

Информационный бюллетень

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

Июль 2020



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии

Содержание

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

- Несколько новостей от испанского органа рекламного саморегулирования AUTOCONTROL
- Британцы хотят, чтобы и в политической рекламе не ввали, как в коммерческой

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ"

- СРО становится реальной индустриальной площадкой по обсуждению вопросов, связанных с ответственным подходом к рекламе
- Движение по переходу на саморегулирование пошло в регионы
- На сессии обсудили, как поддержать ответственных и честных производителей на рынке «зелёных» товаров
- К Ассоциации «Рекламный Совет» прислушиваются не только на Северо-Западе
- На пути развития рекламного саморегулирования следующая остановка – Бурятия

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

- Изображения Ленина и серпа и молота в рекламе сауны понравилось не всем
- Эксперты: информация на сайте производителя – не реклама, а значения слов в превосходной степени девальвировались
- Эксперты распознали в статье рекламу и посчитали её недостоверной «ТРИЦ» – УФАС: кто прав? Эксперты призадумались...
- «А за козла ответишь!» Или всё-таки нет?

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

- Реклама против кризиса (инициатива)
- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- Ассоциация брендинговых компаний России (АБКР)
- IAB
- Яндекс
- Регион-Медиа

АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ" В АВГУСТЕ 2020 г.

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ



Несколько новостей от испанского органа рекламного саморегулирования AUTOCONTROL

[Читать далее](#)



Британцы хотят, чтобы и в политической рекламе не ввали, как в коммерческой

[Читать далее](#)

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



СРО становится реальной индустриальной площадкой по обсуждению вопросов, связанных с ответственным подходом к рекламе

Впервые в онлайн-формате состоялось заседание правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»). Рассматривались принципиально важные для деятельности организации вопросы.

[Читать далее](#)



Движение по переходу на саморегулирование пошло в регионы

Более 40 участников рекламного рынка из Москвы, Санкт-Петербурга и Улан-Удэ приняли участие в онлайн-конференции «Рекламное саморегулирование в регионах России. Практика и новации», организованной Торгово-промышленной палатой Республики Бурятия (ТПП РБ) совместно с саморегулируемой организацией «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»).

[Читать далее](#)



ЛИГА
ЗЕЛЕННЫХ
БРЕНДОВ

РОССИЙСКИЕ ЗЕЛЕННЫЕ БРЕНДЫ: КРИТЕРИИ ИСТИННОСТИ

На сессии обсудили, как поддержать ответственных и честных производителей на рынке «зелёных» товаров

По инициативе саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»), Российского национального комитета Международной торговой палаты – Всемирной организации бизнеса (ICC Russia) и члена-партнёра СРО «АМИ «РС» компании Unilever состоялась онлайн-сессии «Зелёные» бренды: не казаться, а быть. Ревизия подходов в пост-пандемическом мире». Вёл сессию заместитель председателя правления СРО «АМИ «РС», первый вице-президент Ассоциации коммуникационных агентств России Алексей Ковылов. В её программе было несколько выступлений специалистов и дискуссия.

[Читать далее](#)

К Ассоциации «Рекламный совет» прислушиваются не только на Северо-Западе

В онлайн-режиме состоялось заседание членов саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») от Северо-Западного региона. Обсуждались деятельность ассоциации в период ограничительных мер в связи с распространением коронавирусной инфекции, её рабочей группы по вопросам внесения изменений в Положение «О членстве в саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», в том числе о требованиях к членам СРО» и в положение о взносах, а также первые результаты кампании «Мы за здоровую рекламу в Санкт-Петербурге!» и участие членов ОСР в развитии и усилении данной кампании.

[Читать далее](#)

На пути развития рекламного саморегулирования следующая остановка – Бурятия

В рамках заключённого соглашения о создании представительства между саморегулируемой организацией «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») и Торгово-промышленной палатой Республики Бурятия (ТПП РБ) состоялась онлайн-встреча председателя правления СРО Сергея Пилатова и руководителя секретариата организации Елены Кузьминой с руководством и активом ТПП РБ.

[Читать далее](#)

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



Изображения Ленина и серпа и молота в рекламе сауны понравилось не всем

Появившаяся в прохладном северном Сыктывкаре на улице Малышева реклама жаркой сауны вызвала вполне понятное внимание горожан. Однако не каждому она приглянулась как с точки зрения закона, так и исторической памяти.

[Читать далее](#)

- [Эксперты: информация на сайте производителя – не реклама, а значения слов в превосходной степени девальвировались](#)
- [Эксперты распознали в статье рекламу и посчитали её недостоверной](#)
- [«ТРИЦ» – УФАС: кто прав? Эксперты призадумались...](#)
- [«А за козла ответишь!» Или всё-таки нет?](#)

**НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ
«РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»**

#рекламапротивкризиса

Ассоциации собирают инициативы

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) и Ассоциация развития интерактивной рекламы IAB Russia совместно с Российской ассоциацией маркетинговых услуг (РАМУ) для снижения кризисных настроений начали сбор инициатив, предложений и исследований агентств, которыми они делятся, чтобы поддерживать индустриальное сообщество в период пандемии. Эти посты будут размещены под хэштегом #рекламапротивкризиса.

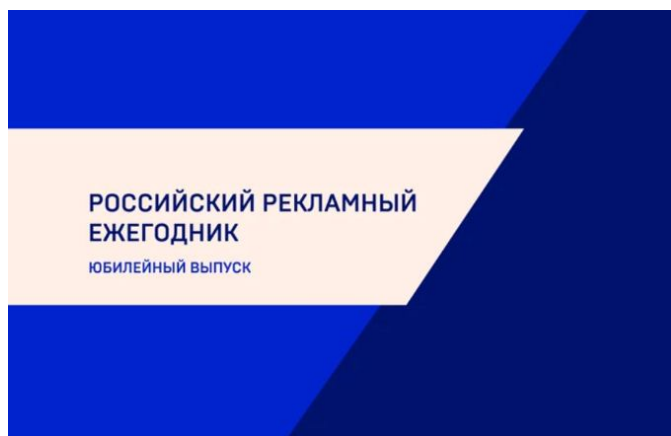
[Читать далее](#)



Агентства постепенно возрождают бизнес-активность

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) провела очередной этап исследования влияния эпидемии коронавируса на рекламный рынок (четвёртая волна – июнь 2020 года). Итог: рынок выходит из затяжного пике, улучшились все показатели, отражающие активность рекламодателей. Надолго ли?

[Читать далее](#)



20-е «рождение» главного издания российского рекламного рынка

Индустриальный комитет Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) по AdTech начал свою работу. Более 60 ведущих экспертов технологического и инвестиционного рынков в области рекламных и маркетинговых технологий обсудили шаги по развитию российских технологий и популяризации их среди агентств и рекламодателей, а также улучшению взаимодействия внутри индустрии между стартап-командами и потенциальными инвесторами.

[Читать далее](#)

Глоссарии Indoor-рекламы поможет договориться о базовых вещах

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) подготовила первый глоссарий сегмента Indoor. В нём содержится индустриальное определение Indoor-рекламы, согласованное участниками секции Indoor АКАР.

[Читать далее](#)

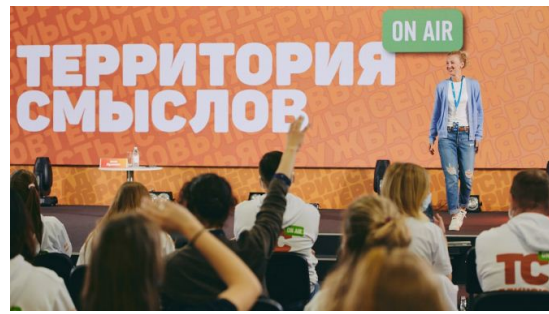




Президент ассоциации – в совете и жюри

Президент Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР), член правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» Анна Луканина вошла в экспертный совет «Национальной премии бизнес-коммуникаций» и в жюри Всероссийской олимпиады «Я – профессионал».

[Читать далее](#)



Личный бренд – для участников форума

Анна Луканина, президент Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР), выступила на Всероссийском молодёжном образовательном форуме «Территория смыслов». Она рассказала об этапах создания личного бренда, таргетинге и обязательных инвестициях – энергии и времени.

[Читать далее](#)

Эксперт: пандемия показала, что многим крупным компаниям скорости и мобильности не хватило

Эксперты Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР) выступили в онлайн-режиме на XII Международном фестивале маркетинга и рекламы «Белый квадрат» (Беларусь). На панельной дискуссии «Как усилить лояльность к бренду» президент АБКР, управляющий партнёр Depot branding agency Анна Луканина пояснила, почему привычка покупать тот или иной бренд – следствие лояльности. Креативный директор DDVB Дмитрий Пёрышков рассказал, чего не хватило многим крупным компаниям в разгар пандемии.

[Читать далее](#)

iab.



Эксперты оценили настоящее и будущее имиджевой рекламы

Состоялся круглый стол в рамках проекта IAB Russia Talks, в котором приняли участие представители агентств, рекламодателей и медиахолдингов. По итогам онлайн-дискуссии стало очевидно, что имиджевая реклама по-прежнему остаётся востребованной. В то же время укрепляется понятие «Brandformance», которое стоит на стыке performance-маркетинга и брендинга.

[Читать далее](#)

Исследование IAB Russia: активность рекламодателей восстанавливается

IAB Russia опубликовала на своём сайте результаты четвёртой волны исследования влияния на рынок интерактивной рекламы пандемии коронавируса. В июньском опросе, проведённом IAB Russia, 45% агентств отметили, что рекламодатели начинают возвращать отложенные или отменённые бюджеты. Перенос или отмену расходов на рекламу фиксируют на 19% меньше опрошенных компаний, чем в мае.

[Читать далее](#)

Всё о рынке интерактивной рекламы

IAB Russia сообщила о начале седьмой волны масштабного исследования рынка интерактивной рекламы, которое проводится с целью получить репрезентативную картину мнений, настроений и ожиданий ведущих рекламодателей относительно рынка интерактивной рекламы. Результаты

исследования помогут компаниям использовать данные в качестве вспомогательного инструмента при планировании бюджетов на новый финансовый год.

[Читать далее](#)



«Яндекс» и южнокорейские IT-компании: могут появиться новые совместные проекты

Российско-южнокорейское деловое сотрудничество получило импульс к развитию: при содействии фонда «Росконгресс» и Корейской ассоциации международной торговли (КІТА) состоялась серия онлайн-встреч между экспертами «Яндекса» и перспективными технологическими компаниями из Республики Корея.

[Читать далее](#)



«Регион медиа» представляет инструмент запуска интерактивной рекламной кампании в режиме одного окна

Селлер региональной телевизионной и интернет-рекламы ООО «Регион медиа» и технологическая компания Viewst, автор конструктора рекламных баннеров и интерактивов для OLV форматов, объявляют о старте коммерческого сотрудничества.

[Читать далее](#)

СРО АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ" В АВГУСТЕ 2020

- Заседание рабочей группы по новой редакции Устава
- Заседание Комитета рекламных практик

- Открытое тематическое заседание Комитета по рассмотрению жалоб и обращений
- Установочное заседание Совета региональных органов

27 мая 2020 г.


12.00 - Онлайн конференция "ВНИМАНИЕ! ДЕТИ!"
Рекламное саморегулирование на защите детской аудитории от недобросовестной рекламы»

ттттт

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](#)
- [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!

