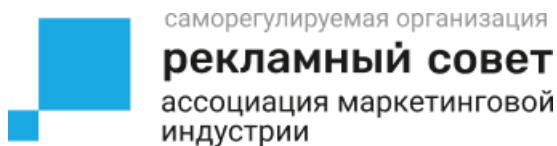




Информационный бюллетень

ДОВЕРИЕ ЧЕРЕЗ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
Trust thru Responsibility

Ноябрь 2020



Содержание

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ

- В Италии знакомят с «Правилами рекламы», в Испании ограничивают рекламу азартных игр, а в Великобритании борются с «грабительскими ящиками»
- В Великобритании борются с безответственными заявлениями в рекламе, связанной с COVID-19, а в Нидерландах приняли Рекламный кодекс для

- безалкогольного и слабоалкогольного пива
- Что такое инфлюенсеры, как их использовать и как с ними бороться
- Эксперты ASA: в рекламе не было информации, объясняющей, что положительный результат на антитела не означает, что человек невосприимчив к коронавирусу

НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ"

- Рекламной отрасли нужна поддержка государства. И саморегулирование!
- Совет займётся принципами продвижения рекламного саморегулирования в регионы.
- Реклама в Петербурге: трудно, но перспективы для развития есть.
- Кампания поможет пожилым и детям защититься от недобросовестной рекламы
- На семинаре представители СМИ выступили не только как ученики, но и в качестве экспертов
- В Республике Карелия СРО «АМИ «РС» будет опираться на «Опору России»

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

- «Чувственные образы поданы корректно...»
- Жаргонизм в рекламе: допустимо, но нежелательно?
- Кофе, конечно, напиток бодрящий, но не до такой же степени...
- Ролик с сидром закон нарушил, а с пивом – нет. Эксперты объясняют, почему
- «Хотеть пивка» вполне законно

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ

- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)
- Ассоциация брендинговых компаний России (АБКР)
- IAB Russia
- Союз предприятий печатной индустрии (СППИ ГИПП)
- Национальный рекламный альянс
- Russ Outdoor
- Unilever

АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ" В ДЕКАБРЕ 2020 г.

НОВОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ



NEWSLETTER

November 2020

В Италии знакомят с «Правилами рекламы», в Испании ограничивают рекламу азартных игр, а в Великобритании борются с «грабительскими ящиками»

На сайте Европейского альянса по рекламным стандартам (EASA), членом-наблюдателем которого является саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС»)), опубликован обзор ноябрьских событий из жизни СРО европейских стран.

[Читать далее](#)



NEWSLETTER

В Великобритании борются с безответственными заявлениями в рекламе, связанной с COVID-19, а в Нидерландах приняли Рекламный кодекс для безалкогольного и слабоалкогольного пива

Предлагаем вниманию читателей очередной, октябрьский, обзор событий из жизни СРО европейских стран, подготовленный Европейским альянсом по рекламным стандартам (EASA), членом-наблюдателем которого является и

саморегулируемая организация «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС»).

[Читать далее](#)

Что такое инфлюенсеры, как их использовать и как с ними бороться

С каждым годом становится всё более модным использовать в маркетинговых коммуникациях различного рода так называемых инфлюенсеров, то есть людей, которые, как считается, имеют высокий уровень влияния на публику из-за их большого количества подписчиков в социальных сетях и которые взаимодействуют с потребителями как посредством твитов, видео и сообщений, так и через сообщения в блогах или другими способами.

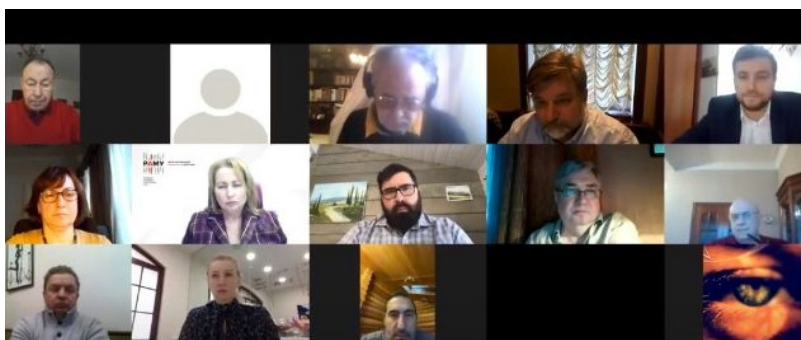
[Читать далее](#)

Эксперты ASA: в рекламе не было информации, объясняющей, что положительный результат на антитела не означает, что человек невосприимчив к коронавирусу

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ. В Великобритании очень бдительно следят за тем, чтобы в эпоху пандемии разные медицинские учреждения – от аптек до клиник – не злоупотребляли страхами потребителей, их неосведомлённостью и более ответственно относились к рекламе. Сегодня мы приведём один из примеров того, какие же случаи конкретно могут считаться нарушающими стандарты и кодексы рекламного поведения.

[Читать далее](#)

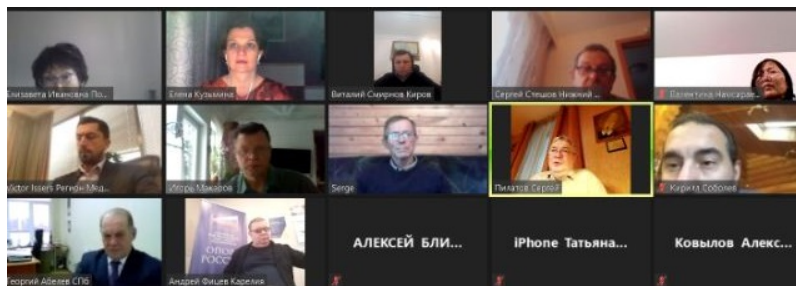
НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»



Рекламной отрасли нужна поддержка государства. И саморегулирование!

Председатель правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС») Сергей Пилатов и его заместитель Алексей Ковылов стали участниками онлайн-заседания комитета Торгово-промышленной палаты (ТПП) РФ по предпринимательству в сфере рекламы..

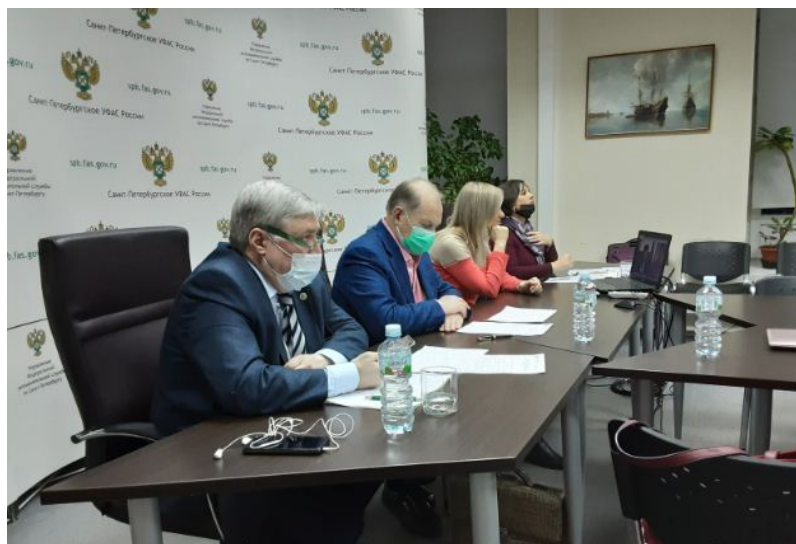
[Читать далее](#)



Совет займётся принципами продвижения рекламного саморегулирования в регионы.

Состоялось первое заседание совета территориальных органов саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС»). На встречу были приглашены представители регионов, где либо уже созданы филиалы СРО, либо такая работа проводится и близка к завершению. Помимо «родины» первого российского СРО в области рекламы – Санкт-Петербурга, это Республика Бурятия, Республика Карелия, Калининградская, Кировская, Нижегородская и Новгородская области.

[Читать далее](#)



Реклама в Петербурге: трудно, но перспективы для развития есть.

Состоялось заседание Общественного совета по рекламе (ОСР) Санкт-Петербурга – регионального представительства саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС»», посвящённое итогам уходящего, 2020 года.

[Читать далее](#)



Кампания поможет пожилым и детям защититься от недобросовестной рекламы

В Северной столице полным ходом продолжается рекламная кампания под девизом «Мы за здоровую рекламу в Санкт-Петербурге!», организованная Ассоциацией маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС»). Нынешней осенью упор в кампании сделан на защиту от недобросовестной рекламы пожилых людей и детей. Она получила статус социальной рекламы особой общественной значимости. Её слоган – «Обман беззащитных – это не реклама!»

[Читать далее](#)



На семинаре представители СМИ выступили не только как ученики, но и в качестве экспертов

Карельское управление Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России совместно с отделением Банка России – Национальным банком по Республике Карелия провели обучающий семинар на тему: «Профилактика нарушений законодательства о рекламе». На семинаре интерактивную игру-обсуждение «Пределы допустимого в рекламе. Почувствуй себя экспертом» провёл председатель правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» Сергей Пилатов.

[Читать далее](#)

В Республике Карелия СРО «АМИ «РС» будет опираться на «Опору России»

Участием в семинаре «Профилактика нарушений законодательства о рекламе», командировка Сергея Пилатова в Петрозаводск не ограничилась. Состоялись переговоры и встреча с руководством Карельского республиканского отделения «Опоры России» – общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства. Руководитель регионального отделения Андрей Фицев выразил заинтересованность в сотрудничестве с саморегулируемой организацией «Ассоциация «Рекламный совет», в развитии процессов рекламного саморегулирования в республике.

[Читать далее](#)

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



«Чувственные образы поданы корректно...»

Баннер с рекламой коллекции одежды бренда Denim члены комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга СРО «АМИ «РС» назвали привычным и широко распространённым в продвижении соответствующих магазинов, не нарушающим требования рекламного законодательства.

[Читать далее](#)

Жаргонизм в рекламе: допустимо, но нежелательно?

Обсуждая очередную спорную рекламу, эксперты комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС») основное внимание уделили слову «лошара». Что это: жаргонизм, ругательство и можно ли его использовать в рекламе?

[Читать далее](#)

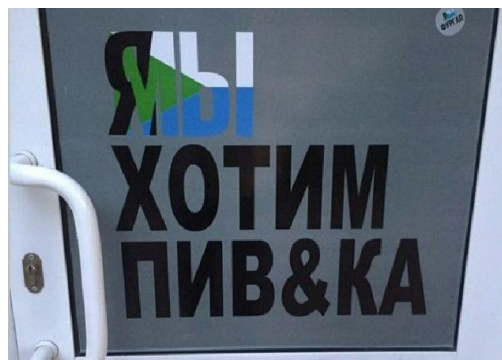


Кофе, конечно, напиток бодрящий, но не до такой же степени...

На сайт саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС») Sovet reklama.ru поступила жалоба от

петербурженки: она посчитала противоречащей закону рекламную вывеску в оконном проёме одного из кафе со словами «Кофе мой наркотик». Действительно ли здесь есть пропаганда наркотиков?

[Читать далее](#)



Ролик с сидром закон нарушил, а с пивом – нет. Эксперты объясняют, почему

Калининградская сеть салонов разливного пива «Пивной двор» разместила в социальной сети «ВКонтакте» два рекламных ролика, на которые в местное территориальное управление Федеральной антимонопольной службы (УФАС) России пожаловался потребитель: они, дескать, содержат запрещённую в интернете рекламу алкоголя. .

[Читать далее](#)

«Хотеть пивка» вполне законно

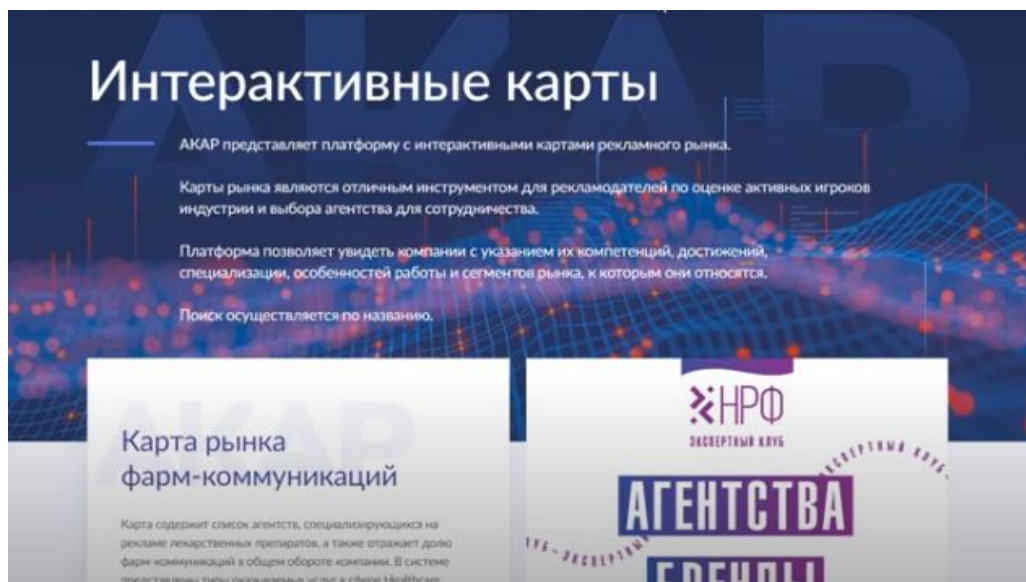
Проводя экспертизу очередной спорной рекламы, члены комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (СРО «АМИ «РС») заглянули... в магазин разливного пива. Правда, виртуально.

[Читать далее](#)

НОВОСТИ ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ «РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ»

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ



В России появились интерактивные карты рекламного рынка

Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) представила платформу с интерактивными картами рекламного рынка. Это первый индустриальный портал, на котором приведена информация об игроках различных сегментов рынка с указанием их компетенций, достижений, специализации и особенностей работы в удобной для пользователей форме.

[Читать далее](#)

Эксперт: рекламодатели ведут себя на рынке очень осторожно

Комиссия экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) подвела итоги развития рекламного рынка страны за первые три квартала 2020 года. Суммарный объём рекламы в средствах её распространения за вычетом НДС составил более 315 млрд рублей, что на 8% меньше, чем в соответствующем периоде прошлого года.

[Читать далее](#)



Спикеры расскажут о неочевидных факторах, влияющих на поведение рекламодателей и медиарынок

14 декабря состоится третья встреча экспертного клуба «Национального рекламного форума» (НРФ). Крупнейшие игроки рынка оценят влияние 2020 года на медиакоммуникационную отрасль. Напомним, что экспертный клуб НРФ – это серия мероприятий в преддверии пятого «Национального рекламного форума», а среди его организаторов – Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) и IAB Russia.

[Читать далее](#)



Комиссия оценит «Вкусы России»

Президент Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР), член правления саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» Анна Луканина вошла в конкурсную комиссию первого Национального конкурса региональных брендов продуктов питания «Вкусы России».

[Читать далее](#)



Ключевое мероприятие пройдет 2 декабря в «прогрессивном формате»

Ежегодное отчетно-перевыборное собрание членов Ассоциации развития интерактивной рекламы (IAB Russia). Как отмечается на сайте IAB Russia, встреча пройдет в прогрессивном формате, совмещающим возможность офлайн и онлайн присутствия гостей. Количество участников, которые смогут присутствовать на площадке, ограничено. Место проведения ещё согласовывается и о нём будет сообщено дополнительно.

[Читать далее](#)

Эксперт: аудитория готова воспринимать рекламу у блогеров, потому что растёт качество рекламных интеграций

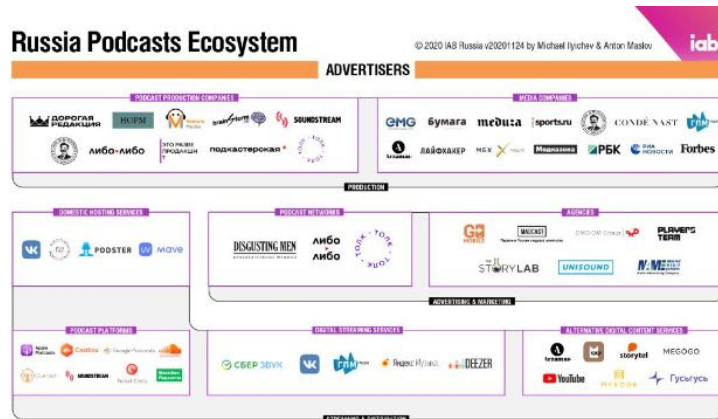
Аналитическая компания BloggerBase совместно с агентством по работе с блогерами Woombat и Ассоциацией интерактивной рекламы IAB Russia провели исследование рынка инфлюенсер-маркетинга в YouTube. По данным 2020 года (сравниваются данные за первые 10 месяцев 2019 – 2020 годов), объём рынка вырос в два раза по сравнению с 2019 годом и составил 12,6 млрд рублей.

[Читать далее](#)

Финансовое положение агентств улучшается

По данным шестой волны исследования влияния коронавируса на рынок интерактивной рекламы в России, проведённого IAB Russia, 53% опрошенных компаний отметили улучшение финансового положения. При этом можно сказать, что ситуация на рынке стабилизируется, но она происходит ценой реструктуризации компаний.

[Читать далее](#)



Карта поможет оценить возможности по монетизации и размещению рекламы в подкастах

Ассоциация развития интерактивной рекламы IAB Russia представляет первую карту отечественного рынка подкастов. Эксперты рабочей группы по подкастам IAB Russia впервые сформировали экосистему сегмента, которая отражает процесс создания, дистрибуции и монетизации подкастов.

[Читать далее](#)



Дистрибьюторы определили лидеров продаж

Подведены итоги ежегодного конкурса «Лидер продаж 2020», который проводит входящий в саморегулируемую организацию «Ассоциация маркетинговой индустрии» «Рекламный совет» Союз предприятий печатной индустрии (СППИ).

[Читать далее](#)



Издательские дома на пути создания media mix

В пресс-центра ИД «АиФ» в Москве состоялся круглый стол на тему: «Реклама и медиабизнес в цифровой среде», посвящённый актуальным проблемам развития рекламы в России. Круглый стол был проведён в рамках серии мероприятий по восстановлению дистрибуции и рекламных возможностей прессы, организуемых Союзом предприятий печатной индустрии (СППИ (ГИПП))

[Читать далее](#)

Цель – обеспечить развитие продаж прессы во всех сегментах распространения печатной продукции

В Москве состоялась конференция «Состояние и перспективы развития системы распространения прессы 2021/2022 в условиях пандемии», организованная Союзом предприятий печатной индустрии (СППИ (ГИПП)) при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Участниками конференции, проходившей в режиме офлайн и онлайн, стали представители ведущих российских компаний-дистрибьюторов, издательских домов, отраслевых общественных организаций, эксперты медиарынка из ближнего и дальнего зарубежья.

[Читать далее](#)

НРА НАЦИОНАЛЬНЫЙ
РЕКЛАМНЫЙ
АЛЬЯНС

НРА оценил динамику телерекламного рынка РФ в третьем квартале и за девять месяцев 2020 года

По данным «Национального рекламного альянса» (НРА), доля ТВ в рекламном медиасплите в третьем квартале увеличилась на 0,5 п.п., до 33,5%. Динамика рекламных инвестиций в российское ТВ составила –3% относительно июля – сентября 2019 года. В самом крупном сегменте рынка – федеральном ТВ – сокращение составило всего 1%, рекламные бюджеты на тематическом ТВ выросли на 2%. По итогам девяти месяцев доля ТВ на рекламном рынке РФ также увеличилась на 0,1 п.п., до 35,1%.

[Читать далее](#)

Илья Джумаев рассказал о стратегиях рекламодателей Казахстана в период пандемии

Генеральный директор «ВИ-Казахстан» и советник по развитию российской компании «Регион медиа» Илья Джумаев на заседании секции «Методика продаж и привлечения рекламодателей в кризисный период» XXIV Международного конгресса Национальной ассоциации телерадиовещателей (НАТ) прокомментировал изменения в практике продаж ТВ-рекламы в 2020 году в Казахстане

[Читать далее](#)



Национальный indoor-оператор Advance Group сменил владельца

Национальный indoor-оператор Advance Group, специализирующийся на рекламе в бизнес-центрах, сменил собственника. Крупнейший оператор наружной рекламы в России Russ Outdoor, выкупил оставшиеся 49% акций у миноритариев и теперь полностью владеет компанией.

[Читать далее](#)



Ирина Бахтина – в правительстве Коми

Ирина Бахтина назначена вице-премьером правительства Республики Коми. До этого Ирина Бахтина занимала должность вице-президента по устойчивому развитию бизнеса и корпоративным отношениям Unilever Russia.

«Ирина Сергеевна по праву может считаться одной из тех фигур, которые инициировали реальный процесс развития рекламного саморегулирования в России. Именно компания Unilever при непосредственном участии Ирины Бахтиной обеспечивали взаимодействие рабочей группы инициаторов с европейскими коллегами, с руководителями органов рекламного саморегулирования разных стран, готовили и до сих пор готовят качественный перевод всех нормативных, методических материалов. Огромное им за это спасибо!» – заявил председатель правления СРО «АМИ «РС» Сергей Пилатов.

[Читать далее](#)

СРО АССОЦИАЦИЯ "РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ" В ДЕКАБРЕ 2020

- Заседание комитета по предпринимательству в сфере рекламы ТПП РФ по вопросу рекламного саморегулирования в России
- Заседание рабочей группы по новой редакции Положения о членстве в СРО
- Открытое тематическое заседание Комитета по рассмотрению жалоб и обращений
- Заседание Комитета рекламных практик
- Заседание правления СРО АМИ РС

- 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



Видеоканал в YouTube



Страница СИ «Рекламный совет»



Группа КС по рекламе



Реклама в СНГ. КСР МСАП



Группа «Рекламная Белочка»



Группа «Рекламная Белочка»



Facebook

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

ВСЕМ ЗДОРОВЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ!