валентина (во многих странах реклама алкоголя ограничена, но не запрещена).

[Читать далее](#)

Полезен ли алкоголь в малых дозах и любом количестве?

РЕКЛАМА. МИРОВЫЕ СТАНДАРТЫ (Великобритания). В России реклама алкоголя в средствах массовой информации, а также в социальных сетях запрещена. В цивилизованных странах ситуация несколько иная. Конечно, алкоголь в больших дозах вреден и, более того, нельзя указывать на его полезные свойства, даже если кому-то кажется, что это так и есть. Потому британский орган рекламного саморегулирования ASA тщательно следит за соблюдением этих стандартов. Приведём классический пример, как в Великобритании рассматриваются подобного рода истории.

[Читать далее](#)

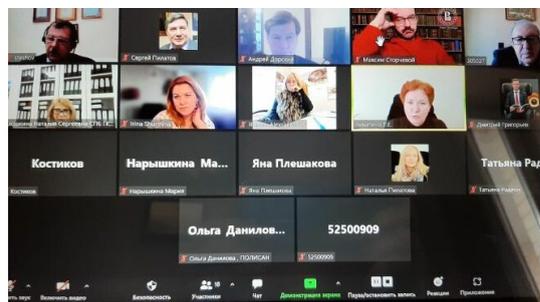
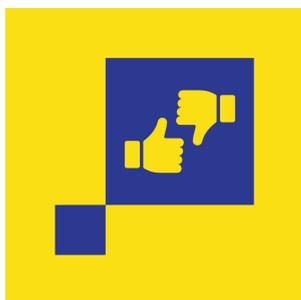


Ассамблея, несмотря на юный возраст, уже готова помогать

МАИРК (СНГ). Состоялась первая в нынешнем году рабочая онлайн-встреча участников Международной ассамблеи индустрии рекламы и коммуникаций (МАИРК), которая является правопреемницей Международной рекламной комиссии стран СНГ (МРК) и объединяет представителей рекламных ассоциаций и экспертов из Азербайджана, Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Молдовы, России и Узбекистана

[Читать далее](#)

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



Совместное заседание комитета рекламных практик и Комитета по рассмотрению жалоб СРО АМИ РС "Интернет-реклама в пространстве неопределённости"

В ставшем уже традиционным онлайн-формате прошло открытое совместное заседание двух подразделений саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии

«Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») – комитета рекламных практик и комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга. Его тема: «Реклама на своём сайте – исключение или норма? Особенности размещения рекламы на собственных сайтах и на частных интернет-площадках, включая социальные сети».

[Читать далее](#)



Совместное заседание комитета рекламных практик и Комитета по рассмотрению жалоб СРО АМИ РС "Кого и как может оскорбить реклама"

Необходимы конкретные критерии и ориентиры, которые позволят относить рекламу к оскорбительной, неэтичной, при этом они должны достаточно просто формулироваться. К такому выводу пришли участники открытого совместного онлайн-заседания комитета рекламных практик и комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»», тема которого звучала так: «Образ человека в рекламе: когда он становится оскорбительным?»

[Читать далее](#)

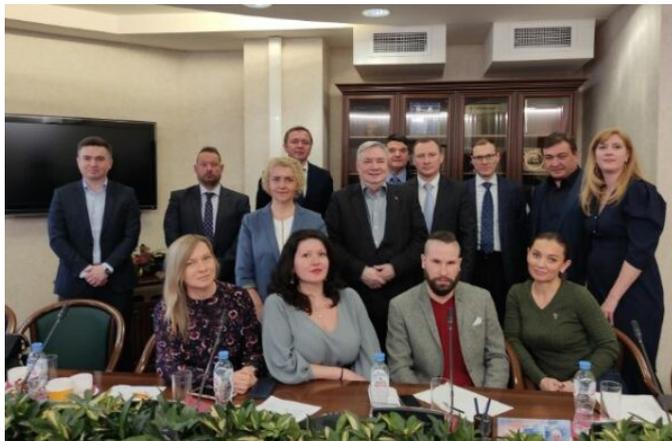


Рекламопроизводители и строители вошли в контакт

В Санкт-Петербурге состоялась встреча руководителей Ассоциации производителей средств визуальной рекламы и информации «ВизКом» (Москва) и СРО Ассоциация «Объединение строителей Санкт-Петербурга». И та и другая организации – члены саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»»,

потому не случайно, что инициатором и организатором встречи выступила именно Ассоциация «Рекламный Совет».

[Читать далее](#)



Участники встречи в «Деловом пресс-клубе» проявили взаимную заинтересованность

На пространстве биржи «Санкт-Петербург» состоялась встреча главных редакторов и директоров печатных СМИ Санкт-Петербурга – членов саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») и Ассоциации «Балтийская пресса» (АБП) с вице-президентом «Нефтяного клуба Санкт-Петербурга» **Дмитрием Королёвым**, директором ООО «Татнефть-АЗС-Северо-Запад» **Айдаром Хабибуллиным** и председателем совета директоров АО «Биржа «Санкт-Петербург» **Василием Николаевым**.

[Читать далее](#)



Рекламному бизнесу пообещали, что его не оставят наедине с санкциями

Предложения по поддержке рекламного бизнеса и смягчению рекламного законодательства в условиях наложенных на страну ограничительных санкций стали предметом обсуждения на расширенном заседании комитета по рекламе и медиакоммуникациям Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты (СПб ТПП)

[Читать далее](#)



Афиши на заборах наносят вред городской среде, бизнесу и бюджету

Как бороться с недобросовестной конкуренцией в продвижении культурно-зрелищных и массовых мероприятий – такую насущную проблему обсудили в Северной столице общественные советы сразу при трёх государственных структурах – городских комитетах по культуре и по печати и взаимодействию со СМИ, а также при Санкт-Петербургском управлении Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России.

[Читать далее](#)



Взаимодействие с ФАС РФ: В Петербургском университете обсудили, какой должна быть конкуренция

На базе Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ) состоялась 5-я Международная научно-практическая конференция Федеральной антимонопольной службы (ФАС) России и журнала «Конкурентное право» на тему: «Поддержка конкуренции: экономические и юридические механизмы обеспечения баланса интересов производства и потребления».

[Читать далее](#)



Участие в ОС при ФАС РФ: Необоснованного повышения цен допускать нельзя

На очередном заседании Общественного совета при Федеральной антимонопольной службе (ФАС) России обсудили антимонопольное регулирование в условиях новых реалий. Речь шла, в частности, о практике применения антимонопольного законодательства в отношении спекулятивных действий при ценообразовании. В заседании принял участие член совета, председатель правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО 1АМИ «РС») **Сергей Пилатов**. Открыл встречу глава Общественного совета при ФАС России **Андрей Шаронов**. Позицию ведомства по вопросам повестки дня представляли заместитель руководителя ФАС России **Андрей Цыганов** и начальники профильных управлений.

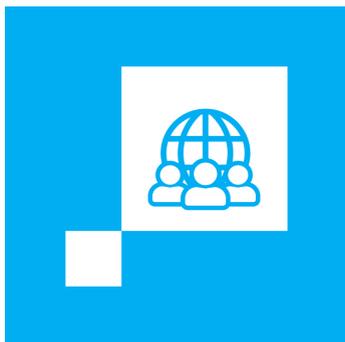
[Читать далее](#)



Участие в ОС при СПб УФАС РФ: Совет обновится и продолжит следить за рекламой на рынке финансовых услуг

Состоялось заседание общественного совета при Санкт-Петербургском управлении Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России. Провёл заседание председатель совета, глава Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга – регионального представительства саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») **Георгий Абелев**. В работе совета приняли участие руководитель Санкт-Петербургского УФАС **Игорь Прохоров** и член Общественного совета при ФАС России и при СПб УФАС, председатель правления СРО «АМИ «РС» **Сергей Пилатов**.

[Читать далее](#)



Представительство СРО АМИ РС в Республике Бурятия: "«Наружка» должна следовать закону"

РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ. Администрация столицы республики провела совещание по вопросам нормативного регулирования размещения информационных и рекламных конструкций на территории города. В мероприятии приняли участие представители республиканского рекламного рынка – рекламопроизводители и рекламораспространители, члены саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), Торгово-промышленной палаты Республики Бурятия (ТПП РБ), сотрудники Бурятского управления Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России, Центра поддержки предпринимательства «Мой бизнес».

[Читать далее](#)

Официальный публикатор СРО АМИ РС - сетевое информационное издание "Рекламный совет" обрёл новое лицо

Сайт sovetreklama.org, публикует новости о деятельности СРО АМИ РС, его членов и партнёров, информацию о заседаниях общественных и экспертных советах при территориальных управлениях УФАС, описывает конкретные примеры правоприменительной практики в регионах России. Большое внимание уделяет освещению деятельности международных рекламных организаций, в особенности рекламной жизни в странах бывшего СССР.

Проблемы на сайте, которому уже более 15 лет, начались тогда, когда резко стал расти к нему интерес и, соответственно, увеличиваться количество читателей. Потребовалось перенести сайт на новую платформу. Безусловно, что и внешнее оформление претерпело изменение, стало более современным и удобным. Все работы заняли чуть более месяца.

Напомним, что Sovetrekla.org является официально зарегистрированным средством массовой информации.

Сетевое информационное издание (СИИ) «Рекламный совет»

Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл №ФС77-67323 выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) 30 сентября 2016 г.

[Переход на сайт](#)

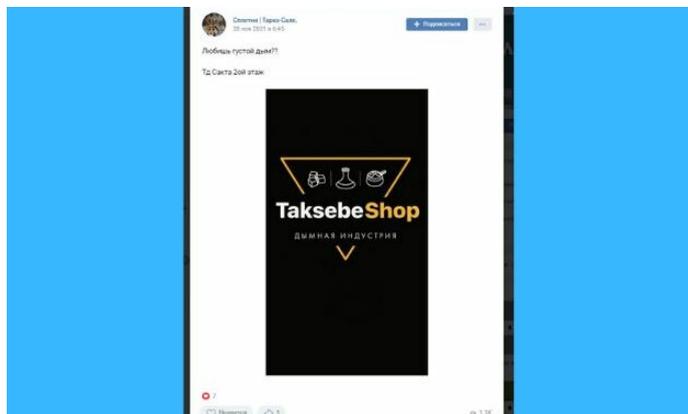


Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов СРО Ассоциация "Рекламный Совет" (практика)

ИТОГИ ГОДА: Эксперты Ассоциации «Рекламный Совет» проявили профессионализм и высокую работоспособность

Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговых исследований «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») подвёл итоги своей работы в 2021 году. Внимание к деятельности комитета по жалобам – безусловно, повышенное (как, кстати, и в любой СРО рекламной отрасли в самых разных странах): именно от его эффективной работы во многом зависит то, как воспринимается участниками рынка сама полезность существования СРО, а также то, как саморегулируемая организация защищает потребителей от недобросовестной рекламы.

[Читать далее](#)



Эксперты сыграли вничью

Не совсем обычное решение приняли члены комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), проанализировавшие запрос управления Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России по Ямало-Ненецкому автономному округу по поводу оценки одной спорной рекламы. Вердикт экспертов был таков: «В соответствии с результатами голосования данный материал может считаться рекламой, но в связи с незначительным расхождением голосов нарушения не являются очевидными для принятия полноценного решения о соответствии или несоответствии данной рекламы ФЗ «О рекламе». Чем же были вызваны подобные выводы?

[Читать далее](#)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ



Ассоциации выступили с рекомендациями по стабилизации рекламного рынка

Рекламные агентства семи индустриальных ассоциаций – Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет»), Российской ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ), Российской ассоциации событийного маркетинга (РЕМА), Ассоциации торгового маркетинга (АТМ), Ассоциации мерчандайзинговых агентств (АМА), Международной ассоциации маркетинга в ритейле (РОРАI) и Национальной ассоциации организаторов мероприятий (АОМ) открыто обратились к партнёрам и клиентам с целью призвать к совместной работе по стабилизации рекламного рынка и внедрить антикризисные меры делового оборота. Меры направлены на поддержку устойчивости и работоспособности бизнеса и уменьшение финансовой нагрузки на агентства.

[Читать далее](#)

Названы лидеры рекламной индустрии

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») представила рейтинги креативности, эффективности медийных агентств, эффективности коммуникационных агентств и первый рейтинг социальной рекламы по итогам работы в 2021 году.

[Читать далее](#)

Иностранные фестивали не будут учитываться в рейтингах

Члены совета Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») и комиссии по фестивальной и конкурсной деятельности ассоциации приняли решение присвоить нулевой коэффициент всем иностранным фестивалям из рейтингов креативности и эффективности коммуникационных и медийных агентств в 2022 году. Такая мера связана с отказом ряда зарубежных фестивалей от сотрудничества с российскими агентствами в этом году.

[Читать далее](#)

Эксперты: российский рекламный рынок продемонстрировал самую высокую динамику с 2008 года

В Москве состоялась пресс-конференция Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») и Российской ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) об итогах развития рекламной индустрии России в 2021 году. Были представлены результаты ежегодного исследования объёмов рынка рекламы и маркетинговых услуг, а также прозвучали комментарии о текущем состоянии рынка рекламы и перспективах развития.

[Читать далее](#)

Кто хочет попасть в casebook фармкоммуникаций?

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) объявила о начале приёма заявок для участия в питч-сессии по фармкоммуникациям. Ассоциация приглашает агентства и клиентов принять участие в открытых презентациях реализованных кейсов по продвижению лекарственных препаратов.

[Читать далее](#)

АКАР
СЕВЕРО-ЗАПАД

Эксперты АКАР Северо-Запад оценили петербургский

рынок

Комиссия экспертов Северо-Западного представительства Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР Северо-Запад, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») подвела итоги 2021 года. Объём рекламы в офлайн-сегментах прибавил **8%** по сравнению с 2020 годом и составил **9,689 млрд рублей** (без НДС). Реклама в интернете выросла **на 30%**, до **40,04 млрд рублей**.

[Читать далее](#)

Петербургский рынок труда в сфере «Маркетинг, реклама и PR». Итоги 2021 года

Северо-Западное представительство Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР Северо-Запад, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») и компания «HeadHunter Северо-Запад» представили итоги 2021 года на петербургском рынке труда в сфере маркетинга, рекламы и PR. Сфера «Маркетинг, реклама и PR» традиционно входит в топ-10 сфер, где больше всего размещается резюме и вакансий.

[Читать далее](#)



Мерч – больше чем «сувенирка»

Подготовлен очередной выпуск подкаста в рамках проекта «Рекламная коммуналка» – первого петербургского подкаста о маркетинговых коммуникациях. Напомним, инициаторы проекта – Северо-Западное представительство Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР Северо-Запад, коллективный член саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») и Royal Radio.

Для очередного подкаста его постоянные ведущие – Наталья Пилатова, директор АКАР Северо-Запад, и Наталья Самсонова, коммерческий директор телеканала «Санкт-Петербург» – решили пригласить в качестве собеседника Сергея Пикуса, основателя и управляющего партнёра Illan Communications, а тему беседы в преддверии гендерных праздников выбрали как нельзя более актуальную – как сделать любой подарок эффективным?

[Читать далее](#)



В глобальном жюри – российские представители

Президент Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР, входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», СПО «АМИ «РС»), член правления СПО «АМИ «РС» Анна Луканина и вице-президент АБКР Олег Бериев приглашены в глобальное жюри премии Marking Awards, а также в качестве спикеров на Food and Beverage Innovation Forum.

[Читать далее](#)

Эксперты АБКР – нарасхват

Эксперты Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР) – коллективного члена саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» – приняли участие в крупнейшей выставке продуктов питания, напитков и сырья для их производства «Продэкспо-2022».

[Читать далее](#)

Секретами успеха поделились в московском «Крокус экспо

Во время 28-й Международной промышленной выставки непродовольственных товаров [HouseHold Expo-2022](#) Ассоциация брендинговых компаний России проведёт традиционную секцию по брендингу товаров для дома и бытовой химии «Как увеличить продажи в два раза, используя силу бренда. Секреты успеха ведущих экспертов по брендингу».

[Читать далее](#)



Организация продолжит свою деятельность на территории России в соответствии с уставными целями

7 марта Interactive Advertising Bureau (IAB) объявило о приостановлении действия лицензии на использование материалов, интеллектуальной собственности и торговых марок IAB на территории России. Ранее лицензионное соглашение было заключено с российской некоммерческой организацией (НКО) «Ассоциация развития интерактивной рекламы», входящей в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», которая использовала торговую марку и наименование «IAB Russia» на протяжении более чем 10 лет.

[Читать далее](#)

Рынок интерактивной рекламы и кризис: вторая волна исследования

По данным второй волны исследования, проведенного Ассоциацией развития интерактивной рекламы IAB Russia (входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет») 56% опрошенных участников отрасли ожидают падение рынка интерактивной рекламы в диапазоне от 26% до 50%.

[Читать далее](#)

Эксперты ассоциации помогут стать Influencer Marketing более привлекательным и прозрачным для агентств и брендов

Со своими планами на текущий год познакомил комитет Influencer Marketing Ассоциации развития интерактивной рекламы IAB Russia/ На рынке Influencer Marketing уже сформировалась масса инструментов, позволяющих достичь wow-эффекта в коммуникациях. Доходы от рекламных интеграций у блогеров бьют рекорды, и, [по данным](#) IAB Russia, у трети компаний реклама через лидеров мнений составляет 25 – 50% бюджета в digital. В 2022 году участники профильного комитета IAB Russia продолжают исследовать этот канал продвижения, чтобы он стал ещё более привлекательным и прозрачным для агентств и брендов.

[Читать далее](#)

Новые шаги по изучению рынка мобильной рекламы

Комитет Mobile Ad Ассоциации развития интерактивной рекламы IAB Russia поделился своими планами на 2022 год. По данным data.ai, 2021 год стал прорывом для рынка рекламы на смартфонах, а 2022-й и вовсе побьёт все прошлые рекорды: ожидается, что мировые расходы на mobile ad превысят \$350 млрд. Стратегии, основанные на мобильных коммуникациях, уже являются предпосылкой успеха в современной экономике. Ценность этого канала для бизнеса и стимулирует активную работу IAB Russia в 2022 году по изучению рынка мобильной рекламы.

[Читать далее](#)

Что ждёт рынок интернет-рекламы в условиях нестабильности

В ответ на стремительные изменения в мире Ассоциация развития интерактивной рекламы начинает серию исследований о влиянии кризиса на индустрию digital-коммуникаций. Цель исследования – отследить динамику развития рынка интернет-рекламы в условиях нестабильности, зафиксировать происходящие изменения и собрать настроения и ожидания игроков. В опросе приняли участие 95 респондентов, среди них представители агентств, технологических платформ, рекламных площадок, селлеров, сейлз-хаузов, рекламных сетей и рекламодателей.

[Читать далее](#)

Эксперт: «Advanced TV – неотъемлемая часть рынка рекламы»

Ассоциация развития интерактивной рекламы IAB Russia, представила обзор рынка Advanced TV, чтобы показать эффективность медиаканала для рекламодателей. Новые технологии в телевидении делают рекламу интерактивной и качественно меняют опыт взаимодействия зрителей и рекламодателей. По данным на начало 2022 года, общий охват устройств, подключённых к интерактивному ТВ, составляет уже 15,5 млн – это 40 млн потенциальных зрителей. IAB Russia подготовила обзор рынка Advanced TV – IAB Russia White Paper Advanced TV 2021. В White Paper есть всё: глоссарий, технологии, возможности и виды интерактивных креативов, разбор кейсов, а также описание аудитории, процесса размещения и закупки интерактивных форматов.

[Читать далее](#)



Киосков и павильонов по продаже прессы по стране

СТАНОВИТСЯ МЕНЬШЕ

Союз предприятий печатной индустрии (СППИ) ГИПП подвёл итоги мониторинга состояния сети розничной продажи газет и журналов в регионах Российской Федерации. Результаты мониторинга основаны на информации, предоставленной СППИ ГИПП органами исполнительной власти субъектов РФ, контролирующими объектами реализации печатной продукции.

[Читать далее](#)

Правление СППИ ГИПП – за максимальную либерализацию рекламного рынка

По инициативе президента Союза предприятий печатной индустрии (СППИ ГИПП) Алексея Иванова было экстренно проведено заседание правления СППИ ГИПП. Сложная ситуация, сложившаяся в отрасли в связи с применением беспрецедентного спектра санкций против экономики России, потребовала от СППИ ГИПП оперативных и незамедлительных действий, направленных на эффективное взаимодействие с государственными и муниципальными органами, в том числе подготовку предложений по поддержке всей печатной индустрии.

[Читать далее](#)



В СППИ ГИПП создан комитет по детским СМИ

В Москве в ИД «ИМ медиа» состоялось первое заседание комитета Союза предприятий печатной индустрии (СППИ) ГИПП по детским изданиям (СППИ ГИПП входит в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», СРО «АМИ «РС»).

[Читать далее](#)

Н:Р:А

Время пришло: НРА провёл ребрендинг

«Национальный рекламный альянс» (НРА, обновил фирменный стиль и логотип компании. Создателем концепции выступило агентство UtterDesign. Новая айдентика призвана подчеркнуть трансформацию компании и всего медиарынка: динамичные изменения, стремление к инновациям и возрастающую роль коммуникаций как в отношениях селлера с рекламодателями, так и в отношениях брендов с потребителями. Основным элементом нового бренда – двоеточие, которое отражает два ключевых смысла концепции, – время и диалог.

[Читать далее](#)

Н:Р:А



НРА теперь в союзе

«Национальный рекламный альянс» (НРА, вошёл в состав «Медиа-коммуникационного союза» (МКС), объединяющего профессионалов, содействующих развитию медиакоммуникационной отрасли. Таким образом на данный момент МКС объединяет 15 ведущих игроков российской индустрии медиакоммуникаций.

[Читать далее](#)



Появились новые «радиоакадемики»

В состав Российской академии радио вошли новые академики. По итогам голосования академиков РАР в состав академии вошли: **Юлия Исаева**, директор департамента регионального развития «Европейской медиагруппы»; **Елена Коритич**, директор радиовещания МТРК «Мир»; **Эдуард Оганесян**, заместитель генерального директора по коммерческой деятельности объединённого медиахолдинга «Радио Шансон» и «Крутой Медиа».

[Читать далее](#)



В помощь владельцам интернет-магазинов

«Яндекс.Бизнес» поможет небольшим интернет-магазинам рекламировать отдельные товары. Теперь предпринимателям больше не нужно вручную заполнять информацию для каждого товара: сервис автоматически создаст объявления с актуальной информацией и запустит их на площадках «Яндекса» и Google. Новая технология будет полезна в первую очередь для небольших интернет-магазинов, например, продавцов одежды, косметики или мебели.

[Читать далее](#)

СРО АССОЦИАЦИЯ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»

Апрель , 2022 год

С учётом сложившейся в России экономической и политической ситуации и сложностями перспективного планирования, информируем о главных планируемых событиях без указания конкретных дат

Дата обсуждается: Заседание правления СРО АМИ РС

Дата обсуждается: Конференция "Проблемные вопросы при размещении рекламы медицинских товаров, услуг, лекарств, БАДов" (онлайн)

Дата обсуждается: совместное заседание Комитета рекламных практик, совета территориальных представительств, экспертов СРО АМИ РС по обсуждению предложений по либерализации рекламного зондательства и ситуации на региональных рынках (онлайн)

Дата обсуждается: совместное заседание комитета по торговле и комитета по рекламе СПб ТПП по обсуждению вопросов рекламы (включая социальную) в

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](#)

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!

Члены партнёры СРО АМИ РС

 Яндекс

 НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

 ami

 U

 POSTER
ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД.
НАЦИОНАЛЬНЫЙ МАСШТАБ.

 Microsoft

 PMI
CORPORATION