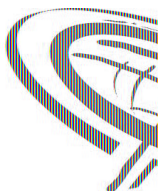


Дата основания РФР - 2000 год.

Основные цели Ассоциации:

- * объединение лидеров региональных рынков;
- * формирование единой площадки для общения рекламистов в целях обмена опытом, знакомства с новыми тенденциями, изучения направлений развития рекламы и медиа в мире;
- * исследование региональных рекламных рынков;
- * создание возможности для развития рекламного бизнеса в регионах России;
- * защита прав и интересов Членов Ассоциации;
- * содействие становлению рекламы как важной составляющей экономики государства



Вице-президент:
Неткачева
Татьяна Юрьевна



«Я за высоко
профессиональные
действия!»

Президент Ассоциации РФР:
Артеменко Галина Витальевна



«Речь идёт не о том, чтобы предвидеть
будущее,
а о том, чтобы творить его!»

Вице-президент:
Курилина Альбина
Эдуардовна

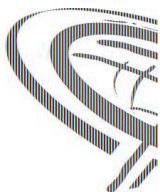


«Разработать
стратегию - лучший
способ пробудить
веру в будущее»

Вице-президент:
Мелехов Валерий
Ильич



«Еще вчера сегодня было
завтра,
а завтра сегодня будет уже
вчера»

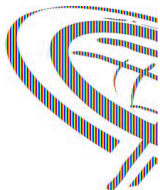


Мероприятия Ассоциации РФР в Ростове-на-Дону 24-26 октября

В Ростове-на-Дону 24-26 октября 2012г. в ВЦ «ВертолЭкспо» состоится выставка «Фестиваль рекламы». Ассоциация «Рекламная Федерация Регионов» в рамках деловой программы выставки организует:

24.10.2012г. с 10:00 до 12:30 круглый стол на тему «Исследование локальных рекламных рынков России»;

24.10.2012г. с 13:30 до 18:00 и **25.10.2012г. с 10:00 до 15:30** юридические семинары для участников фестиваля рекламы;

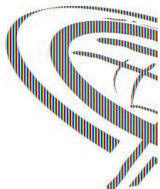


Тема круглого стола «Исследование рекламного рынка Ростовской области»

Цель круглого стола – обсуждение с его участниками возможности совместного исследования рекламного рынка в Ростовской области, а именно – определение его ёмкости, составление карты региональных СМИ, оценка их доли, изучение специфики проблем по каждому сегменту: TV, радио, печатные издания, рекламные агентства, наружная реклама и т.д.

Данное исследование – пилотный проект РФР в контексте начала исследований локальных рынков России, цель которого :

- сформировать полное представление о масштабах рекламного рынка России и выделить рекламу в отдельную отрасль;
- всем представителям отрасли - как рекламодателям, так и распространителям, грамотно строить стратегию развития своей компании и управлять бизнесом;
- представлять Россию на международных рекламных форумах и площадках как полноправного и серьёзного партнёра с открытыми качественными и количественными показателями, предоставленными в результате данных независимого исследования;
- способствовать притоку зарубежных рекламных бюджетов в экономику страны в связи с вступлением в силу 22 августа 2012 года протокола о присоединении России к Всемирной Торговой Организации.

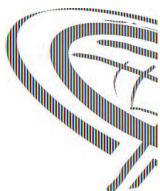


Темы семинаров:

- 1. Реклама алкогольной и табачной продукции. Теория и практика. 24.10.2012г. с 13:30 до 18:00**
- 2. Основные требования законодательства и индустриальных стандартов для планирования и размещения рекламных кампаний. Теория и практика. 25.10.2012г. с 10:00 до 15:30**

Проведение данных семинаров обусловлено необходимостью разобраться в специфике применения новых норм ввиду изменений в рекламном законодательстве;

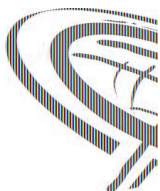
Аудитория: представители алкогольной и табако-махорочной промышленности, руководители медийных и креативных агентств, руководители медийных компаний, департаментов продаж, руководители и представители юридических департаментов компаний, представляющих рекламную отрасль.



Программа семинара «Реклама алкогольной и табачной продукции. Теория и практика»

- Цель семинара: определение необходимых ключевых параметров рекламных кампаний с точки зрения соблюдения норм рекламного законодательства и индустриальной практики.
- **Рассматриваются следующие вопросы:**
- Общие требования к рекламе алкогольной и табачной продукции.
- Специфика требований к рекламе алкогольной продукции.
- Специфика требований к рекламе табачной продукции.
- Индустриальные стандарты и практика проведения рекламных кампаний.
- Особенности каналов коммуникации и видов размещения алкогольной и табачной продукции. Спонсорство и product placement, зонтичный маркетинг.
- Ответственность субъектов рекламного рынка за нарушение законодательства о рекламе.
- Актуальные тренды регулирования рекламной отрасли в части рекламы алкогольной продукции.

Круглый стол с участием представителей администрации области, обсуждение возможных сценариев развития, ответы на вопросы.



Будут рассмотрены следующие вопросы:

- Общие и специальные требования к рекламе.
- Специфика требований к рекламе отдельных видов товаров:
 - алкогольная и табачная продукция;
 - лекарства и БАД;
 - финансовые услуги;
 - иные виды: оружие, азартные игры etc.
- Специфика требований к рекламным носителям.
- Специфика размещения отдельных видов рекламы:
- прямая реклама, спонсорская реклама и product placement;
- реклама в трансляциях спортивных мероприятий;
- социальная и политическая реклама;
- реклама товаров, ограниченных к размещению.
- Ответственность субъектов рекламного рынка за нарушение законодательства о рекламе.
- Актуальные тренды регулирования рекламной отрасли.