

Крупнейшие международные и российские компании обсудили правовое регулирование рекламы на профильной конференции CMS Russia

27.12.2021

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

Крупнейшие международные и
российские компании обсудили
правовое регулирование рекламы на
профильной конференции CMS Russia

15 декабря 2021 года CMS Russia провела конференцию «Рекламное право» с участием Татьяны Никитиной, начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России, Ассоциации международным фармацевтических производителей (AIPM) и юристов крупных российских и международных компаний, таких как OZON, «МТС», Nestle, «Яндекс» и пр.

На мероприятии спикеры затронули наиболее острые вопросы рекламного права, обсудили тренды в регулировании и практике, поделились практическими рекомендациями по наиболее сложным аспектам – рекламе лекарств и БАД, алкоголя, digital-рекламе и пр.

Первая сессия конференции была посвящена актуальным проблемам толкования рекламы, контролю продвижения лекарств и основным различиям недостоверной рекламы и недобросовестной конкуренции с точки зрения права.

«Мы все сталкиваемся с рекламой в повседневной жизни, но далеко не все знают, что написано в норме закона, как это применяется, какая практика используется и как оценивается нарушение. Поэтому проведение такой конференции позволяет всем коллегам, работающим с рекламой каждый день, вспомнить о важных нюансах, на которые не всегда обращаешь внимание, узнать о новых подходах, аспектах в этой сфере», – отметила Татьяна Никитина, начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России.

Дмитрий Григорьев, директор юридического департамента Европейской медиагруппы, эксперт СРО АМИ «Рекламный совет», рассказал о базовых принципах построения рекламы с точки зрения закона, подчеркнув, что добросовестное заблуждение потребителя не должно становиться поводом для ответственности рекламодателей.

При этом в некоторых сферах бизнеса к рекламным материалам предъявляются более строгие требования. На примере фармацевтической отрасли Ирина Шейкха, директор по юридическим вопросам и защите прав интеллектуальной собственности Ассоциации международных фармацевтических производителей, показала наличие дополнительных ограничений на уровне саморегулирования в сфере фармацевтики.

Во второй сессии конференции спикеры обсудили, как компании применяют рекламные право на практике, осветили особенности размещения рекламы на маркетплейсах, использование персональных данных в рекламных целях, правила рекламирования экологичного производства, правовые риски, связанные с размещением рекламы у иностранных агентов, а также разобрали примеры нарушений закона о рекламе в рекламных материалах о лекарственных средствах и БАД.

Важной и обсуждаемой темой стала необходимость изменения подхода компаний к сбору персональных данных потребителей и рассылке рекламных сообщений, о которой рассказала старший юрист практик интеллектуальной собственности и ТМТ, глава Innovation Group CMS Russia Ирина Шурмина. Она подчеркнула, что согласие на получение рекламы должно быть добровольным, четким и доказуемым. При этом отказ пользователя от рекламы не должен влиять на возможность получения товара или услуги в полной мере.

«Я хотела бы отметить высокий профессионализм всех участников мероприятия. Коллеги подготовили доклады на самые горячие темы в регулировании рекламы, а также персональных данных», – отметила доклады коллег Анастасия Сковпень, юрист по интеллектуальной собственности Nestle.

Заключительная часть конференции была посвящена вопросам digital-рекламы. Спикеры обсудили последние законодательные изменения в сфере интернет-рекламы, юридические аспекты рекламы в киберспорте, рекламу у блогеров и работу с инфлюенсерами, а также острую и актуальную тему продвижения алкоголя.

Как отметил руководитель группы правового сопровождения рекламы «Яндекс» Антон Качанов, реклама в Интернете составляет самый крупный сегмент рекламного рынка в

России, при этом законодательное регулирование этой сферы постоянно развивается. Появление требований о «приземлении» глобальных игроков рынка, разработка государством специального регулирования по размещению социальной рекламы и учету рекламы в Интернете – все это вынуждает корпоративных юристов следить за обновлением законодательства, разбираться в современных рекламных технологиях, соответствовать новым требованиям, предъявляемым ФАС России и Роскомнадзором.

«Правовое регулирование рекламы – это прежде всего про практику. Здорово, что появляется все больше площадок, на которых можно обменяться опытом, поделиться наработанными решениями. Реклама – это наша повседневная жизнь, то, с чем мы сталкиваемся каждый день, поэтому так важно развивать экспертизу в этом направлении», – подытожил Антон Качанов.

Следующая конференция «Рекламное право» от CMS Russia запланирована на осень 2022 года, организаторы намерены вновь собрать ведущих юристов российского рекламного рынка для интересной и полезной дискуссии.

Модератор конференции Ирина Шурмина, старший юрист практик интеллектуальной собственности и TMT, глава Innovation Group CMS Russia: *«Невероятно вдохновляет тот факт, что наша идея смогла реализоваться в таком масштабе, и в результате мы смогли получить очень честный диалог. Такие мероприятия нужны для того, чтобы люди могли узнать новую информацию, свериться с тем, что они уже знают, задать интересующие вопросы и почувствовать себя в сообществе единомышленников. Надеюсь, мы проведем такое мероприятие еще не один раз, потому что остались неохваченными очень много актуальных тем, мы прошли только по вершине айсберга».*