



Саморегулирование в сфере рекламы: обзор российского опыта

Елена Трусова, Партнер практики по разрешению споров
и IP/Digital

Goltsblat BLP

7 декабря 2017

www.gblplaw.com

GOLTSBLAT | **BLP**

Основы саморегулирования в России



Федеральный Закон № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях»

- Определяет структуру саморегулируемой организации, ее полномочия и порядок работы и взаимодействия с государством



Концепция совершенствования механизмов саморегулирования

- Определяет направления деятельности для развития института саморегулирования в России

Примеры существующих СРО:

**Микрофинансовые
организации**
(«Микрофинансирование и
Развитие»)

Торговля
(АКОРТ)

Строители
(«Строительный
ресурс»)

**Арбитражные
управляющие**
(РОСГАУ)

Основы саморегулирования в России

Закон о рекламе: права саморегулируемой организации

Участвовать в рассмотрении антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения членами саморегулируемой организации законодательства Российской Федерации о рекламе



Разрабатывать, устанавливать и опубликовывать правила профессиональной деятельности в сфере рекламы



Осуществлять контроль за соблюдением требований закона и обязательных правил, в том числе требований профессиональной этики



Рассматривать жалобы на действия члена саморегулируемой организации



Применять в отношении членов саморегулируемой организации меры ответственности, в том числе исключение из членов саморегулируемой организации



СРО в сфере рекламы

- **1995 г.:** Присоединение России к кодексу ICC
- **1997 г.:** Разработан и подписан Свод обычаев и правил делового оборота рекламы
- **2012 г.:** **АКАР и Русбренд** разработали **Кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций**, устанавливающий этические правила для участников рекламного рынка
- **2017 г.:** **Русбренд и ФАС** подписали **Меморандум**, предусматривающий механизм рассмотрения споров в области рекламы и маркетинговых коммуникаций

Опыт Союза Пивоваров

БЕЗАЛКОГОЛЬНОЕ ПИВО

«Из рекламы должно четко следовать, что **объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво**, а не алкогольное пиво, на что указывает следующая **пиктограмма** в рекламе» (Письмо ФАС от 15.06.2016 № СП/40322/16):



ДО этого письма:

- Экспертный совет ФАС одобрил данную пиктограмму + проект сценария рекламного ролика пива «Амстел» (ноябрь 2015);
- Совет Союза российских пивоваров одобрил «**Кодекс коммерческих коммуникаций о безалкогольной продукции на основе пива**» (февраль 2016 года).

Опыт AIRM



- Ассоциация международных фармацевтических производителей (AIRM) была создана в 1994 году и представляет **более 50 международных компаний**
- В 1998 году был принят **Кодекс надлежащей практики AIRM**, предусматривающий требования к рекламе лекарств и процедуру разрешения споров
- При AIRM действует **Постоянная группа по рассмотрению споров** по рекламе
- Споры носят **конфиденциальный характер**

Крупнейшими ассоциациями **АЕВ, АИРМ, АРФП, СПФО и АКАР** в сотрудничестве с юридической фирмой **Goltsblat BLP** разработан **Аналитический Обзор практики по рекламе лекарственных средств и Проект Рекомендаций** для последующего диалога с ФАС.

Аналитический Обзор и проект Рекомендаций

BCE

наиболее авторитетные профессиональные ассоциации объединили усилия для подготовки Обзора и рекомендаций



Association
of European
Businesses



GOLTSBLAT | BLP

The Russian practice of Berwin Leighton Paisner
консультанты – авторы Обзора

>100

фармкомпаний участвовали в обсуждении
+ **АКАР и НРА**

8

юристов Гольцблат БЛП были
вовлечены в подготовку
Обзора и рекомендаций

>90 дней

велась работа над Обзором
и рекомендациями

Для подготовки Обзора было
проанализировано

>350

решений ФАС и судов
по делам о рекламе

85

решений подробно
проанализированы в Обзоре

>30 дней

Обзора и рекомендаций с
ассоциациями и
компаниями

57

страниц занимает текст
Обзора и рекомендаций

Цели подготовки Обзора и Рекомендаций

01 Унификация подходов фармацевтической индустрии к правоприменению при рекламировании лекарственных средств

02 Публикация ФАС рекомендаций по соблюдению требований законодательства о рекламе лекарственных средств

03 Постоянный диалог индустрии с ФАС

04 Потенциальное снижение внимания ФАС к рекламе лекарственных средств

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Сведения о докладчике: Елена Трусова

Партнер, Практика по разрешению споров и IP/Digital



- Адвокат, патентный поверенный
- Елена специализируется на разрешении споров и консультировании по вопросам, связанным с применением антимонопольного законодательства, рекламой, защитой интеллектуальной собственности, недвижимостью, банкротством, строительным подрядом.
- Елена обладает большим опытом по сопровождению коммерческих споров в арбитражных судах и в судах общей юрисдикции, а также опытом по ведению международных арбитражей (МКАС, SCC, LCIA). Елена регулярно представляет интересы клиентов в Федеральной антимонопольной службе России и ее территориальных органах, арбитражных судах всех инстанций, международном коммерческом арбитраже, Палате по патентным спорам. В числе клиентов Елены крупные производители косметики, автомобильные компании, производители строительных материалов, санитарных средств, крупные торговые и пищевые компании.
- На протяжении нескольких лет ведущие международные юридические справочники **The European Legal 500**, **Chambers & Partners** рекомендуют Елену Трусову как ключевого специалиста в области разрешения споров и в области интеллектуальной собственности: **«Елена Трусова, руководитель практики, является признанным экспертом в области ведения споров, касающихся интеллектуальной собственности. Клиенты особо подчеркивают ее выдающиеся ораторские способности, а также умение четко и ясно излагать сложные и запутанные аргументы»** (*Chambers Europe 2015*).
- «Клиенты восторженно отзываются о руководителе практики Елене Трусовой: **«Она - неиссякаемый источник идей, замечательный стратег и тактик. Если Елена берется за какое-то дело, то можете быть уверены, что будет сделано все возможное»** (*Chambers Global 2016*).
- Елена также входит в список Лучших Юристов России в области Судебного производства, Международного Арбитража, Арбитража и Медиации, по версии юридического сообщества, согласно исследованиям международного юридического справочника **Best Lawyers 2012 – 2017**.

Контактная информация

Елена Трусова

Тел.: +7 495 287 44 44

Email: Elena.Trusova@gbplaw.com

Комплекс «Город столиц» в ММДЦ «Москва-Сити»

Пресненская наб., д. 8, стр. 1

Москва, 123100, Россия

Тел.: +7 495 287 44 44

Факс: +7 495 287 44 45

Email: info@gbplaw.com

www.gbplaw.com