

Андрей Кашеваров: для нас проект в области саморегулирования рекламы очень важный

10 июня 2019, 10:30

Заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров принял участие в ежегодной конференции РАР «Будущее регионального радио», которая прошла в Сочи 6-7 июня 2019 года. В ходе мероприятия он осветил тему становления органа саморегулирования в сфере рекламы в Российской Федерации.

Начиная своё выступление, спикер напомнил о периодически возникающем желании раздробить регулирование рекламы на сегменты: «Это побудило наше ведомство проанализировать опыт разных стран. В результате чего мы выяснили, что 48 юрисдикций совместно с госрегулятором успешно развивают саморегулирование. Поэтому мы решили, что нам необходимо запустить подобный проект».

Так, 28 сентября 2017 года ФАС России, Правительство Санкт-Петербурга и Европейский альянс по рекламным стандартам (EASA) подписали меморандум о создании органа рекламного саморегулирования [1], а в апреле 2019 года Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» стала членом-наблюдателем EASA.

«Это подчёркивает тот факт, что наши усилия в области становления СРО в сфере рекламы были не напрасны, и они получили признание наших международных коллег», - подчеркнул замруководителя антимонопольного ведомства.

Кроме того, зимой 2019 года АМИ «Рекламный совет» была зарегистрирована в Минюсте как саморегулируемая организация в сфере рекламы.

Формирование саморегулируемой организации происходит по конфедеративному принципу. То есть, в её состав могут входить как ассоциации, союзы, объединения, так и индивидуальные члены – представители индустрии. Членство в СРО является добровольным и не предполагает лицензирование деятельности. В то же время предполагается, что саморегулируемая организация подпишет соглашение с ФАС России.

Говоря о функционировании СРО, Андрей Кашеваров подчеркнул, что «в отличие от союзов и ассоциаций, действующих на рекламном рынке, АМИ «Рекламный совет» будет занимать свою особенную нишу, которая в настоящее время никем не занята. Это контроль контента. То есть, в некоторой степени

тоже самое, что делает ФАС. При принятии решения по делу СРО, в случае, если компания добровольно устранит нарушения, она не будет подвергаться никаким административным санкциям. Если же нарушение не будет добровольно устранено, в ход пойдет весь перечень инструментов, которым обладает организация, включая составление протокола в ФАС».

Также заместитель руководителя ФАС отметил, что решения, принятые СРО, не будут пересматриваться ФАС. Оспорить решение саморегулируемой организации можно будет только в судебном порядке, по аналогии с решениями антимонопольной службы.

«Вся практика применения и единообразия будет формироваться в судебных органах. Это будет точкой схождения, чтобы все решения ФАС и СРО принимались единообразно», - подчеркнул А. Кашеваров.

Рассказывая о дальнейшем развитии СРО в России, спикер отметил, что АМИ «Рекламный совет» уже начала свою работу. Также он упомянул о том, что готовятся поправки в Закон о рекламе.

«Они готовятся на площадке Объединения Корпоративных Юристов России и сейчас обсуждаются индустрией», - добавил Андрей Кашеваров.

[1] Меморандум «О разработке «дорожной карты» по созданию и организации деятельности органа рекламного саморегулирования в России и утверждению пилотного субъекта по развитию деятельности СРО»