



ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ  
СЛУЖБА  
(ФАС России)  
ЗАМЕСТИТЕЛЬ  
РУКОВОДИТЕЛЯ

Руководителям территориальных  
органов ФАС России

Садовая Кудринская, 11  
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993  
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24  
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

31.03.2017 № АК/2095/17

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

О внесении изменений в  
Федеральный закон «О рекламе»

ФАС России в связи с опубликованием 28 марта 2017 г. на портале [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru) Федерального закона от 28 марта 2017 г. № 44-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования механизмов увеличения доходов субъектов детско-юношеского спорта и субъектов профессионального спорта» сообщает.

Статьей 2 Федерального закона от 28 марта 2017 г. на № 44-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования механизмов увеличения доходов субъектов детско-юношеского спорта и субъектов профессионального спорта» внесены изменения в статью 27 Федерального закона «О рекламе», устанавливающую требования к рекламе основанных на риске игр, пари.

**Указанные изменения вступают в силу с 1 апреля 2017 г.**

В статье 27 Федерального закона «О рекламе» вводятся новые части 2.1, 2.2, в которых предусматриваются исключения из общих запретов рекламы организаторов азартных игр для рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах.

Так, например, согласно новой части 2.1 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» реклама основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах,



помимо ранее предусмотренной возможности размещения в теле- и радиопрограммах в период с 22 до 7 часов местного времени, также допускается во время трансляции в прямом эфире или в записи спортивных соревнований (в том числе спортивных матчей, игр, боев, гонок) при условии, что общая продолжительность такой рекламы составляет не более двадцати процентов общего допустимого времени трансляции рекламы во время трансляции спортивных соревнований, установленного в соответствии с частями 3 и 9 статьи 14, частями 2 и 8 статьи 15 данного Федерального закона.

Таким образом, размещение рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах, допускается к размещению в теле- и радиопрограммах в любое время в течение суток, при условии ее распространения исключительно во время трансляции спортивных соревнований, а также соблюдения условия о ее общей продолжительности (не более 20% от 9 минут в час, то есть, не более 108 секунд).

Также, новая часть 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» допускает возможность распространения рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в периодических печатных изданиях, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера.

Таким образом, расширен перечень периодических печатных изданий, в которых допускается реклама основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах.

На рекламу организаторов других азартных игр такое исключение не распространяется. Реклама организаторов других азартных игр, в силу пункта 3 части 2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» допускается только в периодических печатных изданиях рекламного характера, а также в периодических печатных изданиях, предназначенных для работников организатора азартных игр и (или) участников таких игр, находящихся в границах игорных зон.

При этом, в силу части 6 статьи 8 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» информация о специализации издания содержится в свидетельстве о регистрации средства массовой информации, а также может быть получена путем соответствующего запроса в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Отдельным образом стоит обратить внимание на то, что новая часть 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» допускает распространение

рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в сети «Интернет», однако только на сайтах трех видов:

- на сайтах, зарегистрированных в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера;

- на официальных сайтах общероссийских спортивных федераций либо профессиональных спортивных лиг;

- на сайтах, владельцем которых является учредитель телеканала спортивной направленности, не являющегося телеканалом, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств.

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» сетевым изданием признается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации. При этом, при регистрации средства массовой информации, согласно части 6 статьи 8 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» указывается его специализация.

Таким образом, в случае, если сайт зарегистрирован в качестве средства массовой информации, специализирующегося на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера, на таком сайте допускается распространение рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах.

Согласно пункту 6 статьи 2 Федерального закона «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», общероссийская спортивная федерация - общероссийская общественная организация, которая создана на основе членства, получила государственную аккредитацию и целями которой являются развитие одного или нескольких видов спорта на территории Российской Федерации, их пропаганда, организация, проведение спортивных мероприятий и подготовка спортсменов - членов спортивных сборных команд Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 10.2 статьи 2 Федерального закона «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» профессиональная спортивная лига - юридическое лицо, которое создается в предусмотренных законодательством Российской Федерации организационно-правовых формах, основными целями деятельности которого являются организация и (или) проведение профессиональных спортивных соревнований в порядке и случаях, которые установлены данным законом.

Официальным сайтом общероссийской спортивной федерации либо профессиональной спортивной лиги, по мнению специалистов ФАС России,

может признаваться сайт, зарегистрированный в качестве информационного ресурса указанных организаций, при этом информация о принадлежности данного сайта к общероссийской спортивной федерации либо к профессиональной спортивной лиги отображается на портале RU-CENTER (АО «Региональный Сетевой Информационный Центр») <https://www.nic.ru/>.

При этом, распространение рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и/или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования на иных сайтах, не указанных в части 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе», не допускается.

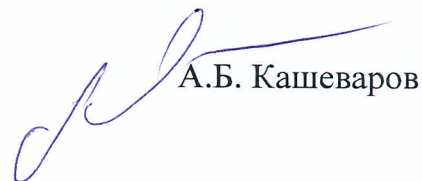
Кроме того, согласно новой части 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» также допускается реклама средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах:

- в спортивных сооружениях;
- на спортивной форме спортсменов и (или) спортивных клубов.

Распространение иной информации в рекламе организаторов азартных игр в букмекерских конторах, размещаемой в букмекерских конторах не допускается.

При этом, согласно части 2 статьи 1.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях закон, смягчающий или отменяющий административную ответственность за административное правонарушение либо иным образом улучшающий положение лица, совершившего административное правонарушение, имеет обратную силу, то есть распространяется и на лицо, которое совершило административное правонарушение до вступления такого закона в силу и в отношении которого постановление о назначении административного наказания не исполнено.

Учитывая изложенное, в случае если в территориальных органах ФАС России находятся в производстве дела, возбужденные по признакам нарушения статьи 27 Федерального закона «О рекламе» в отношении рекламы букмекерских контор, распространение которой с 01 апреля 2017 г. в определенных местах или определенными способами не подпадает под запрет, установленный в статье 27 Федерального закона «О рекламе», такие дела подлежат прекращению.

  
А.Б. Кашечиков