

# Подписано Обязательство по самоограничению рекламы продуктов питания

13 ноября 2012, 16:25

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) Андрей Кашеваров 12 ноября 2012 года принял участие в церемонии подписания руководителями компаний – лидеров российского рынка продуктов питания, новой редакции Обязательства по самоограничению рекламы продуктов питания, направленной на детей.

Предыдущая редакция документа была подписана в 2009 году под эгидой Ассоциации рекламодателей. Компании обязались воздерживаться от рекламы пищевых продуктов и напитков (за исключением продукции отвечающей специализированным критериям в области питания) для детской аудитории младше 12 лет, при этом под детской понималась аудитория, в составе которой дети составляют не менее 50%.

В качестве очередного шага по развитию саморегулирования, компании взяли на себя Обязательство, более строго определяющее процент участия детской аудитории – в новой редакции это аудитория СМИ, в составе которой доля детей младше 12 лет составляет более 35%. Кроме того, компании приняли Обязательство распространить это требование не только на сетевые СМИ, но также и на собственные сайты компаний.

Обязательство вступает в силу с 1 января 2013 года.

«Принятие на себя ограничений при распространении рекламы тех или иных товаров, а также планомерное соблюдение таких ограничений является закономерным развитием саморегулирования в различных сферах деятельности, в том числе в рекламе. Мы всегда приветствовали и будем приветствовать создание эффективных институтов саморегулирования в рекламе», – заявил Андрей Кашеваров на церемонии подписания Обязательства.