

На площадке ФАС состоялось подписание Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций

15 февраля 2024, 20:05

Документ содержит основные принципы и подходы для ведения добросовестной деятельности, в том числе на рынке рекламы

Ранее в 2001 году был подписан Первый Российский Кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций. Однако активная цифровизация внесла перемены в процессы производства и распространения рекламы, а также взаимодействия участников рынка.

Новая версия документа разработана по инициативе Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) и Ассоциации производителей фирменных торговых марок «Русбренд». Кодекс подготовлен рабочей группой ассоциаций и других индустриальных объединений при содействии ФАС России.

Документ подписали представители крупнейших профильных ассоциаций, которые осуществляют маркетинговые коммуникации, включая рекламу и продвижение товаров и услуг.

Кодекс направлен на защиту потребителей от обмана и введения в заблуждение. В документе закреплены принципы добросовестного ведения бизнеса, запреты на порочение деловой репутации иных лиц. Отдельные положения Кодекса касаются недобросовестной конкуренции, охраны результатов интеллектуальной собственности, маркетинговых коммуникаций с использованием интерактивных электронных средств коммуникации и телефона, а также защиты несовершеннолетних потребителей.

[photo_1860]

Стандарты и этические правила, предусмотренные документом, должны соблюдаться рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями, агентствами маркетинговых коммуникаций и СМИ, присоединившимися к Кодексу.

В ФАС России подчеркивают, что Кодекс создан для защиты интересов добросовестных участников рынка и открыт для присоединения.