



**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.

**Декабрь 2021 - Январь 2022**

## Содержание

### **ВАЖНО!**

Ассамблея делает первые шаги. И весьма уверенно

### **НОВОСТИ РЕКЛАМНЫХ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ**

- Всеукраинская рекламная коалиция (ВРК)
- IAB Украина

- Ассоциация коммуникационных и маркетинговых агентств Беларуси (АКМА)
- Центрально-Азиатская рекламная ассоциация (ЦАРА).
- Рекламный рынок России в декабре.

## **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!**



## **Ассамблея делает первые шаги. И весьма уверенно**

### **Объединение ради развития.**

Состоялось очередное онлайн-заседание учредителей Международной ассамблеи индустрии рекламы и коммуникаций (МАИРК). Напомним, в октябре уходящего года на онлайн-заседании Международной рекламной комиссии (МРК) полномочные представители международных рекламных ассоциаций Азербайджана, Армении, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Молдовы, России и Узбекистана договорились о реорганизации МРК в МАИРК. Такое решение было принято в связи с необходимостью

расширения спектра деятельности комиссии, привлечения новых участников, придания ей более высокого статуса в международном рекламном пространстве. При этом 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.

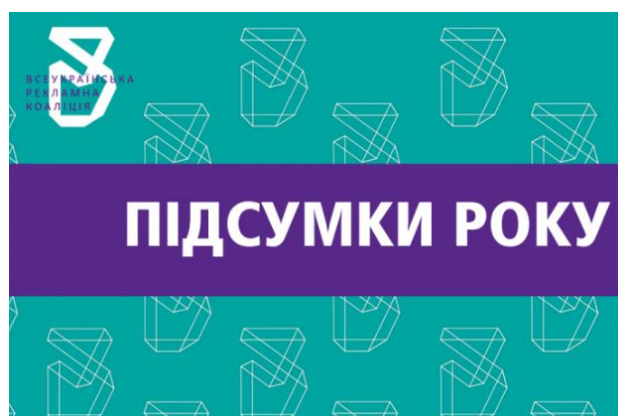
Предполагается, что обновлённая структура выйдет за границы стран СНГ. Так, к сотрудничеству приглашаются представители Китая, Индии, Турции и ряда других стран. По задумке учредителей, ассамблея должна стать международным общественным экспертным совещательно-консультативным органом. Она объединит не 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).

Миссия и девиз ассамблеи – «Объединение ради развития».

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

[Читать далее](#)

## НОВОСТИ РЕКЛАМНЫХ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ



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

**УКРАИНА.** Всеукраинская рекламная коалиция (ВРК) традиционно представляет итоги рекламно-коммуникационного рынка страны за текущий год. Это сводимые в одном документе основные события, объёмы, рейтинги, проекты и другие результаты. На сайте ВРК отмечается, что «несмотря на все вызовы 2021 года, нам удалось организовать все запланированные на этот год мероприятия в новых форматах и с новыми партнёрами, при поддержке постоянных партнёров, и команда ВРК очень довольна конечным результатом».

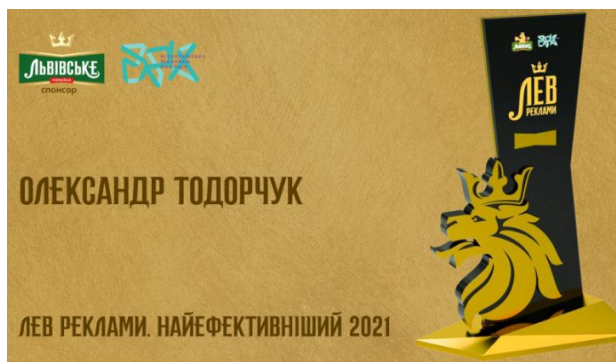
Читать далее



## Светлана Степаненко расскажет о TWIGA Ukraine

**УКРАИНА.** Интервью со Светланой Степаненко, управляющим партнёром и совладельцем самой эффективной коммуникационной группы Украины 2021 – TWIGA Ukraine, – в предновогоднем выпуске на YouTube-канале Всеукраинской рекламной коалиции (ВРК) Unpacking Ads.

Читать далее



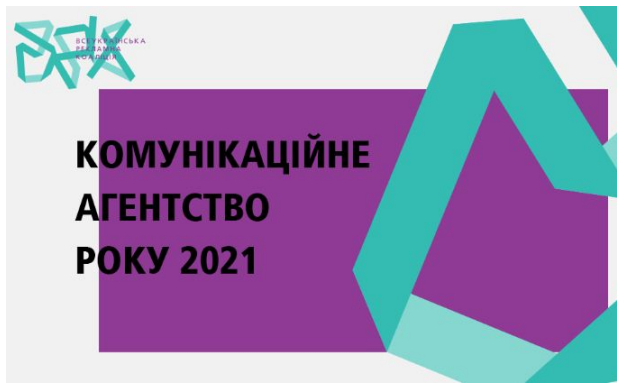
## Украинская премия «Лев рекламы. Самый эффективный» вручена

**УКРАИНА.** Александр Тодорчук, партнёр и CEO Gres Todorchuk, стал первым обладателем персональной награды «Лев рекламы. Самый эффективный», которой отмечают лидера, возглавляющего эффективную команду 2021 года по результатам Effie Awards Ukraine.

В Киеве состоялась церемония награждения самой престижной маркетинговой премией страны Effie Awards Ukraine 2021. Агентство Gres Todorchuk получило 13 наград и звание «Эффективного коммуникационного агентства Украины». Именно Александр Тодорчук, возглавляющий команду в этом году, получил специальную награду, которая была учреждена Всеукраинской рекламной коалицией и брендом «Львовское» и впервые вручалась в этом году.

Читать далее





## Украинская премия «Лев рекламы. Самый эффективный» вручена

**УКРАИНА.** Всеукраинская рекламная коалиция (ВРК) опубликовала рейтинг «Коммуникационное агентство года 2021», который возглавило агентство Postmen. Рейтинг составлен по итогам двух рейтингов – «Национального рейтинга креативности» и «Национального рейтинга эффективности». В рейтинге участвуют исключительно агентства, фигурирующие одновременно в этих двух рейтингах.

[Читать далее](#)



## В Украине определились с Best Marketing Teams

**УКРАИНА.** Всеукраинская рекламная коалиция (ВРК) вместе с исследовательской компанией Factum Group Ukraine объявила имена лучших маркетинг-команд страны в 2021 году в рамках церемонии награждения Effie Awards Ukraine 2021. Best Marketing Teams проводится ежегодно с 2013 года. Методология разработана Factum Group Ukraine вместе с ВРК. Best Marketing Teams реализуется при поддержке Индустриального телевизионного комитета, с прошлого года к проекту присоединилась ещё одна исследовательская компания – Kantar Ukraine.

[Читать далее](#)



## IAB mobile guide – основа для системной работы

**УКРАИНА.** Профильный комитет IAB Ukraine публикует первый IAB mobile guide. Изменения соотношения в диджитал-потреблении между десктопом и мобайлом за последние пять лет значительны, однако у индустрии до сих пор нет выработанного подхода к учёту особенностей мобильного потребления для стратегического и тактического планирования, понимания и моделирования пользовательского опыта. Поэтому профильный комитет mobile при IAB Ukraine сформировал фундаментальный гайд, в котором агрегированы основы знаний из категории mobile, что поможет и рекламодателям, и агентствам, и платформам и, наконец, всем заинтересованным.

*«Я рада, что первым шагом нового профильного комитета стал именно практический материал, который станет основой для системной индустриальной работы по развитию категории»,* – комментирует Анастасия Байдаченко, CEO IAB Ukraine.

[Читать далее](#)



АССОЦИАЦИЯ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ И  
МАРКЕТИНГОВЫХ  
АГЕНТСТВ  
БЕЛАРУСИ

## Рейтинг как демонстрация творческого потенциала

**БЕЛАРУСЬ.** Ассоциация коммуникационных и маркетинговых агентств (АКМА) объявила рейтинг креативности участников рекламного рынка Беларуси по итогам прошедшего года. По сложившейся практике рейтинги креативности рассчитываются национальными индустриальными ассоциациями на основе результатов участия агентств на фестивалях рекламы и креативности. Такие награды и рейтинги могут демонстрировать творческий потенциал агентства, служить ориентиром для рекламодателей при выборе партнёра в сфере коммуникаций, креативных разработок, диджитал-продвижения, брендинга.

[Читать далее](#)

white  
square

International  
Advertising and  
Marketing Festival

2022

adfest.by



ОТКРЫТ РАННИЙ  
ПРИЕМ РАБОТ

## АКМА приглашает на фестиваль за «особенной атмосферой»

**БЕЛАРУСЬ.** Международный фестиваль маркетинга и рекламы «Белый квадрат» (White Square) – один из крупнейших фестивалей креативности Европы – открыл ранний приём конкурсных работ сезона 2022. Ежегодно агентства более чем из 30 стран мира подают свои лучшие проекты в сфере маркетинга, рекламы и смежных отраслей на участие в престижном конкурсе, рассчитывая заполучить признание профессионального жюри и награды фестиваля. «Белый квадрат» пройдёт в 2022 году в 14-й раз. За эти годы фестиваль получил признание не только среди участников рынка стран Восточной Европы, Европейского Союза, стран MENA и Средней Азии, но всё больший интерес вызывает среди стран Латинской Америки, Китая. Участники оценивают высокий уровень организации конкурса, профессионализм составов жюри, уровень деловой программы и особенную атмосферу фестиваля. Участие в фестивале даёт возможность быть оцененными профессионалами мирового уровня как для крупных сетевых агентств, так и для локальных, основным критерием оценки является идея, креатив и их реализация, а также эффективность в соответствующих конкурсах.

[Читать далее](#)

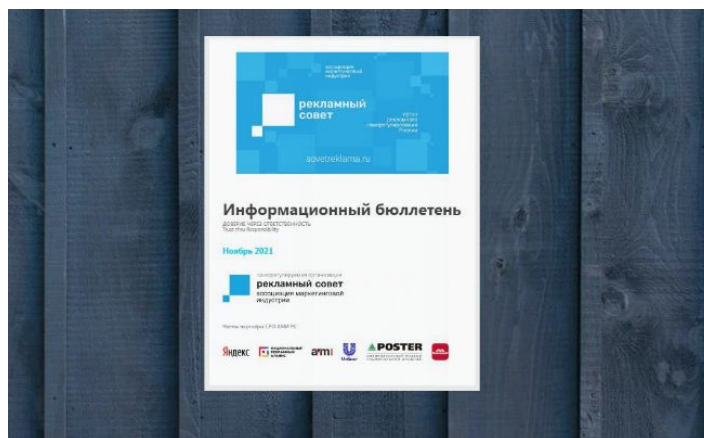


## Ассоциация надеется на быстрое восстановление страны

**КАЗАХСТАН.** Центрально-Азиатская рекламная ассоциация (ЦАРА) выразила поддержку представителям медиа- и рекламной отраслей страны.

В заявлении, в частности, говорится: *«Казахстан сейчас переживает тяжёлый период после трагических событий, которые коснулись абсолютно каждого. ЦАРА выражает соболезнование близким погибших в эти роковые для страны дни. Мы очень надеемся на быстрое восстановление страны и выражаем моральную поддержку всем пострадавшим игрокам рекламной индустрии – средствам массовой информации, рекламным компаниям, агентствам и организациям, среди которых есть и наши члены. Также ЦАРА со своей стороны готова оказать посильную помощь. Уверены, что совместными усилиями мы сможем преодолеть все возникшие сложности и достойно выйти из непростой ситуации на рекламном рынке страны».*

[Читать далее](#)



## Январский ньюслеттер напомнит о событиях в декабре

**РОССИЯ.** Информация о событиях в жизни саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО «АМИ «РС»»), а также ассоциаций и компаний, входящих в её состав, которыми завершился минувший год, представлена в очередном ежемесячном информационном бюллетене СРО. Он разослан членам Ассоциации «Рекламный Совет», её партнёрам и подписчикам в первый рабочий день нового, 2022 года. Это позволило охватить все новости декабря 2021-го и предоставить ньюслеттер для ознакомления читателям в тот день, когда голова уже не занята поиском подарков, либо подведением итогов года

[Читать далее](#)

## РЕКЛАМНАЯ ЖИЗНЬ В СТРАНАХ БЫВШЕГО СССР



## РЕЙТИНГ КРЕАТИВНОСТИ И КРАФТА / CREATIVITY &amp; CRAFT RANKING

- #1 BFORCE/GREY (КАЗАХСТАН)
- #2 BBDO CA (КАЗАХСТАН)
- #3 MA'NO BRANDING (УЗБЕКИСТАН)

## РЕЙТИНГ БРЕНДИНГА / BRANDING RANKING

- #1 MA'NO BRANDING (УЗБЕКИСТАН)
- #2 DIVISION MARKETING AGENCY (УЗБЕКИСТАН)
- #3 SYNTHESIS (УЗБЕКИСТАН)

## РЕЙТИНГ DIGITAL &amp; SMM / DIGITAL &amp; SMM RANKING

- #1 BFORCE/GREY (КАЗАХСТАН)
- #2 FCB ARTGROUP TASHKENT (УЗБЕКИСТАН)
- #3 SYNTHESIS (УЗБЕКИСТАН)

## В регионе назвали «Агентство года»

**ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ/ АЗЕРБАЙДЖАН.** Центральная Азия/Азербайджан). Некоммерческий проект о рекламе AdAsia подвёл итоги ежегодного рейтинга креативности и мастерства. В 11-й раз были определены лучшие коммуникационные агентства года в Центральной Азии (Казахстан, Узбекистан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан) и Азербайджане.

В рейтинге учитываются результаты участия агентств в международных фестивалях рекламы в течение 2021 года, где жюри оценивает креативность и мастерство работ креативных рекламных агентств, брендинговых студий и дизайн-бюро, Digital и SMM, PR и BTL-агентств, а также продакшн-студий.

Чтобы попасть в рейтинг, необходимо получить хотя бы одну награду на любом фестивале, который входит в список, разработанный и утверждённый креативными директорами и первыми руководителями агентств, вошедших в топ-10 рейтинга в прошлом году. Рейтинг абсолютно прозрачный и открытый, каждый может посчитать баллы в соответствии с утверждёнными коэффициентами фестивалей.

[Читать далее](#)



## Почта Узбекистана: новый бренд – новые возможности

**УЗБЕКИСТАН.** АО O'zbekiston pochтasi («Узбекистон почтаси») провело ребрендинг и сменило название на Uzpost. Также были представлены новый логотип и цветовая палитра. В настоящее время мир кардинально изменяется под воздействием современных технологий. В результате компании и организации также применяют в своей работе новые технологические решения. АО O'zbekiston pochтasi в рамках обновления также дала старт первому этапу ребрендинга почты. Новый бренд компании «Uzpost» с новым названием,

логотипом и новой цветовой палитрой представляет новые возможности для клиентов почты.

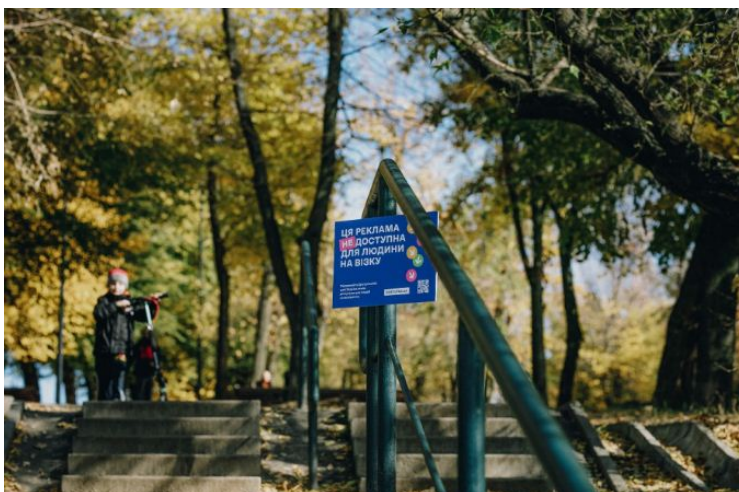
[Читать далее](#)

## Мининформ: «За новыми лицензиями не обращались»

**БЕЛАРУСЬ.** Пять иностранных телеканалов – Ultra 4K Extreme, «Дед Мороз», Bridge TV Classic, Bridge TV Dance и «Твой дом – твоими руками» – прекращают вещание в Беларуси. Об этом сообщили в мининформе. В ведомстве пояснили, что каналы исключены из списка разрешённых, так как у них истёк срок действия выданных разрешений на вещание. За получением новых лицензий руководство телеканалов не обращалось.

[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

## Даурен Абаев: «У русского языка в наружном применении нет никаких проблем, а у казахского, к сожалению, есть»

**КАЗАХСТАН.** Первый заместитель руководителя администрации президента страны Даурен Абаев не согласен с утверждениями о том, что в республике ведётся дерусификация наружной рекламы. Ранее парламент Казахстана принял закон о визуальной информации, которым закрепляется необходимость использования казахского языка в рекламе и вывесках, и только при необходимости – на русском и других языках. Согласно действующему законодательству бланки, вывески, реклама и другая визуальная информация излагаются на казахском и русском языках, а при необходимости и на других языках.

[Читать далее](#)

## MAN A22



Reklama  
joyining  
o'lchamlari

Uzunligi: 4,45 m  
Balandligi: 1,06 m  
Umumiy hajmi: 4,72 m<sup>2</sup>

## Места для рекламы на ташкентских автобусах выставили на торги

**УЗБЕКИСТАН.** «Тошшахартрансхизмат» продаст права размещения рекламы на своём подвижном составе в 2022 году через онлайн-торги. Победитель сможет размещать рекламные материалы на бортах либо внутри автобусов (Mercedes-Benz, Isuzu, SAZ и MAN) в течение 11 месяцев следующего года.

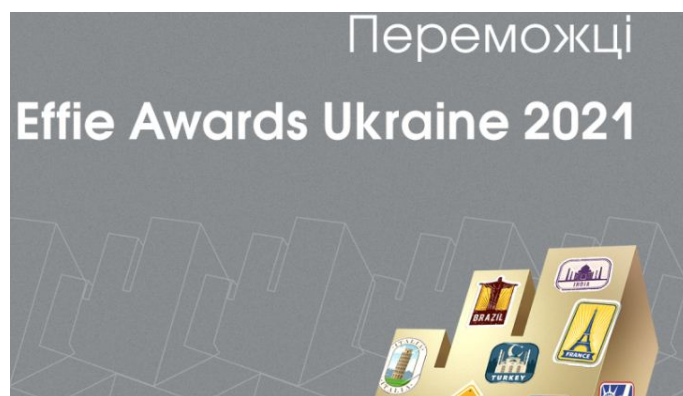
Каждый вариант размещения продаётся по «пакетной» цене – победитель сможет размещать рекламу на всех местах данной категории.

## «Наружка» – по новым тарифам

**АЗЕРБАЙДЖАН.** В стране установлены новые тарифы на наружную рекламу. Об этом сообщили в Государственном рекламном агентстве Азербайджана. В указ президента Азербайджанской Республики №1743 от 19 декабря 2017 года о наружной рекламе и в закон «О государственной пошлине» внесены изменения. Плата за уличную рекламу рассчитывается ежемесячно за каждый квадратный метр в следующем порядке: электронные (цифровые) носители (монитор, экран, табло и др.) до 20 квадратных метров – за каждый квадратный метр 12 манатов, до 50 квадратных метров – 240 манатов + 9 манатов за каждый квадратный метр поверхности в 21 – 50 кв. м, до 100 квадратных метров – 510 манатов + 7 манатов за каждый квадратный метр поверхности в 51 – 100 кв. м, свыше 100 квадратных метров – 860 манатов + 5 манатов за каждый квадратный метр поверхности, превышающий 100 кв. м

Читать далее

## СОБЫТИЯ, МЕРОПРИЯТИЯ, КОНКУРСЫ



### Названы самые эффективные

**УКРАИНА.** 15 декабря на церемонии награждения победителей Effie Awards Ukraine 2021 были объявлены самые эффективные кампании в сфере маркетинговых коммуникаций в Украине. Более 240 специалистов рекламно-коммуникационной индустрии вошли в состав жюри премии Effie Awards Ukraine. Все конкурсные работы прошли отбор в три этапа судейства. В этом году конкурсная программа включала 77 категорий. В финал прошли 156 заявок в 49 категориях. С полным списком победителей Effie Awards Ukraine 2021 можно ознакомиться [по ссылке](#) .

Читать далее





## Потребители присудили премии

**РОССИЯ.** Социальная реклама стала частью жизни, и частью весьма важной. Это ещё раз показала прошедшая в Общественной палате РФ юбилейная, X Международная конференция «Повышение эффективности социальной рекламы в России». Два насыщенных дня работы: пленарное заседание с основными итогами года в сфере социальных коммуникаций, ток-шоу по острейшей теме хайпа, три актуальные секции, подведение итогов дистанционного образовательного курса «Повышение эффективности социальной рекламы в 15 регионах России» 2021 года, показ лучших роликов мировой социальной рекламы от международных фестивалей этого года, специальное заседание координационного совета по социальной рекламе и социальным коммуникациям при Общественной палате РФ.

[Читать далее](#)

## ЗАКОНОТВОРЧЕСТВО В СТРАНАХ БЫВШЕГО СССР

### В Украине будут наказывать за сексизм и гендерную дискриминацию в рекламе

**УКРАИНА.** С 8 января вступили в силу изменения к закону «О рекламе» относительно определения понятий «дискриминационная реклама» и «дискриминационная реклама по признаку пола», усиления ответственности за нарушение законодательства о рекламе, защиты прав потребителей рекламы. Так, дискриминационная реклама определяется как реклама, которая содержит или использует утверждения и/или изображения, которые являются дискриминационными по признакам расы, цвета кожи, политических, религиозных и других убеждений, пола, возраста, инвалидности, этнического и социального происхождения, гражданства, семейного и имущественного положения, места жительства, языковым или другим признакам в отношении лица или группы лиц.

[Читать далее](#)

**Запрет телерекламы казино – удар по хрупкому рекламному рынку**

**ГРУЗИЯ.** Планируемый грузинскими законодателями запрет на телевизионную рекламу азартных игр лишит местные телекомпании значительной части доходов. Исполнительный директор «TV Пирвели» Нана Абурджанидзе заявила, что если законопроект об азартных игр будет принят, то телекомпания потеряет не менее 20% своей выручки. По словам Наны Абурджанидзе, законопроект обсуждается в парламенте такими темпами, что законодательный орган не располагает выводами компетентных лиц об ожидаемых результатах.

[Читать далее](#)

## **Блогеры, реклама и налоги: с чего начать?**

**АЗЕРБАЙДЖАН.** Азербайджанских блогеров могут обложить налогами с доходов от рекламы. Подобные обсуждения уже ведутся в Союзе рекламистов Азербайджана. Данное предложение в Союзе рекламистов намерены изучить совместно со специалистами Государственной налоговой службы министерства экономики страны. По некоторым данным, популярные азербайджанские блогеры получают за свою рекламу доход от 100 манатов и выше (по сегодняшнему курсу 1 манат равен 43,32 российского рубля. – **Прим. ред.**) Этот заработок никак не декларируется, что может расцениваться как уклонение от уплаты налогов с дохода.

[Читать далее](#)

## **Азербайджанские депутаты обсуждают запрет на рекламу азартных игр**

**АЗЕРБАЙДЖАН.** На совместном заседании комитетов Милли Меджлиса (парламента) страны по экономической политике, промышленности и предпринимательству, правовой политике и государственному строительству, а также комитета молодёжи и спорта был вынесен на обсуждение проект изменений в закон «О рекламе». Согласно изменениям запрещается реклама азартных игр, организатора (оператора) или продавца подобных игр, спортивных игр по ставкам и лотерей, проведение которых приостановлено, отменено или запрещено согласно законам Азербайджанской Республики «О физической культуре и спорте» и «О лотереях».

[Читать далее](#)

## **Азартные игры теперь без рекламы**

**АЗЕРБАЙДЖАН.** На пленарном заседании Милли Меджлиса (парламента) страны был вынесен на обсуждение проект изменений в закон «О рекламе», запрещающий рекламу азартных игр. После обсуждений законопроект был вынесен на голосование и утверждён. Согласно изменениям запрещается реклама азартных игр, организатора (оператора) или продавца подобных игр, спортивных игр по ставкам и лотерей, проведение которых приостановлено, отменено или запрещено согласно законам Азербайджанской Республики «О физической культуре и спорте» и «О лотереях».

[Читать далее](#)

## Рекламу разместят в гостиницах категории «4 звезды» и выше

**АРМЕНИЯ.** Инициатива правительства страны, направленная на обеспечение единой политики в сфере игорного бизнеса и установление равных конкурентных условий и требований, обсуждалась в первом чтении на заседании постоянной комиссии по экономическим вопросам Национального собрания Армении 12 января. Предлагаемые поправки предусматривают регулировки в сфере рекламы интернет-игр с выигрышем, а также лотерей, тотализаторов, чтобы привести в соответствии с ограничениями на рекламу казино и азартных игр.

[Читать далее](#)

## СМИ ждут в реестре

**БЕЛАРУСЬ.** В стране с 1 января начал действовать Реестр рекламодателей, что предусмотрено указом №426 от 2 ноября 2021 года. По сообщению министерства антимонопольного регулирования и торговли, рекламодателям необходимо подать соответствующие сведения в реестр до 1 февраля. Постановлением совмина Беларуси утверждены формы уведомления о включении в реестр. Под рекламодателями, о которых идёт речь в документе, в первую очередь, понимаются средства массовой информации. Оказание услуг по размещению (распространению) рекламы рекламодателем, не включённым в реестр, является незаконным и запрещается.

[Читать далее](#)

## ПРАВОПРИМЕНЕНИЕ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ



## Nutella и Ramella: найдите отличия. Антимонопольщики не нашли

**УЗБЕКИСТАН.** В Антимонопольный комитет Республики Узбекистан обратился представитель итальянской компании FERRERO S.p.A. – производитель шоколадной пасты под товарным знаком «Nutella». Заявитель указал, что местным производителем ООО POLAT A.S. в производстве шоколадной пасты под названием «Ramella» используются сходные изобразительные элементы в оформлении и упаковки пасты, что вводит потребителей в заблуждение относительно производителя.

[Читать далее](#)



## Один мониторинг – дюжина нарушений

**КЫРГЫЗСТАН.** Сотрудники отдела по Бишкеку и Чуйской области Государственного агентства антимонопольного регулирования 13 января проверили, как исполняется законодательство о наружной рекламе. В ходе мониторинга только в одном Бишкеке было выявлено 12 нарушений законодательства: распространение рекламы без перевода на государственный язык, отсутствие пометки «Товар сертифицирован», отсутствие номера лицензии и другие. Как сообщили в госагентстве, к нарушителям закона о рекламе будут приняты меры согласно действующему законодательству. Мониторинги проводятся еженедельно и на территории Чуйской области.

[Читать далее](#)

## Госагентство пресекло недобросовестную конкуренцию



**КЫРГЫЗСТАН.** Государственное агентство антимонопольного регулирования при министерстве экономики и финансов Кыргызской Республики за 2021 год рассмотрено 24 обращения по факту недобросовестной конкуренции физическими и юридическими лицами. Было выдано 16 предписаний, вынесено четыре постановления о передаче дела в правоохранительные и другие государственные органы, одно обращение находится в производстве, по остальным обращениям в силу отсутствия признаков нарушения было принято решение о прекращении административной процедуры и отказе в удовлетворении заявления.

[Читать далее](#)

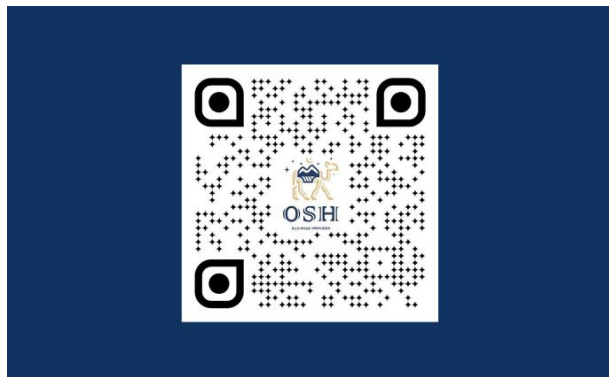
## **ПРОЕКТ «ОТКРЫТАЯ ВОЛГА»: МАРКЕТИНГ, БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ, ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА**



### **Логотип отражает единство страны и громады**

**УКРАИНА.** Выбран победитель конкурса на определение логотипа Константиновской территориальной громады. Об этом сообщает пресс-служба городского совета. Конкурс «Логотип Константиновской городской территориальной громады» объявили в начале декабря 2021 года. На онлайн-платформе E-DEM было размещено 13 работ, за которые могли проголосовать все желающие. В финал прошли три логотипа, победителя среди которых определила конкурсная комиссия. Им стал местный житель Константин Певников – бухгалтер на одном из коммунальных предприятий города.

[Читать далее](#)



## Победил логотип с караваном и символом города

**КЫРГЫЗСТАН.** Мэрия Оша презентовала фирменный стиль, бренд, логотипы города и QR-коды 21 туристического объекта южной столицы Кыргызстана. В мероприятии приняли участие заместитель представителя президента в Ошской области, председатель Ошского горкенеша, руководители предприятий, туристических компаний, представители СМИ и местные жители. В Оше был объявлен конкурс на туристический логотип, на него было подано более 70 работ. Логотип Михаила Чулина из России одобрила специальная рабочая группа. Бренд включает в себя изображения каравана, отображающего Великий шёлковый путь, Сулайман-Тоо, символа Оша, полумесяца и звёзд. Победившему дизайнеру мэрия Оша вручила грамоту и премию в размере 100 тысяч сомов (по сегодняшнему курсу 1 сом равен 0,87 российского рубля. – **Прим. ред.**)

[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, демонстрировал 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 2022](#)

[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](mailto:info@sovetreklama.org)

По вопросам партнёрства и сотрудничества: [info@sovetreklama.ru](mailto:info@sovetreklama.ru)

Телефон: 8-800-201-50-52

**ВСЕМ ЗДОРОВЬЯ И БЛАГОПОЛУЧИЯ!**