

*Выполнил:
магистрант Юридического института НИУ «БелГУ»
Белозерова Н.*

Специфика требований законодательства к рекламе проведения игр и пари на территории Российской Федерации

С 1 апреля 2017 года вступили в силу изменения, корректирующие Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» в части требований к рекламе игр и пари. Изменения направлены на увеличение доходов субъектов детско-юношеского спорта и профессионального спорта.

Согласно новой ч. 2.1 ст. 27 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 20% общего допустимого времени трансляции рекламы во время трансляции спортивных соревнований, установленного в соответствии с ч. ч. 3 и 9 ст. 14, ч. ч. 2 и 8 ст. 15 данного Закона.

Таким образом, размещение рекламы основанных на риске игр, пари 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 теперь допускается возможность распространения такой рекламы в периодических печатных изданиях, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера. На рекламу организаторов

других азартных игр такое исключение не распространяется. Реклама организаторов других азартных игр в силу п. 3 ч. 2 ст. 27 Закона № 38-ФЗ 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.

Кроме того, новая ч. 2.2 ст. 27 Закона № 38-ФЗ 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, но только на сайтах трех видов:

- 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.

Также допускается реклама средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах:

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

В связи с этими новеллами ФАС России в письме от 31.03.2017 сообщает, что поскольку закон, смягчающий или отменяющий административную ответственность, имеет обратную силу, то дела, возбужденные по признакам нарушения ст. 27 Закона № 38-ФЗ в отношении рекламы букмекерских контор, подлежат прекращению.