

Информационный бюллетень

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

Июнь 2020



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии

Содержание

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

- EASA проинформировал о ситуации с саморегулированием в рекламе
- СРО АМИ РС приветствует нового члена Европейского альянса по рекламным стандартам – представителя Республики Сербия!
- СРО АМИ РС поздравляет испанских коллег с 25-летием !

- «Бесплатно» оно и в Британии «бесплатно»...
- А мы предупреждали, что будем строги к нарушителям правил рекламы, которая спекулирует на здоровье во время пандемии, говорят в ASA
- На какую рекламу жаловались потребители Германии в 2019 году

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ"

- За комитетом – стандарты и предложения
- Инициатива по маркировке рекламы полезна. Но своевременна ли?
- Комитет по жалобам рассмотрел 100 дел и не получил ни одного нарекания
- Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов СРО АМИ РС (практика)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- Северо-западное представительство АКАР
- Яндекс
- Ассоциация брендинговых компаний России (АБКР)
- IAB
- Транснациональная медиа компания

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ



EASA проинформировал о ситуации с саморегулированием в рекламе

Ньюслеттер Европейского альянса по рекламным стандартам, который стал выпускаться с недавнего времени ежемесячно, даёт представление не только о том, чем занимается штаб-квартира EASA, но и чем живут органы рекламного саморегулирования (ОРС) в разных странах.

[Читать далее](#)



СРО АМИ РС приветствует нового члена Европейского альянса по рекламным стандартам – представителя Республики Сербия!

[Читать далее](#)



СРО АМИ РС поздравляет испанских коллег с 25-летием !

¡Cuidamos los anuncios para cuidarte a ti! Мы заботимся о рекламе, чтобы заботиться о вас! - слоган рекламной кампании испанских коллег к 25-летию.

[Читать далее](#)

«Бесплатно» оно и в Британии «бесплатно»...

Британский орган рекламного саморегулирования ASA совместно с Управлением по конкуренции и рынкам (Competitions and Markets Authority, CMA) выпустили напоминание потребителям о необходимости более тщательно относиться ко всему, что рекламируется как «бесплатные» услуги, которые в конечном итоге могут обойтись дороже, чем те, которые что-то стоят. В памятке предлагаются варианты, как помочь потребителю избежать подобных потенциальных «ловушек».

[Читать далее](#)

А мы предупреждали, что будем строги к нарушителям правил рекламы, которая спекулирует на здоровье во время пандемии, говорят в ASA

Орган рекламного саморегулирования страны – ASA предупреждал представителей рекламной индустрии о том, что вводит процедуру ускорения принятия решений в рамках своей деятельности по борьбе с рекламой, использующей беспокойство, связанное со здоровьем, во время пандемии COVID-19. И теперь решили подвести итоги своей бдительной работы, опубликовав решения, которые были проведены по ускоренной процедуре.

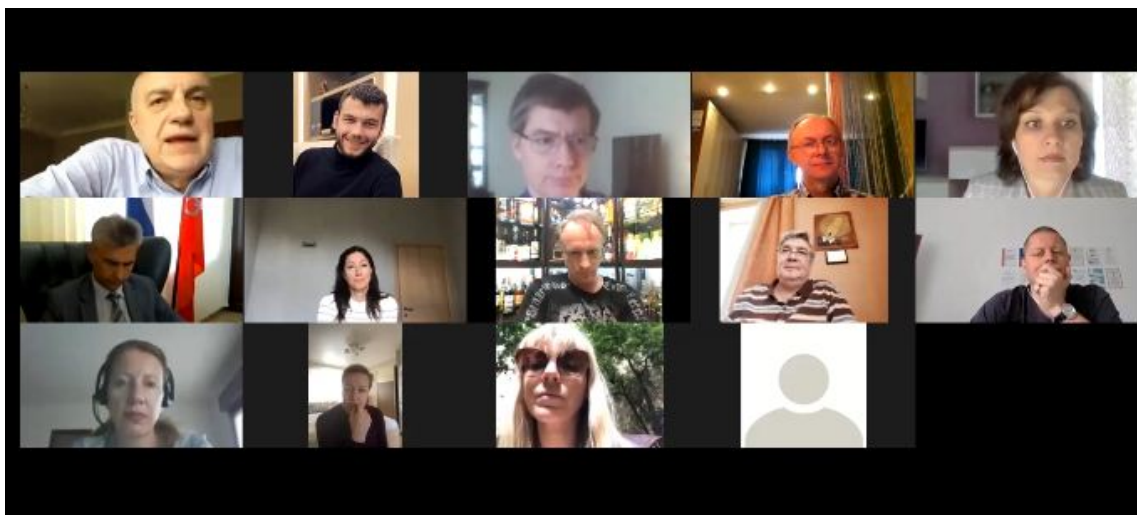
[Читать далее](#)

На какую рекламу жаловались потребители Германии в 2019 году

Deutscher Werberat (DWR) – Немецкий совет по рекламе – опубликовал ежегодник, в котором приводится статистика по рассмотрению рекламных дел главным органом саморегулирования страны.

[Читать далее](#)

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



За комитетом – стандарты и предложения

Состоялось заседание комитета рекламных практик Саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»). Этот комитет является одним из основных и востребованных в структуре и деятельности каждой саморегулируемой организации мира. Именно

комитет рекламных практик разрабатывает рекламные стандарты, которыми в дальнейшем руководствуются его участники и, как правило, весь рынок. Он также формулирует предложения по изменению и обновлению рекламного законодательства, с которыми в дальнейшем выступает СРО АМИ "РС" и вся индустрия.

[Читать далее](#)

Инициатива по маркировке рекламы полезна. Но своевременна ли?

Саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») совместно с входящими в СРО компанией «Юнилевер» и Ассоциацией брендинговых компаний России (АБКР) провела онлайн-сессию на тему: «Стратегии саморегулирования (самоограничений) в рекламе и маркетинге: защита или нападение? Ревизия подходов в пост-пандемическом мире».

[Читать далее](#)

Комитет по жалобам рассмотрел 100 дел и не получил ни одного нарекания

В онлайн-режиме состоялось заседание комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга СРО «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»). Обсуждались текущие вопросы и несколько важных документов, необходимых для функционирования комитета.

[Читать далее](#)

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

В архаике нет непристойности...

[Читать далее](#)

Использованное в рекламе слово-архаизм едва не привело к тому, чтобы её признали нарушающей рекламное законодательство со всеми вытекающим последствиями.

- [В своей рекламе с использованием терминов «COVID-19» и «коронавирус» челябинская клиника играет на тоненького...](#)
- [И всё-таки это реклама!](#)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Кризис заставляет агентства действовать

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) провело третью волну исследования влияния пандемии коронавируса на рынок рекламы. 64% опрошенных считают, что ситуация продолжит ухудшаться, при этом уже 87% компаний отмечают отмену, сокращение и перенос рекламных бюджетов на более поздние сроки, сообщается на сайте АКАР.

Карта рынка AdTech поможет сориентироваться

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.



Церемонию награждения хотят провести «вживую»

Организаторы «Национальной премии бизнес-коммуникаций» сообщили об изменении сроков проведения конкурса и о включении церемонии награждения в вечернюю программу первого дня «Национального рекламного форума».

[Читать далее](#)



Тяжёлая весна, но эксперты уже видят положительную динамику

Комиссия экспертов АКАР Северо-Запад подвела итоги весны-2020 в средствах размещения рекламы. Май оказался самым сложным месяцем у всех сегментов.

[Читать далее](#)



«Яндекс» доказал качество своих рекламных технологий

«Яндекс» прошёл сертификацию рекламы на соответствие международным стандартам MRC/IAB

[Читать далее](#)



«Яндекс.Музыка» и «ФрутоНяня»

«ФрутоНяня» и сервис «Яндекс.Музыка» подобрали для родителей детские сказки, песни и колыбельные. Также в специальную подборку вошли и классические мелодии для самых маленьких, мотивы из популярных мультфильмов.

[Читать далее](#)



Студенческие проекты оценили во-взрослому

Эксперты Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР), вошедшие в жюри конкурса на разработку бренда культурного центра НИУ «Высшая школа экономики», назвали своих фаворитов.

[Читать далее](#)

Теперь главное – сохранить человеческий ресурс



The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia провело третью волну исследования влияния коронавируса на рынок интерактивной рекламы в стране.

[Читать далее](#)



**СРО АМИ РС поздравляет
Транснациональную медиа компанию
(NVR) с заслуженной наградой**

[Читать далее](#)

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

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!


 Страница АМИ «Рекламный Совет»

 Страница СИ «Рекламный совет»

 Группа КС по рекламе

 Реклама в СНГ. КСР МСАП

 Группа «Рекламная Белочка»

 Группа «Рекламная Белочка»

© Саморегулируемая организация Ассоциация маркетинговой индустрии "Рекламный Совет"

Вы получили данную рассылку, так как являетесь членом, партнёром, клиентом СРО АМИ РС или подписчиком СИ "Рекламный совет"

[Отказаться от рассылки](#)



Информационный бюллетень

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

Июнь 2020



Содержание

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

- EASA проинформировал о ситуации с саморегулированием в рекламе
- СРО АМИ РС приветствует нового члена Европейского альянса по рекламным стандартам – представителя Республики Сербия!
- СРО АМИ РС поздравляет испанских коллег с 25-летием !
- «Бесплатно» оно и в Британии «бесплатно»...
- А мы предупреждали, что будем строги к нарушителям правил рекламы, которая спекулирует на здоровье во время пандемии, говорят в ASA
- На какую рекламу жаловались потребители Германии в 2019 году

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ"

- За комитетом – стандарты и предложения
- Инициатива по маркировке рекламы полезна. Но своевременна ли?
- Комитет по жалобам рассмотрел 100 дел и не получил ни одного нарекания
- Комитет по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов АМИ РС (практика)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- Северо-западное представительство АКАР
- Яндекс
- Ассоциация брендинговых компаний России (АБКР)
- IAB
- Транснациональная медиа компания

САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ



NEWSLETTER

May 2020

EASA проинформировал о ситуации с саморегулированием в рекламе

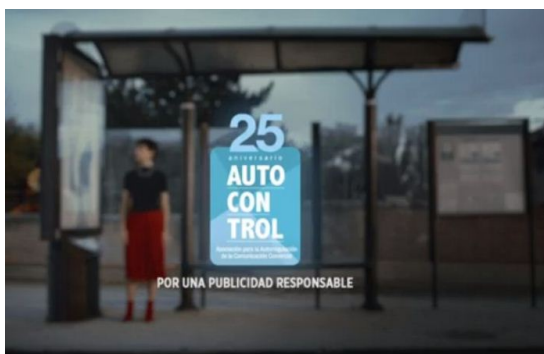
Ньюслеттер Европейского альянса по рекламным стандартам, который стал выпускаться с недавнего времени ежемесячно, даёт представление не только о том, чем занимается штаб-квартира EASA, но и чем живут органы рекламного саморегулирования (ОРС) в разных странах.

[Читать далее](#)



[Читать далее](#)

СРО АМИ РС приветствует нового члена Европейского альянса по рекламным стандартам – представителя Республики Сербия!



СРО АМИ РС поздравляет испанских коллег с 25-летием !

¡Cuidamos los anuncios para cuidarte a ti! Мы заботимся о рекламе, чтобы заботиться о вас! - слоган рекламной кампании испанских коллег к 25-летию.

[Читать далее](#)

«Бесплатно» оно и в Британии «бесплатно»...

Британский орган рекламного саморегулирования ASA совместно с Управлением по конкуренции и рынкам (Competitions and Markets Authority, CMA) выпустили напоминание потребителям о необходимости более тщательно относиться ко всему, что рекламируется как «бесплатные» услуги, которые в конечном итоге могут обойтись дороже, чем те, которые что-то стоят. В памятке предлагаются варианты, как помочь потребителю избежать подобных потенциальных «ловушек».

[Читать далее](#)

А мы предупреждали, что будем строги к нарушителям правил рекламы, которая спекулирует на здоровье во время пандемии, говорят в ASA

Орган рекламного саморегулирования страны – ASA предупреждал представителей рекламной индустрии о том, что вводит процедуру ускорения принятия решений в рамках своей деятельности по борьбе с рекламой, использующей беспокойство, связанное со здоровьем, во время пандемии COVID-19. И теперь решили подвести итоги своей бдительной работы, опубликовав решения, которые были проведены по ускоренной процедуре.

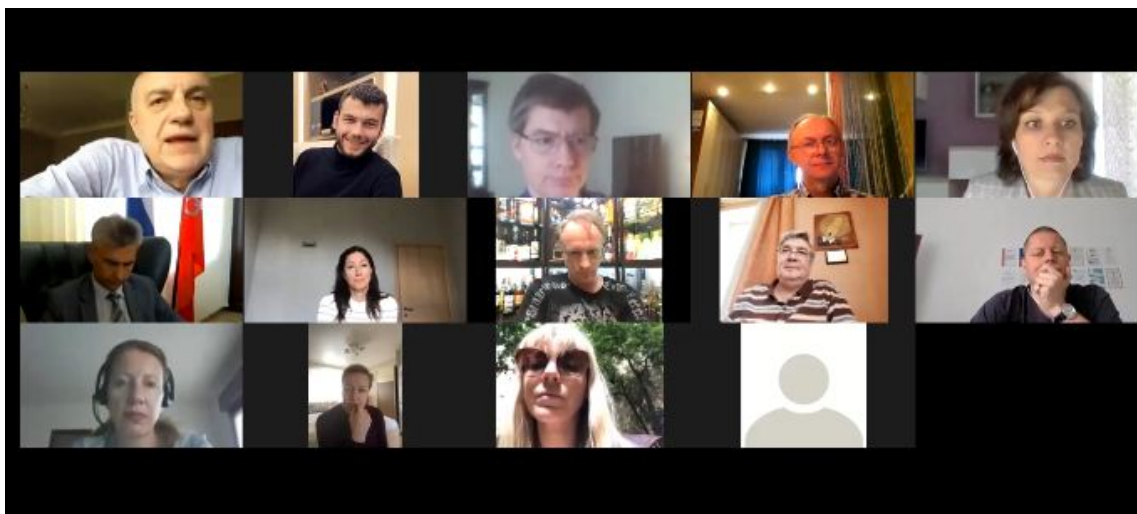
[Читать далее](#)

На какую рекламу жаловались потребители Германии в 2019 году

Deutscher Werberat (DWR) – Немецкий совет по рекламе – опубликовал ежегодник, в котором приводится статистика по рассмотрению рекламных дел главным органом саморегулирования страны.

[Читать далее](#)

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



За комитетом – стандарты и предложения

Состоялось заседание комитета рекламных практик саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС»). Этот комитет является одним из основных и востребованных в структуре и деятельности каждой саморегулируемой организации мира. Именно комитет рекламных практик разрабатывает рекламные стандарты, которыми в дальнейшем руководствуются его участники и, как правило, весь рынок. Он также формулирует предложения по изменению и обновлению рекламного законодательства, с которыми в дальнейшем выступает СРО и вся индустрия.

[Читать далее](#)

Инициатива по маркировке рекламы полезна. Но своевременна ли?

Саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС») совместно с входящими в СРО компанией «Юнилевер» и Ассоциацией брендинговых компаний России (АБКР) провела онлайн-сессию на тему: «Стратегии саморегулирования (самоограничений) в рекламе и маркетинге: защита или нападение? Ревизия подходов в пост-пандемическом мире».

[Читать далее](#)

Комитет по жалобам рассмотрел 100 дел и не получил ни одного нарекания

В онлайн-режиме состоялось заседание комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга СРО «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС»). Обсуждались текущие вопросы и несколько важных документов, необходимых для функционирования комитета.

[Читать далее](#)

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

В архаике нет непристойности...

[Читать далее](#)

Использованное в рекламе слово-архаизм едва не привело к тому, чтобы её признали нарушающей рекламное законодательство со всеми вытекающим последствиями.

- [В своей рекламе с использованием терминов «COVID-19» и коронавирус» челябинская клиника играет на тоненького...](#)
- [И всё-таки это реклама!](#)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Кризис заставляет агентства действовать

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) провело третью волну исследования влияния пандемии коронавируса на рынок рекламы. 64% опрошенных считают, что ситуация продолжит ухудшаться, при этом уже 87%

компаний отмечают отмену, сокращение и перенос рекламных бюджетов на более поздние сроки, сообщается на сайте АКАР.

Карта рынка AdTech поможет сориентироваться

Индустиальный 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.



Церемонию награждения хотят провести «вживую»

Организаторы «Национальной премии бизнес-коммуникаций» сообщили об изменении сроков проведения конкурса и о включении церемонии награждения в вечернюю программу первого дня «Национального рекламного форума».

[Читать далее](#)



Тяжёлая весна, но эксперты уже видят положительную динамику

Комиссия экспертов АКАР Северо-Запад подвела итоги весны-2020 в средствах размещения рекламы. Май оказался самым сложным месяцем у всех сегментов.

[Читать далее](#)



«Яндекс» доказал качество своих рекламных технологий

«Яндекс» прошёл сертификацию рекламы на соответствие международным стандартам MRC/IAB

[Читать далее](#)

«Яндекс.Музыка» и «ФрутоНяня»



«ФрутоНяня» и сервис «Яндекс.Музыка» подобрали для родителей детские сказки, песни и колыбельные. Также в специальную подборку вошли и классические мелодии для самых маленьких, мотивы из популярных мультфильмов.

[Читать далее](#)



Студенческие проекты оценили во-
взрослому

[Читать далее](#)

Эксперты Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР), вошедшие в жюри конкурса на разработку бренда культурного центра НИУ «Высшая школа экономики», назвали своих фаворитов.



Теперь главное – сохранить
человеческий ресурс

[Читать далее](#)

The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia провело третью волну исследования влияния коронавируса на рынок интерактивной рекламы в стране.



**СРО АМИ РС поздравляет
Транснациональную медиа компанию
(NVR) с заслуженной наградой**

[Читать далее](#)

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!