

МЕМОРАНДУМ

о сотрудничестве, направленном на сохранение и укрепление традиционных российских духовно-нравственных ценностей в профессиональных конкурсах и фестивалях в сфере рекламы и маркетинговых коммуникаций

г. Москва

«23» апреля 2026 г.

Введение

Настоящий Меморандум о сотрудничестве между индустриальными ассоциациями, деловыми объединениями и организаторами профессиональных фестивалей и конкурсов в сфере рекламы и маркетинговых коммуникаций (далее – Меморандум) является актом межотраслевой социальной ответственности и саморегулирования.

Настоящий Меморандум представляет собой индустриальную инициативу по поддержке поручения Президента Российской Федерации по итогам заседания Совета при Президенте Российской Федерации по реализации государственной демографической и семейной политики от 10 февраля 2026 г. № Пр-282, в части популяризации традиционных семейных ценностей и позитивного образа многодетной семьи в рекламе.

Настоящий Меморандум содействует участию организаций в сфере рекламы и маркетинговых коммуникаций в эффективной реализации семейной и демографической политики, поддержки многодетности в Российской Федерации, основные принципы которой закреплены в следующих документах:

- Конституция Российской Федерации;
- Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»;
- Указ Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации»;
- Указ Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»;

- Указ Президента Российской Федерации от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»;
 - Указ Президента Российской Федерации от 17 мая 2023 г. № 358 «О Стратегии комплексной безопасности детей в Российской Федерации на период до 2030 года»;
 - Указ Президента Российской Федерации от 23 января 2024 г. № 63 «О мерах социальной поддержки многодетных семей»;
 - Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года»;
 - Стратегия реализации молодёжной политики в Российской Федерации на период до 2030 года, утверждённая распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2024 г. № 2233-р;
 - Стратегия действий по реализации семейной и демографической политики, поддержке многодетности в Российской Федерации до 2036 года, утверждённая распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 марта 2025 г. № 615-р;
 - Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2030 года, утверждённая распоряжением Правительства Российской Федерации от 7 апреля 2025 г. № 830-р,
- а также иных просемейных инициатив государства, социально ответственного бизнеса и некоммерческих организаций.

Меморандум не преследует целей ограничения конкуренции.

Меморандум разработан с целью продвижения ответственных коммуникаций, а также для стимулирования вклада субъектов предпринимательской деятельности сферы рекламы и маркетинговых коммуникаций в долгосрочное общественное благосостояние и социальное развитие Российской Федерации.

Разработчиком и инициатором настоящего Меморандума является Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР/Ассоциация).

Меморандум не имеет приоритета перед другими правилами и документами в сфере ответственного ведения бизнеса и устойчивого развития, применяемыми российскими предпринимателями.

Настоящий Меморандум принимается на добровольной основе Участниками Меморандума путём присоединения к настоящему Меморандуму.

1. Определения

- 1.1. Участники Меморандума – все стороны, присоединившиеся к настоящему Меморандуму.
- 1.2. Организаторы фестивалей и конкурсов – юридические лица и индивидуальные предприниматели, проводящие профессиональные фестивали и конкурсы в сфере рекламы и маркетинговых коммуникаций.
- 1.3. Рабочая группа Меморандума – операционный орган, состоящий из экспертов АКАР, утверждённых Советом Ассоциации, и Организаторов фестивалей и конкурсов.
- 1.4. Проекты – конкурсные работы победителей фестивалей и конкурсов в области социальной рекламы, социальных коммуникаций, социальной ответственности, социальной вовлечённости и влияния.
- 1.5. Социальное воздействие информационной продукции – воздействие, направленное на изменение общественных установок, норм поведения и социальных практик.
- 1.6. Измерение социального воздействия – независимое исследование, направленное на количественную и качественную оценку социального воздействия информационной продукции (Проектов), включая определение охвата аудитории, социально-демографических характеристик аудитории, уровня восприятия и иных показателей, характеризующих результативность социальной коммуникации.
- 1.7. Уполномоченная измерительная организация – Акционерное общество «Медиаскоп» (АО «Медиаскоп», ОГРН 1027739451520, ИНН 7714117913), являющееся уполномоченной организацией по исследованию объёма аудитории на основании приказа Роскомнадзора от 24 января 2025 г. № 13, которое может привлекаться для проведения Измерения социального воздействия Проектов в рамках настоящего Меморандума.

2. Права и обязанности Ассоциации

- 2.1. Ассоциация осуществляет взаимодействие с Организаторами фестивалей и конкурсов в сфере рекламы и маркетинговых коммуникаций.
- 2.2. Ассоциация осуществляет сбор работ победителей фестивалей и конкурсов по согласованным направлениям, темам и критериям для последующей работы с ними в Рабочей группе.
- 2.3. Ассоциация продвигает Меморандум и социальные активности фестивалей и конкурсов самостоятельно и/или совместно с Организаторами фестивалей и конкурсов.

- 2.4. По результатам обработанных Рабочей группой Проектов и выданных баллов участниками Экспертного совета ЭКГ-рейтинга ответственного бизнеса АКАР готовит публичный Отчёт, размещает Отчёт на информационных ресурсах Ассоциации и Участников Меморандума в конце соответствующего календарного года.

3. Права и обязанности Организаторов фестивалей и конкурсов

- 3.1. Организаторы фестивалей и конкурсов проводят выборку проектов, проводимых в соответствии с установленными критериями оценки Проектов.
- 3.2. Организаторы фестивалей и конкурсов предоставляют в Рабочую группу АКАР данные по выборке Проектов в течение месяца после окончания проведения фестиваля и конкурса.
- 3.3. В случае необходимости, по запросу Рабочей группы или АКАР Организаторы фестивалей и конкурсов предоставляют дополнительные сведения, необходимые для верификации Проекта.
- 3.4. Организаторы фестивалей и конкурсов в дополнение к существующим номинациям рассматривают возможность введения отдельной специальной номинации «Традиционные ценности» и/или иных тематических номинаций.
- 3.5. В целях идентификации Проектов социальной направленности, реализующих цели настоящего Меморандума, Организаторы фестивалей и конкурсов используют добровольное обозначение таких Проектов. Обозначение может включать: специальный визуально-графический знак, текстовую отметку в описании Проекта, тематические хештеги, пиктограммы в видеоматериалах, указание на социальную номинацию в титрах и сопроводительных документах. Конкретные форматы и образцы обозначений утверждаются Рабочей группой.

4. Функции Рабочей группы

- 4.1. Согласование внесения изменений в Меморандум.
- 4.2. Мониторинг исполнения положений Меморандума.
- 4.3. Продвижение Меморандума среди рекламодателей и агентств.
- 4.4. Разработка Положения о реализации Меморандума с конкретными функциями Участников, критериями подбора и оценки Проектов, программами мотивации и этапами реализации.
- 4.5. Принятие решения об установлении критериев оценки Проектов.
- 4.6. Взаимодействие с государственными органами Российской Федерации по подтверждению тем Проектов.
- 4.7. Утверждение Отчёта.

4.8. Проведение заседаний Рабочей группы осуществляется в соответствии с принятым регламентом.

5. Измерение медиааудитории и показателей эффективности информационной продукции Проектов

5.1. Участники Меморандума договорились, что эффективность информационной продукции Проектов может сопровождаться измерением параметров медиааудитории и показателей её потребления.

5.2. Проведение измерения может осуществляться Уполномоченной измерительной организацией в объёме и на условиях, согласуемых Сторонами в рамках отдельных договоров.

5.3. Измерение осуществляется Уполномоченной измерительной организацией с использованием собственных методологий и исследовательских продуктов и инструментов. Конкретный перечень показателей и порядок проведения измерения по отдельным Проектам согласуются с Рабочей группой.

5.4. Результаты Измерения носят аналитический характер, отражают отдельные параметры потребления информационной продукции и рассматриваются как один из элементов комплексной оценки реализации Проектов; и могут использоваться Рабочей группой при анализе реализации Проектов, а также при подготовке обобщённых материалов, включая публичные отчёты, без придания им характера окончательной оценки общественного эффекта.

6. Заключительные положения

6.1. Участие АО «Медиаскоп» в реализации настоящего Меморандума не предполагает возникновения у Ассоциации и иных Участников Меморандума каких-либо финансовых обязательств и не ограничивает право АО «Медиаскоп» оказывать измерительные услуги на возмездной основе по отдельным договорам. АО «Медиаскоп» присоединяется к настоящему Меморандуму в порядке, предусмотренном пунктом 6.6 Меморандума.

6.2. Настоящий Меморандум составлен в одном оригинальном экземпляре, который хранится в Дирекции Ассоциации коммуникационных агентств России. Копии Меморандума направляются всем Участникам и иным заинтересованным лицам по запросу.

6.3. Настоящий Меморандум открыт для присоединения новых Участников – индустриальных ассоциаций, деловых объединений и организаторов профессиональных фестивалей и конкурсов в коммуникационной отрасли.

6.4. Инициатором изменений может выступить любой Участник настоящего Меморандума.

- 6.5. Изменения в настоящий Меморандум вносятся по совместному решению Рабочей группы и Совета Ассоциации.
- 6.6. Настоящий Меморандум подписывается путём совершения процедуры присоединения – подписания Листа присоединения.

ЛИСТ ПРИСОЕДИНЕНИЯ

МЕМОРАНДУМ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ

между индустриальными ассоциациями, деловыми объединениями и организаторами профессиональных фестивалей и конкурсов

г. Москва

«23» апреля 2026 г.

Меморандум подписан:

АКАР

Президент

Пискарев Сергей Львович

Подпись: _____

Дата подписания: « » _____ 20__ г.

М.П.



АО «Медиаскоп»

Заместитель генерального директора

Пинчук Виктор Николаевич

Подпись: _____

Дата подписания: « » _____ 20__ г.

М.П.



ООО «ЦРБК»: «НПБК. Эффективность», ADCR Awards, Первый независимый региональный фестиваль рекламы, «Перспектум»

Генеральный директор

Смоляков Валентин Викторович

Подпись: _____

Дата подписания: «__» _____ 20__ г.



ООО «ММФР»: Московский международный фестиваль рекламы Red Apple

Генеральный директор

Смоляков Валентин Викторович

Подпись: _____

Дата подписания: «__» _____ 20__ г.



Конкурс digital-рекламы «МИКС Россия»

Президент

Омельницкий Борис Анатольевич

Подпись: _____

Дата подписания: «__» _____ 20__ г.



«Состав.ру»

Генеральный директор

Трубников Александр Леонидович

Подпись: _____

Дата подписания: « ____ » _____ 20__ г.



«E+ Awards»

Генеральный директор

Сон Екатерина Валерьевна

Подпись: _____

Дата подписания: « ____ » _____ 20__ г.



Премия «Best Experience Marketing Awards — bema!»

Генеральный продюсер

Горбачева Елена Александровна

Подпись: _____

Дата подписания: « ____ » _____ 20__ г.

М.П.



«Silver Mercury»

Директор департамента по развитию и работе с членами жюри

Дорохина Алина Михайловна

Подпись: _____

Дата подписания: «__» _____ 20__ г.

М.П.

Премия «Проксима»

Генеральный директор

Ананьин Василий Геннадьевич

Подпись: _____

Дата подписания: «__» _____ 20__ г.

М.П.

