



КООРДИНАЦИОННЫЙ
СОВЕТ ПО РЕКЛАМЕ

Информационный бюллетень

Уникальная информация о рекламной индустрии стран бывшего СССР.

Информация о деятельности Координационного совета по рекламе при Межгосударственном совете по антимонопольной политике и его членах, а также уникальная подборка новостей из стран бывшего СССР в сфере маркетинга и рекламы, соответствующих законодательных инициативах, государственного регулирования рекламной деятельности.

Ноябрь - декабрь 2021

Содержание

ВАЖНО!

Международная Ассамблея индустрии рекламы и коммуникаций (в прошлом - Международная рекламная комиссия), распространила свой первый пресс-релиз

НОВОСТИ РЕКЛАМНЫХ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

- Всеукраинская рекламная коалиция (ВРК)

- Ассоциация коммуникационных и маркетинговых агентств (АКМА)
- Ассоциация рекламных организаций (АРО)
- Центрально-Азиатская рекламная ассоциация (ЦАРА).
- Рекламный рынок России в ноябре.

РЕКЛАМНАЯ ЖИЗНЬ В СТРАНАХ БЫВШЕГО СССР

ПРОЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

ПРАВИЛА И ПРАКТИКА РАЗМЕЩЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В ГОРОДАХ

СОБЫТИЯ. МЕРОПРИЯТИЯ. КОНКУРСЫ

ЗАКОНОТВОРЧЕСТВО В СТРАНАХ БЫВШЕГО СССР

ПРАВОПРИМЕНЕНИЕ В СТРАНАХ БЫВШЕГО СССР

ПРОЕКТ «ОТКРЫТАЯ ВОЛГА»: ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА, МАРКЕТИНГ, БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ, РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

ПРОЕКТ «РЕКЛАМНАЯ БЕЛОЧКА»

ВАЖНО!



Международная Ассамблея индустрии рекламы и коммуникаций (в прошлом- Международная рекламная комиссия), распространила свой первый пресс-релиз

**Объединение ради развития.
Новый этап Международной рекламной комиссии.**

В октябре 2021 года на online заседании Международной рекламной комиссии (МРК) полномочные представители международных рекламных ассоциаций Азербайджана, Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Молдовы, России и Узбекистана договорились о реорганизации (ребрендинге) МРК в Международную Ассамблею Индустрии Рекламы и Коммуникаций (МАИРК) - International Assembly of Advertising and Communication Industry (IAACI). Данное решение принято в связи с необходимостью расширения спектра деятельности комиссии, привлечения новых участников, придания ей более высокого статуса в международном рекламном пространстве. Члены МАИРК наметили конкретные пути повышения эффективности работы реорганизованного объединения. Международная Ассамблея Индустрии Рекламы и Коммуникаций (МАИРК) станет правопреемником МРК в Координационном совете по рекламе при Межгосударственном совете по антимонопольной политике стран – участниц СНГ (КСР при МСАП), продолжив содействовать деятельности по синхронизации законодательной базы и правоприменительной практики в сфере рекламы, либерализации рекламных законодательств и развития саморегулирования в странах Содружества. Обновлённая структура выйдет за границы стран СНГ. К сотрудничеству приглашаются представители Китая, Индии, Турции и т.д. По решению участников Ассамблеи, МАИРК должна стать международным общественным экспертным совещательно-консультативным органом. Ассамблея объединит не только общественные и профессиональные ассоциации в сфере индустрии маркетинга, рекламы и коммуникаций, но также дирекции рекламных фестивалей, конкурсов, профессиональные СМИ, образовательные учреждения, известных специалистов в сфере маркетинга и рекламы в качестве экспертов (для них предусмотрено индивидуальное членство). На данном этапе Ассамблея осуществляет свою деятельность в online формате. В целях обеспечения равных прав участников Ассамблеи председательство в МАИРК будет переходящим. Рекламисты неоднократно обсуждали вопрос о необходимости расширения площадки профессионального общения за пределы СНГ. Сегодня мировой рынок переживает период динамичных реформ. Для того, чтобы глубоко понимать и эффективно реагировать на эти изменения и вызовы, рекламным сообществам необходим регулярный обмен мнениями, опытом, знаниями. Участники online заседания МРК определили миссию Международной Ассамблеи Индустрии Рекламы и Коммуникаций как «Объединение ради развития». Обозначили основные цели деятельности МАИРК:

- создание online площадки для общения профессионалов
- установление прямых дружественных, а главное деловых связей между членами МАИРК
- содействие по созданию единых стандартов, методик исследования рынков
- подготовка рекомендаций по проведению скоординированной политики в области регулирования рекламной деятельности
- развитие саморегулирования рекламной деятельности на территории стран-участниц Ассамблеи
- координация и поддержка образовательных программ
- создание электронных ресурсов для развития бизнес партнёрства между членами Ассамблеи
- создание банка данных профессиональных объединений стран по видам деятельности
- создание инвестиционного банк данных в сфере маркетинга и рекламы.

Члены Ассамблеи убеждены, что открытое и регулярное общение будет способствовать решению национальных и международных профессиональных вопросов, определит пути дальнейшего развития МАИРК. Международная Ассамблея Индустрии Рекламы и Коммуникаций (МАИРК) приглашает профессиональные сообщества к сотрудничеству и объединению.

Контактное лицо: Манкевич Валерий – vm@gratt.ru , +7 (921) 9399046

НОВОСТИ РЕКЛАМНЫХ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

ОБ'ЄМИ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ 2021
І ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ РИНКУ 2022



ВРК оценила объёмы рекламно-коммуникационного рынка Украины 2021 и сделала прогноз на 2022 год

УКРАИНА. Всеукраинская рекламная коалиция (ВРК) традиционно в конце года вместе с профильными индустриальными ассоциациями и крупнейшими игроками рекламно-коммуникационного рынка проводит исследования объёмов рынка текущего года и делает свои первые прогнозы развития рынка в следующем году.

[Читать далее](#)



Денис Мартынов на Unpacking Ads

УКРАИНА. Интервью с Денисом Мартыновым, совладельцем коммуникационного агентства Vertigo, – в новом выпуске YouTube-канала Всеукраинской рекламной коалиции (ВРК) Unpacking Ads. Денис рассказал о трансформации в агентстве Vertigo, о запуске агентства Influence со специализацией в influencer marketing, о своём отношении к рекламным фестивалям и как повлияло на его агентство получение трёх наград Effie Awards Ukraine 2020, а также о многом другом.

[Читать далее](#)



Пришедших 15 декабря в киевский Mercure Congress Centre ждёт эксклюзивный контент

УКРАИНА. 15 декабря состоится церемония награждения победителей Effie Awards Ukraine 2021 и конференция Best Marketing Practices. Ведущим организатором мероприятий выступает Всеукраинская рекламная коалиция (ВРК). Регистрация открыта по 10 декабря. Церемония и конференция пройдут в Киеве в Mercure Congress Centre с соблюдением всех карантинных ограничений и норм по организации массовых мероприятий.

[Читать далее](#)



АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ И
МАРКЕТИНГОВЫХ
АГЕНТСТВ
БЕЛАРУСИ

Премия, которая помогает сделать маркетинг лучше и эффективнее

БЕЛАРУСЬ. В Минске стали известны победители Effie Awards Belarus 2021 – престижной премии в области эффективности маркетинга. С 1968 года премия Effie Awards проводится более чем в 50 странах и на глобальном уровне. Она поощряет идеи, которые реально работают, доказывая эффективность маркетинговых коммуникаций для развития бизнеса. Effie Awards Belarus призвана ежегодно определять и награждать наиболее эффективные усилия в маркетинговых коммуникациях, реализованные на белорусском рынке. По итогам Effie Awards Belarus 2021 появится локальный рейтинг эффективности, баллы которого суммируются в Effie Global, что позволяет брендам и агентствам усилить свои позиции на мировом уровне. Организатором Effie Awards Belarus выступает Ассоциация коммуникационных и маркетинговых агентств (АКМА), генеральный партнёр премии – международная платежная система Mastercard.

[Читать далее](#)

В Беларуси определили наиболее профессиональных участников рынка

БЕЛАРУСЬ. Объявлены рейтинги эффективности брендов и агентств по итогам 2021 года. Ежегодно по всему миру [Effie Worldwide](#) называет наиболее эффективные бренды и агентства на глобальном и региональном уровнях, публикуя [Effie Index](#) – «золотой» рейтинг эффективности маркетинга. Премия Effie Awards проходит с 1968 года более чем в 55 странах и на глобальном уровне. Право проведения Effie Awards в Беларуси получила [Ассоциация коммуникация и маркетинговых агентств](#) (АКМА) в 2019 году. Алёна Устинович, председатель правления АКМА, отмечает:

«Локальный рейтинг эффективности брендов и агентств – 2021 позволяет определить наиболее профессиональных участников рынка. Места в рейтинге распределяются в соответствии с количеством баллов, набранных во время борьбы номинантов премии за призовые места, а баллы, полученные за награды Effie Awards Belarus, учитываются на глобальном уровне и суммируются в мировой рейтинг эффективности [Effie Index](#), который будет объявлен в начале 2022 года».

[Читать далее](#)



АРО спрашивает, МАРТ отвечает

БЕЛАРУСЬ. В связи с изменениями в белорусском рекламном законодательстве у многих участников рынка рекламы и маркетинговых коммуникаций возникли вопросы, которые требовали разъяснений со стороны госорганов. Ассоциация рекламных организаций (АРО) сформулировала три основных, на которые и получила ответы из министерства антимонопольного регулирования и торговли (МАРТ) за подписью заместителя министра Оксаны Константинович.

[Читать далее](#)



Главная тема – трансформация рекламной медиаиндустрии

КАЗАХСТАН. В Алматы проходит региональный рекламный форум RAF-2021, организованный Центрально-Азиатской рекламной ассоциацией (ЦАРА). В этом году RAF-2021 посвящён теме трансформации рекламной медиаиндустрии, которая коснётся всех её игроков, поскольку мир меняется, а с ним меняется и потребление, бизнес-модели и подходы к маркетинговым и рекламным коммуникациям. Форум открыл председатель совета ЦАРА Дмитрий Маров:

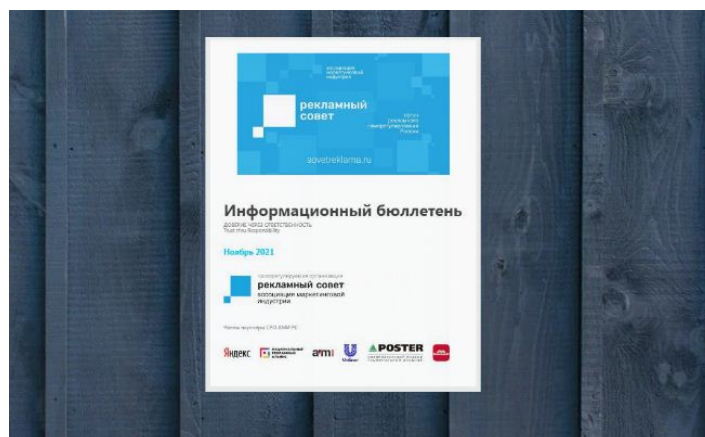
«Я приветствую всех участников II регионального рекламного форума и первого в новых постковидных и ковидных условиях. Действительно, трансформация медиaprостранства вокруг нас ускорилась, а материалов и новостей стало так много, что в один день наши дискуссии не вместились и в этом году мы проводим форум в течение двух дней».

[Читать далее](#)

На конференции договорились, что казахстанскому рынку необходим свой рейтинг и контент на родном языке

КАЗАХСТАН. В Алматы завершился двухдневный региональный рекламный форум RAF-2021, организованный Центрально-Азиатской рекламной ассоциацией (ЦАРА). Во второй день докладами на тему: «Трансформация маркетинговых коммуникаций на реальных примерах» выступил генеральный директор TAG Media Мерует Есмуратова и руководитель Media Insider Виталий Бейлер. По словам Мерует Есмуратовой, на фоне растущего дефицита внимания к рекламе меняется модель подачи контента. Сейчас популярность набирает ситуативный маркетинг, сторителлинг и вирусные проекты. Она отметила, что благодаря цифровым возможностям бренды имеют возможность получить хороший органический охват. Виталий Бейлер рассказал, что промо делится на два направления: ценовые и неценовые. На сегодняшний день ценовые изживают себя, а неценовые промо успешно развиваются.

[Читать далее](#)



Информационный бюллетень СРО: поздравления, новости

РОССИЯ. Последний в этом году ежемесячный информационный бюллетень саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС») отправлен подписчикам, членам и партнёрам ассоциации. В бюллетене собрана информация о событиях в жизни СРО, а также ассоциаций и компаний, входящих в её состав, происшедших в ноябре.

[Читать далее](#)

РЕКЛАМНАЯ ЖИЗНЬ В СТРАНАХ БЫВШЕГО СССР



Borjomi «оживляет» легендарного оленя

ГРУЗИЯ. Borjomi – бренд легендарной минеральной воды, содержащей ювенильные воды, – в преддверии грядущих новогодних праздников запускает новую рекламную кампанию под слоганом «Оживи себя с Borjomi». Минеральная вода Borjomi, добытая из источников в горах Грузии, – неотъемлемая часть новогоднего стола и идеальный спутник

для тех, кто хочет восстановить силы, насладиться природным вкусом и быть в тонусе, особенно в период праздничной суеты. Кампания была снята в Грузии и является продолжением креативной стратегии, в рамках которой бренд создаёт неожиданные и уникальные моменты в самых разных точках. Предлагая современный взгляд на грузинские традиции и возрождая легендарного оленя, новогодняя рекламная кампания отдаёт дань уважения природе Грузии, её наследию и новому поколению творческих молодых людей.

[Читать далее](#)



Кот Степан – звезда Сети

УКРАИНА. Итальянский модный дом Valentino купил рекламу... у 13-летнего кота Степана. Питомец, который проживает в Харькове, показался рядом с сумкой за 4 тысячи евро. Кот Степан – настоящая знаменитость, один из его роликов в «ТикТоке» собрал более 3 млн лайков. На большинстве видео кот сидит на стуле и задумчиво смотрит на стоящие перед ним разные вкусности – из-за этого его называют символом грустных вечеринок. Впрочем, на самом деле, как рассказала хозяйка, Степан не грустит – он просто засыпает...Кот стал особенно популярен в Сети после того, как американская певица Бритни Спирс опубликовала снимок, где животное позирует с бокалом вина. Владелица кота Анна отметила, что Степана показывали Discovery, американский MTV приобрёл права на один из роликов, а теперь и бренд Valentino заказал рекламу.

[Читать далее](#)

RENAISSANCE
advertising company

В Азербайджане объединились две крупные рекламные компании

АЗЕРБАЙДЖАН. Две ведущие рекламные компании, которые много лет работают в сфере наружной рекламы на внутреннем рынке, объединились. Таким образом Renessans Reklam VE Istehsal KO MMC и RMM QRUP MMC продолжают работать совместно под новым брендом – Renaissance Advertising Company MMC.

Читать далее



Где Канада, а где – Казахстан... А логотип один!

КАЗАХСТАН - КАНАДА. Политическую партию канадской провинции Квебек Parti québécois обвинили в почти полном копировании логотипа казахстанской консалтинговой компании. После того как квебекская партия презентовала свой новый логотип, некоторые заметили, что он очень сильно похож на логотип компании KazContract в Казахстане. У этой казахстанской компании логотип также стилизован буквой Q с отличительной особенностью в виде традиционного казахского орнамента – кошкар муйз (бараний рог). Разницу визуально можно отличить лишь по цвету: у партийцев он выполнен в чёрном цвете, у казахстанской компании – в зелёно-голубых оттенках. На схожесть указал и художник-график Винсент Бодри, на своей странице в Twitter написав, что логотипы идентичны в своих деталях настолько, что не может быть совпадением.

Читать далее



Garagum из Ашхабада

ТУРКМЕНИСТАН. Дизайн-студия Belli Creative из столицы Туркменистана Ашхабада разработала новый шрифт под названием Garagum. Его продажей на собственной платформе Myfonts занялась компания Monotype. Шрифт включает 138 глифов, 13 альтернативных букв, ряд технических характеристик лигатур. На создание шрифта у сотрудников Belli Creative ушло около четырёх месяцев. Подробно [ознакомиться со спецификациями шрифта можно на Myfonts](#). Компания Monotype была основана в 1887 году, наибольшую известность ей принесли шрифты Times New Roman и Arial. Крупнейшая

в мире платформа по шрифтам Myfonts действует с 2000 года и включает примерно 60 тысяч шрифтов.

[Читать далее](#)

Плюрализм мнений на молдавских каналах обеспечит новый состав СТР

МОЛДОВА. Парламент республики отправил в отставку всех членов Совета телерадио (СТР), признав их работу неудовлетворительной, и объявил конкурс на должность новых членов СТР. Парламентское большинство посчитало, что СТР не смог обеспечить на молдавских телеканалах и радиостанциях беспристрастную подачу информации и плюрализм мнений. Оппозиция с этим не согласна. Членов СТР отправили в отставку на основании поправок в Кодекс об аудиовизуальных медиауслугах, которые недавно внесли по инициативе PAS. Согласно этим поправкам, если парламент отклоняет годовой отчёт Совета телерадио, то все члены СТР уходят в отставку. Поправки также предполагают сокращение числа членов СТР с девяти до семи: трёх из них будут назначать по предложению парламента, по одному – по предложению президента и правительства и двоих – по предложению гражданского общества и общественных организацией в области медиа.

[Читать далее](#)

Госканалы призвали зарабатывать на рекламе

УЗБЕКИСТАН. Государственные телеканалы Yoshlar (молодёжный), Navo (музыкальный) и Kinoteatr Национальной телерадиокомпании Узбекистана станут зарабатывать на рекламе. Это предусмотрено постановлением президента страны Шавката Мирзиёева. В документе подчёркивается, что эти каналы должны уделить внимание подготовке программ, «направленных на соблюдение общепризнанных нравственных норм, сохранение национальных традиций и обычаев, исторического и духовного наследия, формирование в сознании граждан демократических ценностей, воспитание молодого поколения в духе патриотизма, любви к Родине и уважения общечеловеческих ценностей».

[Читать далее](#)

Западные бренды продолжают рекламироваться на белорусских госканалах

БЕЛАРУСЬ. Наибольшее число рекламных роликов, показанных на государственных телеканалах, принадлежит компаниям Mars, Procter and Gamble, Henkel. Немецкие исследователи из организации Libereco опубликовали отчёт о мониторинге рекламы на государственных телеканалах «Беларусь 1», ОНТ и СТБ. Мониторинг проводился с 15 по 21 ноября ежедневно с 19:00 до 22:00. В результате было подсчитано, что из всех рекламных роликов на госканалах 58% принадлежит западным брендам.

[Читать далее](#)

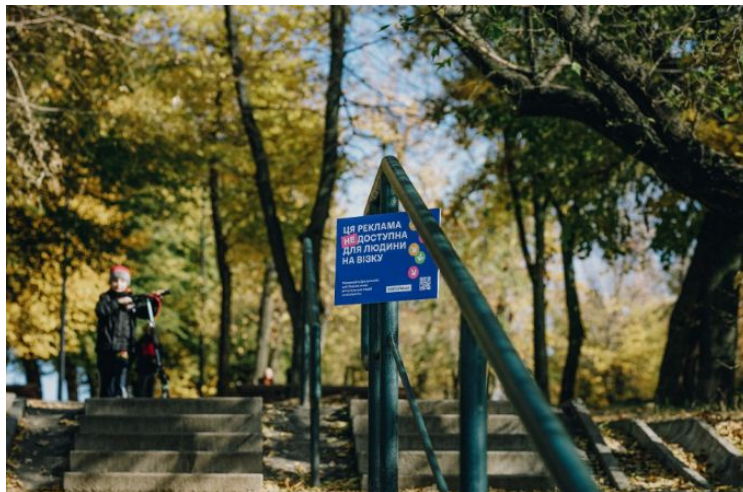
Вслед за большим «Сбером» меняются и дочерние банки

БЕЛАРУСЬ/КАЗАХСТАН. Российский «Сбер» запустил ребрендинг в дочерних банках в Казахстане и Беларуси. Процесс будет проходить поэтапно и в первую очередь затронет цифровые каналы.

«Вслед за большим «Сбером» меняются и дочерние банки. И мы готовы предоставить клиентам за рубежом новые полезные и яркие сервисы», – прокомментировал старший вице-президент, руководитель блока Sberbank International Тимур Козинцев. Дочерние банки уже презентовали обновлённый дизайн бренда и новый логотип, аналогичный символике «Сбера» в России.

[Читать далее](#)

ПРОЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ



В Украине появилась первая недоступная реклама

УКРАИНА. В туристических локациях крупнейших городов страны появились временные рекламные носители со слоганом «Эта реклама недоступна для человека на коляске». Кампания поднимает вопрос инклюзивности и имеет целью привлечь внимание широких масс к этой проблеме. Недоступная реклама была создана коммуникационным агентством Gres Todorchuk для проекта [Доступно.UA](#) – инициативы, которая более шести лет развенчивает мифы о людях с инвалидностью и распространяет тренд доступности. Недоступная реклама временно размещена в местах, куда людям на колясках трудно добраться из-за отсутствия пандусов и других особенностей городской инфраструктуры. Среди таких локаций – Замковая гора во Львове, дорога в Национальный университет имени Каразина в Харькове, Арка дружбы народов и Парк славы в Киеве.

[Читать далее](#)

ПРАВИЛА И ПРАКТИКА РАЗМЕЩЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В ГОРОДАХ

Реклама школы ковроткачества «облюбовала» караван-сарай Сайфиддина

УЗБЕКИСТАН. Агентство по защите прав потребителей при Антимонопольном комитете Республики Узбекистан исследовало 386 объектов материально-культурного наследия по всей стране. В результате было выявлено около 30 случаев самовольного развешивания рекламных объявлений на исторических объектах. Памятники археологического искусства, мечети и медресе, культурные и исторические здания – это уникальные и древние артефакты, национальное достояние и гордость всей страны. Согласно статье 20 закона РУз «О рекламе» запрещается размещение наружной рекламы на объектах материального культурного наследия. Эта норма закреплена с целью сохранения исторических памятников, которые берегли из поколения в поколение на протяжении веков.

[Читать далее](#)

В Киеве демонтируют в среднем по 100 рекламных конструкций и вывесок в день

УКРАИНА. В текущем году в украинской столице демонтировали более 23 тысяч конструкций, в том числе рекламных, которые не соответствовали Правилам размещения наружной рекламы и вывесок. Как отметил заместитель председателя Киевской городской государственной администрации Валентин Мондриевский, киевляне и гости столицы должны видеть город, его архитектуру, а не скопление рекламы на домах.

«Мы разработали простые и понятные правила размещения рекламы и уже четвёртый год активно их внедряем, о чём и свидетельствуют цифры. Для сравнения: за неполный 2021 год ежедневно демонтируется 102 конструкции, в то время как в 2020 году таких демонстраций было 90 в день, а в 2017 году – всего 35 конструкций в день», – заявил Валентин Мондриевский.

[Читать далее](#)

СОБЫТИЯ, МЕРОПРИЯТИЯ, КОНКУРСЫ



Лауреаты получили сертификаты на авиаперелёт

КАЗАХСТАН. В Алматы в Доме приёмов в рамках II Регионального рекламного форума RAF-2021 были вручены премии Tribune. На торжественной церемонии были названы имена победителей по следующим номинациям: «Лучшее интервью», «Лучший спецпроект», «Лучшая статья» и «Лучшая локальная новость».

[Читать далее](#)



Потребители присудили премии

БЕЛАРУСЬ. Состоялась торжественная церемония награждения победителей премии потребительского признания «Народная марка». Анкеты для голосования были опубликованы в белорусских средствах массовой информации и не предполагали подсказок в виде вариантов ответа – в каждой из номинаций потребители самостоятельно указывали название только одного, лучшего на свой взгляд, бренда или производителя, продукции которого они доверяют, предпочитают и готовы рекомендовать. В премии «Народная марка» отсутствует профессиональное жюри – за ходом проведения и подведения итогов следил наблюдательный совет. Присуждение премии «Народная марка» уже стало традицией, отмечающей завершение года и дающей старт нового сезона для предприятий престижными наградами, являющимися доказательством успешной работы на рынке – символом народной любви и признания.

[Читать далее](#)



Глава Buzzfactory: «Надо продавать там, где есть люди, а люди сейчас в соцсетях»

КАЗАХСТАН. В Алматы состоялась презентация открытия офиса международного агентства Buzzfactory. На казахстанский рынок агентство вышло в сотрудничестве с ADV Group Kazakhstan. Buzzfactory – это команда экспертов в области маркетинга влияния и управления репутацией. Агентство базируется на трёх направлениях: косметика, алкоголь и FMCG. Сеть насчитывает более 6 000 российских влиятельных лиц премиум-класса с общим охватом более 50 млн человек в социальных сетях.

[Читать далее](#)



Регулирование интернета в Казахстане сегодня и в перспективе

КАЗАХСТАН. В Нур-Султане в течение двух дней прошёл XII Центральноазиатский форум «Развитие интернет-сферы в Центральной Азии InternetCA-2021» на тему: «Регулирование интернета». Организаторами выступили Международный центр журналистики MediaNet при поддержке Фонда имени Конрада Аденауэра и Офиса программ ОБСЕ. Участники форума обсудили следующие темы: блокировка онлайн-ресурсов и свобода слова; законодательная инициатива о защите детей от кибербуллинга в РК; роль государства и международные практики регулирования глобальной сети; возможности саморегулирования; национальные законодательные практики стран Центральной Азии по регулированию интернета.

[Читать далее](#)

Азартные игры останутся без рекламы

МОЛДОВА. Запрет на рекламу азартных игр вступит в силу с 1 января 2022 года. Об этом сообщил глава парламентской комиссии по экономике, бюджету и финансам, депутат от партии «Действие и солидарность» (PAS) Думитру Алайба во время принятия законопроекта к утверждению во втором чтении. По словам Думитру Алайбы, отсрочка вступления в силу запрета на рекламу связана с просьбой игроков медиарынка, объяснивших это наличием у них действующих до конца 2021 года договоров на рекламу. Депутат также отметил, что ко второму чтению поступило много технических поправок. Тем не менее, депутаты законопроект приняли в последнем чтении практически без обсуждения.

[Читать далее](#)

Грузия останется без казино?

ГРУЗИЯ. Премьер страны Ираклий Гарибашвили на заседании правительства заявил о необходимости запретить онлайн-казино в Грузии. *«Думаем на первом этапе повысить налоговые выплаты, запретить рекламу и поднять возрастной барьер играющих до 25 лет. А на втором этапе – онлайн-казино будут вообще запрещены»*, – сказал Ираклий Гарибашвили.

Премьер подчеркнул, что в результате работы онлайн-казино Грузия уже потеряла 1,5 млрд лари (по сегодняшнему курсу 1 лари равен 23,73 российского рубля. – **Прим. ред.**), потому что большинство этих компаний являются зарубежными.

«Наша молодёжь каждый день играет в онлайн-казино и проигрывает деньги, и эта сумма составляет 1,5 миллиарда. По данному вопросу я побеседовал с экономической командой. На первом этапе министерство финансов представит законодательную инициативу, которая предусматривает рост налоговых выплат для владельцев онлайн-казино. Большинство из них сегодня – это иностранные компании. И к сожалению, деньги наших граждан утекают за рубеж», – отметил Ираклий Гарибашвили.

[Читать далее](#)

На русском – только по необходимости

КАЗАХСТАН. 2 декабря под председательством спикера Сената Маулена Ашимбаева сенаторы рассмотрели законопроект «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам визуальной информации и религиозной деятельности». Законопроект предполагает обязательное размещение визуальной информации, в том числе рекламы, объявлений и меню на государственном языке, а при необходимости также и на русском или других языках.

«Рассмотренный законопроект конкретизирует требования к изложению визуальной информации для обеспечения её доступности. Это касается сферы транспорта и торговли, маркировки лекарств и медицинских изделий, оказания почтовых услуг. Наряду с этим устанавливаются требования к изложению исторически сложившихся»

наименований административно-территориальных единиц», – отметил Маулен Ашимбаев.

[Читать далее](#)

Депутаты отменили обязательное использование в рекламе русского языка

КАЗАХСТАН. Депутаты Мажилиса (нижняя палата) парламента страны на пленарном заседании 8 декабря согласились с изменениями и дополнениями депутатов Сената (верхняя палата) в проект законодательных поправок по вопросам визуальной информации, которыми закрепляется необходимость использования казахского языка в рекламе и вывесках. Таким образом документ считается принятым парламентом и направляется на подпись главе государства. Ранее депутат Мажилиса Берик Абдыгалиулы сообщал, что в законопроект внесены нормы, направленные на изложение традиционных исторически-сложившихся казахских названий административно-территориальных единиц, населённых пунктов, а также других географических объектов, бланков и вывесок на государственном (казахском) языке. И только при необходимости – на русском и других языках

[Читать далее](#)

ПРАВОПРИМЕНЕНИЕ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ



А про село забыли...

КЫРГЫЗСТАН. Государственное агентство антимонопольного регулирования КР в ходе мониторинга рекламы, распространяемой в интернете в зоне kg, установило факт распространения [на официальном сайте](#) ОАО «Оптима банк» рекламы с изображением искажённой карты Кыргызстана.

[Читать далее](#)

Штрафы – в пользу госбюджета

УКРАИНА. В Сумах оштрафованы два магазина за неправильную рекламу алкоголя. В судебном порядке была доказана законность применения штрафных санкций в суммарном размере 11,86 тысячи гривен за размещение незаконной рекламы (по сегодняшнему курсу 1 гривна равна 2,70 российского рубля. – **Прим. ред.**) Согласно части 1 статьи 26 закона Украины «О рекламе» контроль за соблюдением рекламного

законодательства осуществляет в пределах своих полномочий центральный орган исполнительной власти, реализующий государственную политику в сфере государственного контроля за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, а именно Госпродпотребслужба и её территориальные органы.

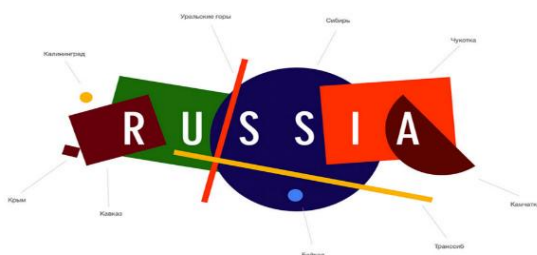
[Читать далее](#)

Сколько стоила некорректная реклама

КЫРГЫЗСТАН. В 2021 году Государственное агентство антимонопольного регулирования при министерстве экономики и финансов Кыргызской Республики наложило на бизнес за нарушение закона «О рекламе» штрафов на 917,5 тысячи сомов (по сегодняшнему курсу 1 сом равен 0,87 российского рубля. – **Прим. ред.**) Больше всего предпринимателям пришлось заплатить за указание в рекламе стоимости за товар и услугу в долларах США вопреки требованиям закона о том, что все суммы должны быть переведены в национальную валюту. Чаще всего этим требованием пренебрегают строительные компании. Также на 64 тысячи сомов компании были оштрафованы за некорректно указанные контуры карты Кыргызстана, использованной в рекламе.

[Читать далее](#)

ПРОЕКТ «ОТКРЫТАЯ ВОЛГА»: МАРКЕТИНГ, БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ, ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА



Russian Creative Awards 2021: турбренд России претендует на победу в номинации «Коллаборация года»

РОССИЯ. Разработанный Ассоциацией брендинговых компаний России туристический бренд России вошёл в шорт-лист Russian Creative Awards 2021. Национальная премия в области креативных индустрий Russian Creative Awards проводится впервые. Её организаторами стали дирекция «Российской креативной недели» и АНО «Креативная экономика» при поддержке Президентского фонда культурных инициатив. Туристический бренд России, разработанный АБКР, претендует на победу в номинации «Коллаборация года». Всероссийский конкурс «Туристический бренд России», организованный Ростуризмом при поддержке Министерства культуры РФ и АБКР, стартовал в конце лета

2017 года (его ход подробно освещал «Рекламный совет», публикации можно найти в разделе «Проект «Открытая Волга», см. [здесь](#)). Профессионалы индустрии брендинга объединились в команды, включавшие всех необходимых для решения таких масштабных задач специалистов: аналитиков, стратегов, арт-директоров, дизайнеров, менеджеров проектов.

[Читать далее](#)

ПРОЕКТ: НАРОДНЫЙ КОНКУРС "РЕКЛАМНАЯ БЕЛОЧКА"



Белорусский бренд косметики разместил пост с накрашенным парнем

БЕЛАРУСЬ. Неприятие альтернативного образа в обществе является безусловной проблемой. Особенно, если с образами экспериментируют мужчины. Пока западные компании вводят в ряды своих амбассадоров-трансгендеров, на постсоветском пространстве пользователи соцсетей всё ещё ратуют за консервативную подачу. В этом на собственном опыте убедился белорусский бренд косметики Lux Visage Cosmetics, разместив 22 ноября в своём Instagram-аккаунте видео с парнем-визажистом. Особенность рекламы состояла в том, что Рустем, специалист из Краснодара, продемонстрировал один из продуктов бренда, будучи накрашенным. За считанные часы ролик набрал более тысячи комментариев. Многие из них – негативные. Пользователи соцсетей успели обвинить бренд в «гей-пропаганде» и сообщить о том, что отписываются или перестанут покупать косметику компании.

[Читать далее](#)

Полезные ссылки

[Календарь мероприятий на 2021](#)

[Все материалы по изучению международного опыта рекламного саморегулирования](#)

[Информация о деятельности АМИ «Рекламный Совет»](#)

[Информация о деятельности Координационного совета по рекламе при Межгосударственном совете по антимонопольной политике](#)

[Новости о развитии туризма](#)

Мы в социальных сетях

 [Страница АМИ «Рекламный Совет»](#)

 [Страница СИ «Рекламный совет»](#)

 [Группа КС по рекламе](#)

 [Реклама в СНГ. КСР МСАП](#)

 [Группа «Рекламная Белочка»](#)

 [Группа «Рекламная Белочка»](#)

Обзор подготовлен по материалам официального сетевого информационного издания Координационного совета по рекламе при МСАП СИИ «Рекламный совет»

Новости и информацию направляйте по адресу: info@sovetreklama.org

По вопросам партнёрства и сотрудничества: info@sovetreklama.ru

Телефон: 8-800-201-50-52

ВСЕМ ЗДОРОВЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ!