

ФАС, общественные организации и рынок продолжают выработать стандарты саморегулирования в рекламе

26 сентября 2018, 15:34

Процесс становления саморегулируемого органа интенсифицируется

"То, что сейчас планируется в саморегулировании рекламной отрасли - это полное соответствие международному опыту. В многих странах государственное регулирование и саморегулирование сосуществуют эффективно", – заявил заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров в ходе дискуссии "Саморегулирование отрасли. Создание СРО", которая продолжила деловую программу выставки РЕКЛАМА-2018.

По его словам, в таких странах количество обращений, рассмотренных СРО, зачастую превышает число рассмотренных органом госнадзора в два раза.

Андрей Кашеваров обозначил задачи, которые предстоит решить на нынешнем этапе развития саморегулирования: это рычаги понуждения участников рынка к исполнению решений СРО и вопрос разделения полномочий между СРО и госорганом.

Важной является и тема информационного взаимодействия между Федеральной антимонопольной службой, СРО и рекламным рынком.

«Необходимо учитывать меру воздействия со стороны профессионального сообщества, которое создает коллективный бренд и доверие потребителя к своей деятельности и продукции», – подчеркнул спикер.

Напомним, что инициаторами создания СРО в рекламной индустрии выступают Федеральная антимонопольная служба, Торгово-промышленная палата РФ, АКАР и другие индустриальные объединения.

Участники дискуссии проанализировали опыт синхронизации деятельности органа рекламного саморегулирования с федеральными индустриальными объединениями, ТПП РФ в Санкт-Петербурге - пилотном субъекте проекта. Эксперты представили предварительные итоги совместной работы группы индустриальных и корпоративных юристов в части подготовки предложений по поэтапной синхронизации законодательства с процессами в сфере рекламного бизнеса.