

# Андрей Кашеваров принял участие в «MIXX Russia Conference 2014»

04 декабря 2014, 14:15

2 декабря в Международном мультимедийном пресс-центре МИА «Россия Сегодня» состоялось крупнейшее мероприятие в сфере интерактивной рекламы «MIXX Russia Conference 2014». На одной площадке собрались крупнейшие рекламодатели уровня маркетинговых директоров и бренд-менеджеров, руководители рекламных агентств, эксперты и издатели, представители регуляторов и смежных рынков – все для кого важно понимание текущей ситуации, трендов и факторов, которые необходимо учитывать в своей собственной стратегии работы с рынком интерактивной рекламы.

Главным организатором конференции выступило Некоммерческое партнерство развития интерактивной рекламы IAB Russia, представительство лидирующей в мире ассоциации интерактивной рекламы «The Interactive Advertising Bureau (IAB)». Членами ассоциации IAB Russia являются крупнейшие компании: Яндекс, Rambler&Co, РБК, Google Russia, Vi, TNS, comScore, Internest, SPB TV и другие.

Открылась конференция обзором регулирования рынка с участием Андрея Кашеварова (ФАС России), Карена Казаряна (РАЭК) и Патрика Долана (IAB Global).

Комментируя свое участие в MIXX Russia Conference, Андрей Кашеваров, заместитель руководителя ФАС России отдельно выделил выступление Патрика Долана IAB Global (Нью-Йорк, США):

«Та тематика проблем, которая заявлена при обсуждении на MIXX Conference, действительно вызывает интерес. Особенно я бы обратил внимание на выступление господина Долана из IAB Global, касающееся саморегулирования рекламы, которое, на мой взгляд, имеет большую перспективу своего развития, в том числе в Российской Федерации».

Андрей Кашеваров также поделился своим видением трендов рекламной отрасли на будущее: «Мы ожидаем снижения цен на размещение рекламы — по крайней мере, на телевидении. Нас беспокоит прозрачность ценообразования. Мы в 2008 году приостановили проект, который назывался медиа-аудит. Мы сейчас ожидаем от рынка возобновления тех шагов, которые были предприняты шесть лет назад, в части создания механизмов, обеспечивающих прозрачность ценообразования. Система медиа-аудита, в том числе, позволит оценить, насколько возможно снижение цен на рекламу. В январе планируем начать обсуждение этого проекта с участниками рынка»

В этом году программа конференция охватила все главные вопросы, затрагивающие индустрию в настоящее время. Одновременно в трех разных залах проходили сессии, посвященные проблемам рынка интерактивной рекламы, стратегии его развития и механизмам:

Регулирование рынка; BIG DATA; programmatic buying; viewable impressions; реклама в электронной коммерции; будущее потребителей, их скрытые потребности; brand utility; мобильная реклама и т.д.

Своим опытом с участниками конференции, помимо ведущих российских экспертов, поделились спикеры из Бразилии, Испании, Швейцарии, Венгрии, Японии, Польши, Нидерландов, среди которых многократные обладатели Каннских Львов и других престижных мировых наград.

Конференция прошла при поддержке ведущих российских агентств и компаний - Auditorius, Engage, Adriver, Adventum, comScore, CPA Exchange, РБК, Segmento, Criteo, HubRus, Coffe Milk, Heads And Hands, MAL Agency.

Видео-интервью Андрея Кашеваров в рамках мероприятия [здесь](#).  
Стенограмма [здесь](#).