Федеральная антимонопольная служба

Ассоциация защиты прав участников азартных игр и лотерей является некоммерческой организацией, осуществляющей представление и защиту прав участников азартных игр и лотерей.

Как неоднократно отмечалось ФАС России, в Российской Федерации в целях минимизации негативного влияния на население и снижения рисков вовлечения в азартные игры ограничивается реклама основанных на риске игр, пари и лотерей.

Соответствующие ограничения содержатся в статье 27 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ № 38-ФЗ).

В части 2, пунктах 1 и 2 части 2.2 статьи 27 ФЗ № 38-ФЗ перечислен закрытый перечень способов размещения рекламы основанных на риске игр, пари, а также средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах.

Организаторы азартных игр в букмекерских конторах **не в праве размещать свою рекламу, а также свои средства индивидуализации иными способами, кроме прямо предусмотренных** Федеральным законом.

Вместе с тем, широкое распространение получила практика использования официальных наименований спортивных соревнований, клубов, спортивных объектов для осуществления рекламы как организатора азартных игр в букмекерских конторах, так и средств индивидуализации организатора азартных игр, например:

- **FONBET** Кубок России по Футболу;
- **OLIMPBET** Чемпионат Молодежной хоккейной лиги;
- **FONBET** Чемпионат Континентальной хоккейной лиги;
- Футбольный клуб «**PARI** Нижний Новгород»;
- Стадион «**BETBOOM** Арена» (Уфа) и др.

В указанных случаях, наименование (или средства индивидуализации) букмекерской конторы включаются как составная часть официального наименования спортивного соревнования, спортивного клуба, спортивного сооружения, на основании соглашения между субъектами спорта, владельцами спортивных объектов и букмекерскими конторами.

Представляется, что данная практика:

- противоречит требованиям ФЗ № 38-ФЗ, поскольку в статье 27 определен закрытый перечень мест и способов размещения средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах, в том числе при взаимодействии с субъектами спорта, который не включает в себя возможность размещения средств индивидуализации букмекерских контор в наименованиях;

- позволяет обходить установленные ФЗ № 38-ФЗ ограничения на рекламу букмекерских контор, которая получает широкое распространение среди неопределенного круга лиц, включая несовершеннолетних, благодаря рекламному и

информационному освещению спортивных соревнований, деятельности клубов, объектов спорта.

Просим разъяснить, соответствуют ли требованиям и ограничениям Федерального закона «О рекламе» действия по включению наименований или средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в качестве составной части официальных наименований спортивных мероприятий, субъектов спорта, спортивных объектов.

С уважением,
Исполнительный директор
В.И. Рий