

Саморегулирование в рекламной отрасли выходит на международный уровень

16 ноября 2018, 10:10

Федеральная антимонопольная служба, Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» и Европейский Альянс по стандартам в рекламе (EASA) расширяют сотрудничество.

14 ноября 2018 года, заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров и председатель правления Ассоциации маркетинговой индустрии «Рекламный совет» Сергей Пилатов подписали соглашение о взаимодействии между Федеральной антимонопольной службой и Ассоциацией маркетинговой индустрии «Рекламный совет». Подписание соглашения прошло в рамках Национального рекламного форума 2018.

В рамках соглашения совместные усилия антимонопольного ведомства и ассоциации будут направлены на организацию взаимодействия по обмену информацией, взаимные консультации по вопросам соблюдения законодательства о рекламе, а также реализацию совместных мероприятий.

«Действительно, сегодня события, связанные с продвижением саморегулирования, для нас очень важны, - говорит Андрей Кашеваров. – Я ещё раз хотел бы выразить благодарность Лукасу Будэ, генеральному директору EASA, и Ассоциации коммуникационных агентств России, в частности Сергею Пискареву, который возглавил этот процесс под эгидой Торгово-Промышленной Палаты РФ. Переоценить значение тех действий, которые реализуются участниками рынка невероятно сложно. Тем более, для нас этот проект начинает приобретать международное звучание».

[photo_1107]

В рамках мероприятия также было подписано соглашение между председателем правления Ассоциации маркетинговой индустрии «Рекламный совет» Сергеем Пилатовым и генеральным директором Европейского Альянса по стандартам в рекламе (EASA) Лукасом Будэ. Этот документ предоставляет Ассоциации маркетинговой индустрии «Рекламный совет» статус члена-наблюдателя в EASA.

Участники мероприятия отметили, что в ближайшее время эти договоренности будут иметь определяющее значение для дальнейшего развития в рекламной отрасли и в маркетинговой отрасли в России в целом.

«Я надеюсь, что процесс реализации самоконтроля в рекламе получит не только географическое развитие, но и вовлечёт в диалог представителей различных отраслей, - говорит заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров. - Уже сегодня различные союзы и объединения в разных отраслях проявляют интерес к работе «Рекламного совета». Я думаю, что в ближайшее

время мы станем свидетелями трансформации ассоциации в Конфедерацию союзов и ассоциаций, как отраслевых, так и субъектовых. Я надеюсь, что это движение будет таким же сильным, как и в 48 странах, опыт которых мы успешно изучаем и следуем тем инновационным трендам, которые происходят во взаимодействии государства и участников рынка».

Напомним, меморандум о разработке «дорожной карты» по созданию органа рекламного саморегулирования в России был принят по итогам Всемирного коммуникационного саммита в Петербурге в 2017 году, а 14 июня 2018 года Министерство юстиции РФ утвердило создание первой саморегулируемой организации – Ассоциации маркетинговой индустрии «Рекламный совет» в Министерстве юстиции РФ. Пилотными субъектами по развитию деятельности СРО стали Санкт-Петербург и Нижний Новгород.