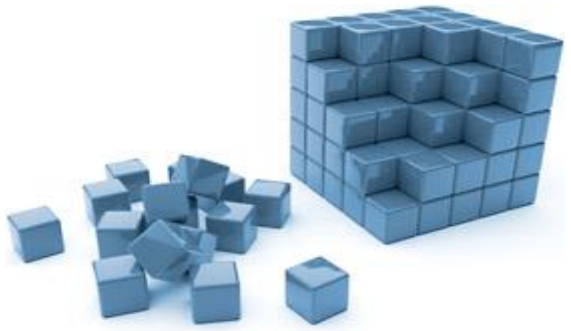
AdC AdConsul



109012, Moscow, Novaya pl. 6 | adconsul.org

AdConsul

Реклама азартных игр. Особенности телевизионного размещения и спонсорства

I. Практические аспекты применения законодательства о рекламе азартных игр (игр, основанных на риске и пари).

II. Преимущества размещения телевизионных рекламных кампаний.

III. Специфика размещения информации об азартных играх в Интернете.

IV. Проблемы участия компаний в спонсорских проектах.

AdConsul

Реклама основанных на риске игр, пари

Статья 27 Закона о рекламе

Каналы и места распространения

1. TV-каналы (с 22 до 7 часов местного времени)
2. Радио (с 22 до 7 часов местного времени)

3. Внутри зданий, строений, сооружений, в которых проводятся такие игры, пари, за исключением объектов транспортной инфраструктуры (вокзалов, аэропортов, станций метрополитена и других подобных объектов)

Каналы и места распространения

4) Специализированные печатные издания:

- периодические печатные издания, на обложках и в выходных данных которых содержится информация о специализации указанных изданий на сообщениях и материалах рекламного характера
- периодические печатные издания, предназначенные для работников организатора азартных игр и (или) участников таких игр, находящихся в границах игорных зон.

5) Интернет, TV, радио, иные каналы без ограничений – реклама лотерей и стимулирующих лотерей.

AdConsul

Содержание рекламных материалов

1. Реклама не должна использовать образы людей и животных

не распространяется на рекламу в игорных зонах
не распространяется на рекламу лотерей

2. Реклама не должна обращаться к несовершеннолетним.

Содержание рекламных материалов

3. Реклама не должна создавать впечатление о том, что игра – это способ получения дохода и путь к признанию личного или профессионального успеха.

4. Реклама не должна содержать утверждений о преувеличении вероятности получения выигрыша, преуменьшении степени риска.

AdConsul

Содержание рекламных материалов. Набивки

5. Указание на сроки розыгрышей призов в процессе проведения основанных на риске игр, пари.

6. Источник информации об организаторе основанных на риске игр, пари, о правилах их проведения, о призовом фонде таких игр, пари, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей.

AdConsul

Преимущества размещения телевизионных рекламных кампаний

Цель рекламной кампании	Приоритетность каналов коммуникации
Создать высокий уровень осведомленности о бренде	масс-медиа: ТВ, радио, пресса
Укрепить взаимоотношения с потребителем, сформировать лояльность	медиа прямого контакта: Интернет, мобильные приложения etc.
Превратить знающих потребителей в реальных покупателей	акции, конкурсы etc.

AdConsul

(TNS Россия, TV Index Россия, 22/02-28/02/2016)

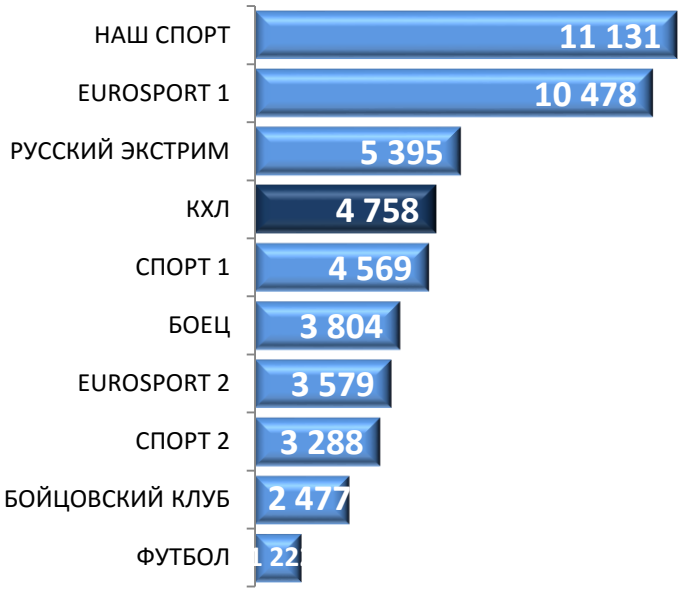
Эфирные каналы ТОП-15

№	Канал	Доля, %
1	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	12.6
2	РОССИЯ 1	11.9
3	НТВ	9.6
4	ТНТ	6.0
5	ПЯТЫЙ КАНАЛ	5.7
6	РЕН ТВ	5.4
7	СТС	4.6
8	ТВ ЦЕНТР	3.7
9	ДОМАШНИЙ	3.7
10	ТВ-3	3.1
11	КАРУСЕЛЬ	2.4
12	РОССИЯ 24	2.3
13	ЗВЕЗДА	2.2
14	МАТЧ ТВ	2.1
15	РОССИЯ К	1.6

AdConsul

Спортивные каналы

среднемесячный охват аудитории, данные презентации каналов, TV Index Россия, города 100 тыс.+, окт -дек 2015, тыс. чел.



AdConsul

Этапы работы по размещению на TV

1. Определение целей рекламной кампании.
2. Выбор аудитории (Все 18+, Муж 25-59).
3. Создание концепции и производство материалов (роликов) для рекламной кампании.
4. Выбор каналов коммуникации (эфир/кабель-спутник).
5. Медиапланирование.
6. Согласование рекламной кампании с каналами.
7. Оформление размещения с сейлзхаусами.
8. Сопровождение размещения рекламной кампании.
9. Предоставление данных для оценки эффективности.

AdConsul

III. **Специфика размещения информации об азартных играх в Интернете**

1. Реклама азартных игр в Интернете запрещена.

2. Информация не всегда является рекламой.

3. При размещении информации необходимо учитывать и просчитывать многофакторные риски: лицензионные, регуляторные, индустриальные, частоту нарушений и привлечений к ответственности.

AdConsul

IV. **Проблемы участия компаний в спонсорских проектах с точки зрения действия российского рекламного законодательства**

Спонсорство клубов, лиг, чемпионатов

1. Быть спонсором с любым титулом не запрещено.
2. Запрещено рекламировать свой титул с учетом существующих ограничений по каналам коммуникации и содержанию рекламных материалов:

- на TV вне периода 22:00-7:00 (местное время)
- с использованием образов людей и животных etc.

3. **Вывод**: объем возможных активаций должен быть релевантен стоимости титула, спонсорский пакет (вид опций) должен быть проанализирован на предмет рисков.

AdConsul

Примеры

1. Лига Ставок и РФПЛ – официальная букмекерская компания РФПЛ (канал Наш Футбол).

2. Фонбет и ФНЛ – название события: «Первенство России по футболу среди команд клубов ФНЛ сезона 2015-2016» (бегущая строка на стадионе, трансляции - дневной эфир).

- *данные компании не указаны в качестве официальных партнеров на сайтах*
- *при активации могут не действовать законодательные рекламные ограничения*

AdConsul

Спонсорство медийное и интеграционное

1. **Медийное.**

Титул «Спонсор программы», «Спонсор трансляции» - ролик перед рекламным блоком с указанием компании в качестве спонсора.

- *при размещении действуют все законодательные ограничения*

2. **Интеграционное.**

Внутри программы/проекта/фильма/любой информации

- *пример: программа «Кухня» на СТС, интеграция БК Фортуна, сюжет*
- *при размещении могут не действовать законодательные ограничения*

AdConsul

Основные направления деятельности AdConsul

•Экспертиза рекламных материалов на предмет соответствия законодательству о рекламе РФ, программной политике СМИ и практике регулирования рекламного рынка. **Комплексная экспертиза рекламных кампаний: от концепции – до размещения.**

•Разработка и реализация спонсорских пакетов. **Сопровождение спонсорских сделок.**
•Создание программного продукта под определенного спонсора. Product placement.

•Комплексное юридическое сопровождение сделок в сфере рекламы и медиа с учетом корпоративных, налоговых, административных аспектов. **Медиапланирование, закупка рекламного времени.**

•*Сопровождение административных процессов в сфере антимонопольного и рекламного права (ФАС РФ).*

•Подготовка юридических заключений по вопросам регулирования отношений в сфере интеллектуальной собственности, включая оценку правовых рисков условий договоров, определение перспектив рассмотрения споров в указанной сфере (Роспатент).

•Международное структурирование бизнеса, регистрация компаний, фондов, трастов и дальнейшее обслуживание их деятельности (английский офис).

AdConsul

Юлия Немцева
Управляющий партнер

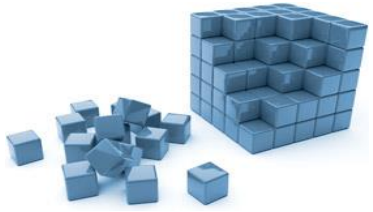
Высококвалифицированный юрист с большим опытом работы в области экспертного международного консультирования по вопросам российского рекламного и медийного права, практического применения рекламного законодательства с учетом существующих профессиональных стандартов.

Член Экспертного Совета ФАС РФ по применению законодательства о рекламе
Член Экспертного Совета ФАС РФ по развитию конкуренции на рынке производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции

Член подкомитета по предпринимательству в сфере производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции ТПП РФ

Член Правления Рекламной Федерации Регионов

julia.nemtseva@adconsul.org
+7985 6001800
109012 Москва, Новая площадь, 6
+7495 7907987

AdConsul

Спасибо за внимание!