

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 034/05/27-67/2020**

22 мая 2020 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 22 мая 2020 года

Решение изготовлено в полном объеме 26 мая 2020 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления;

член Комиссии – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 034/05/27-67/2020, возбужденное по признакам нарушения пп. 8 ч. 1, ч. 2 – 2.2, ч. 5 ст. 27, ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении ООО «Букмекер Паб» (ИНН: 7743754297, КПП: 325701001, ОГРН: 1097746541144, Дата присвоения ОГРН: 16.09.2009, адрес: Брянская обл., г. Брянск, ул. Ульянова, д. 64),

в присутствии представителя ООО «Букмекер Паб» Б.В.А. (доверенность № ДБП – 156/2020),

### **УСТАНОВИЛА:**

В Волгоградское УФАС России поступило обращение физического лица с жалобой на незаконное распространение рекламы букмекерских услуг на штендере по адресу: Волгоград, ул. Невская, 12В (вх. № 11692 от 10.12.2019).

Как указал заявитель, реклама размещается на переносном штендере, который выставляют чаще после обеда или ближе к вечеру. Кроме того, заявитель отметил, что данная реклама оскорбляет и плохо воздействует на подрастающее поколение.

К заявлению была приложена фотография распространяемой рекламы, на которой изображена женщина в открытой одежде, стоящая в непристойной позе. Реклама сопровождается текстом:

*«1ХСТАВКА*

*приходи сам*

*приводи друга*

*ставка каждому*

*500 р*

ДАМ ОБОИМ

ул. Невская, д. 12 в».

Заявитель позднее уточнил, что фото рекламы сделано 09.12.2019, реклама размещается в указанном месте в течение довольно длительного времени.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация, размещенная на наружной конструкции, является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяется посредством переносного щтендера на улице;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступают букмекерские услуги, оказываемые сервисом «1хСтавка».

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

В ходе рассмотрения заявления Волгоградским УФАС был направлен запрос в территориальные органы ФАС России о факте распространения на подведомственной им территории рассматриваемой рекламы, а также о наличии возбужденных по аналогичным обстоятельствам дел. Информация о возбуждении дел по аналогичным обстоятельствам территориальными органами ФАС России, а также о факте ее распространения на территории иных субъектов России не представлена.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 1 и ч. 5 ст. 27, ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем исходя из содержания п. 7 ст. 3 Закона о рекламе является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В ходе выяснения всех обстоятельств распространения рекламы было установлено, что на сайте <https://1xstavka.ru/> содержится информация о лице, осуществляющем деятельность, используя товарный знак 1X (указан в рекламе). Данный товарный знак принадлежит букмекерской компании «1XСТАВКА» (Общество с ограниченной ответственностью «Букмекер Паб» ИНН: 7743754297, КПП: 325701001, ОГРН: 1097746541144, Дата присвоения ОГРН: 16.09.2009, адрес: Брянская обл., г. Брянск, ул. Ульянова, д. 64, info@1xstavka.ru).

Также на указанном сайте в разделе «пункты приема ставок» при выборе в строке поиска «город Волгоград» выявляется список адресов, среди которых указан ул. Невская, д. 12В, то есть место распространения рекламы.

Указанный адрес также фигурирует в лицензии № 17 от 01.10.2010, выданной ООО «Букмекер Паб» на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах.

Таким образом, по полученной информации рекламодателем и рекламодателем выступило ООО «Букмекер Паб» (ИНН: 7743754297, КПП: 325701001, ОГРН: 1097746541144, Дата присвоения ОГРН: 16.09.2009, адрес: Брянская обл., г. Брянск, ул. Ульянова, д. 64, info@1xstavka.ru).

Определением от 05 февраля 2020 года в отношении ООО «Букмекер Паб» (ИНН: 7743754297, КПП: 325701001, ОГРН: 1097746541144, Дата присвоения ОГРН: 16.09.2009, адрес: Брянская обл., г. Брянск, ул. Ульянова, д. 64) было возбуждено производство по делу № 034/05/27-67/2020 по признакам нарушения пп. 8 ч. 1, ч. 2 – 2.2, ч. 5 ст. 27, ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

На заседание Комиссии 04 марта 2020 представитель ООО «Букмекер Паб» представил письменные пояснения, согласно которым акция, размещенная на переносном штендере, проводилась в Волгограде в ноябре 2018 года, однако информация о сроках и территории распространения рассматриваемой рекламы не указаны. Реклама в настоящее время не распространяется.

Информация о прекращении распространения указанной рекламы также подтверждается заявителем.

Вопрос об оценке рассматриваемой рекламы был включен в повестку заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе Волгоградского УФАС, прошедшего 17.02.2020.

Для оценки членам Совета представлено фото рекламы.

После просмотра рекламы было принято решение предварительно обсудить данную рекламу.

При обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие мнения. Один из членов Совета отметил, что такого рода реклама является нормой для такого вида деятельности как букмекерские услуги. Кроме того, было отмечено, что данную рекламу стоит рассматривать в совокупности с тем фактом, что наружная реклама букмекерских услуг запрещена вообще.

На голосование поставлены следующие вопросы:

1. Использовано ли в указанной рекламе непристойное выражение (в совокупности с образом)?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

2. Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом)?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

Результаты голосования по обоим вариантам рекламы распределились следующим образом:

1 вопрос: Использовано ли в указанной рекламе непристойное выражение (в совокупности с образом)?

9 голосов – да;

0 голосов – нет;

1 голос - затрудняюсь ответить.

2 вопрос: Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом)?

0 голосов – да;

10 голосов – нет;

0 голосов - затрудняюсь ответить.

По результатам голосования по указанным в повестке вопросам члены Экспертного совета единогласно решили признать, что в представленной рекламе использовано непристойное выражение (в совокупности с образом); признать, что

в соответствии с действующими нормами морали и нравственности использование в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом) не допустимо.

К материалам дела № 034/05/27-67/2020 приобщен протокол указанного заседания Экспертного совета.

Определением от 04.03.2020 рассмотрение дела № 034/05/27-67/2020 было отложено на 30.03.2020 в связи с необходимостью получения дополнительной информации от ООО «Букмекер паб», а также ввиду отсутствия кворума для рассмотрения дела.

Определением от 30.03.2020 рассмотрение дела № 034/05/27-67/2020 было отложено на 29 апреля 2020 года в связи с установлением с 30.03.2020 по 03.04.2020 нерабочих дней с сохранением за работниками заработной платы, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 25.03.2020 № 206 «Об объявлении в Российской Федерации нерабочих дней», а также необходимостью получения от ООО «Букмекер Паб» информации о сроках и территории распространения рассматриваемой в деле рекламы.

Определением от 29.04.2020 рассмотрение дела № 034/05/27-67/2020 было отложено на 22 мая 2020 года в связи с установлением с 4 по 30 апреля 2020 года включительно нерабочих дней с сохранением за работниками заработной платы, в соответствии с Указом Президента РФ от 02.04.2020 № 239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)», а также в соответствии с Постановлением Губернатора Волгоградской области от 15.03.2020 № 179 в целях организации режимов труда органов государственной власти, органов местного самоуправления и организаций с участием государства в связи с необходимостью принятия мер по нераспространению новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV), а также в целях обеспечения прав сторон на участие в заседании Комиссии.

На заседании комиссии 22 мая 2020 года представитель ООО «Букмекер паб» устно и письменно пояснил, что акция, информация о которой размещена на переносном штендере, проводилась в Волгограде в ноябре 2018 года. Территорией распространения рассматриваемой рекламы являлась территория помещения пункта приема ставок букмекерской конторы. Штендер первоначально стоял в помещении, но в один из дней был выставлен наружно. Устно также было пояснено, что указанный штендер был выставлен наружу на улицу по личной инициативе управляющего пункта приема ставок по указанному адресу в целях привлечения внимания к акции.

В настоящее время, по информации представителя ООО «Букмекер паб», спорная реклама не распространяется.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых

средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация, размещенная на наружной конструкции, является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяется посредством переносного щтендера на улице;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступают букмекерские услуги, оказываемые сервисом «1хСтавка».

Согласно п. 1 ст. 4 Федерального закона от 29.12.2006 № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (далее – ФЗ-244) азартной игрой признается основанное на риске соглашение о выигрыше, заключенное двумя или несколькими участниками такого соглашения между собой либо с организатором азартной игры по правилам, установленным организатором азартной игры.

В ч. 1 ст. 4 ФЗ-244 установлено, что пари - это азартная игра, при которой исход основанного на риске соглашения о выигрыше, заключаемого двумя или несколькими участниками пари между собой либо с организатором данного вида азартной игры, зависит от события, относительно которого неизвестно, наступит оно или нет.

*Статья 27* Закона о рекламе закрепила, что реклама основанных на риске игр, пари не должна использовать образы людей и животных (пп. 8 ч. 1).

Рассматриваемая реклама содержит образ женщины, что нарушает указанную норму.

Частями 2 – 2.2 *статьи 27* установили способы распространения рекламы основанных на риске игр, пари. Так, реклама основанных на риске игр, пари допускается только в теле- и радиопрограммах с 22 до 7 часов местного времени, за исключением случая, предусмотренного частью 2.1 ст. 27 Закона о рекламе; в зданиях, строениях, сооружениях, в которых проводятся такие игры, пари, за исключением объектов транспортной инфраструктуры (вокзалов, аэропортов, станций метрополитена и других подобных объектов); в периодических печатных изданиях, на обложках и в выходных данных которых содержится информация о специализации указанных изданий на сообщениях и материалах рекламного характера, а также в периодических печатных изданиях, предназначенных для работников организатора азартных игр и (или) участников таких игр, находящихся в границах игорных зон, созданных в соответствии с ФЗ-244.

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

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 Закона о рекламе.

Кроме того, допускаются размещение, 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 периодических печатных изданиях, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера; в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети "Интернет"): 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; средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах; в спортивных сооружениях; на спортивной форме спортсменов и (или) спортивных клубов.

Переносной штендер, на котором размещается рассматриваемая реклама, находящийся вне места проведения основанных на риске игр и пари, не входит в перечень мест, на котором разрешено размещение рекламы таких игр и пари.

Соответственно, рассматриваемая реклама размещена с нарушением норм о местах, допустимых для размещения рекламы букмекерских услуг.

Согласно ч. 5 ст. 27 Закона о рекламе реклама основанных на риске игр, пари должна содержать: указание на сроки розыгрышей призов в процессе проведения основанных на риске игр, пари; источник информации об организаторе основанных на риске игр, пари, о правилах их проведения, о призовом фонде таких игр, пари, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей.

В рассматриваемой рекламе указанная информация отсутствует.

Таким образом, рассматриваемая в деле реклама нарушает требования пп. 8 ч. 1, ч. 2 – 2.2, ч. 5 ст. 27 Закона о рекламе.

Кроме того согласно ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в письме от 29.04.2013 АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, к непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

По мнению заявителя, данная реклама оскорбляет и плохо воздействует на подрастающее поколение.

Слово «непристойный» в соответствии с Толковым словарем русского языка С.И. Ожегова означает «неприличный, бесстыдный». «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, вежливость, благопристойность.

Рассматриваемая реклама содержит изображение женщины, которая стоит опираясь на локти и колени (колени – локтевая интимная поза), одежда открытая, большой вырез в области груди открыто демонстрирует чуть прикрытую женскую грудь.

Таким образом, поза и открытая демонстрация полуобнаженной части тела – женской груди нарушают традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, и является неприличным.

Кроме того, рассматриваемая реклама содержит текст «Приходи сам Приводи друга ДАМ ОБОИМ». При этом акцент за счет большего шрифта сделан на слова «ДАМ ОБОИМ».

С учетом сленгового значения слова «дам» (форма первого лица глагола «дать») реклама создает впечатление, что выражение исходит именно от изображенной в рекламе женщины, которая таким образом выражает готовность к вступлению в половую связь с любым желающим и даже его другом.

Таким образом, использованное в рекламе сочетание образа и указанной фразы является крайне непристойным, и даже создает на первый взгляд впечатление рекламы интимных услуг, то есть деятельности, не связанной с деятельностью организации-рекламодателя.

Указанная реклама распространялась наружно, на улице, что означает доступность ее восприятия не только посетителям и клиентам букмекерской конторы приема ставок «Букмекер паб», в том числе несовершеннолетним.

Согласно Положению об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области, утвержденному приказом Волгоградского УФАС России № 64 от 17.05.2017г (с изменениями внесенными приказами № 142 от 19.09.2017г., № 100 от 26.07.2018, № 136 от 10.09.2019) Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Волгоградском УФАС России). Его решения имеют рекомендательный характер и учитываются Управлением при принятии решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации. Решения принимаются большинством голосов.

Члены Экспертного совета на заседании 17.02.2020 единогласно решили признать, что в представленной рекламе использовано непристойное выражение (в



совокупности с образом); признать, что в соответствии с действующими нормами морали и нравственности использование в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом) не допустимо.

В связи с вышеизложенным, на основании анализа совокупности всех элементов зрительного воздействия на потребителя (теста, рекламы, способа и места размещения реклам), с учетом восприятия рассматриваемой в деле рекламы потребителями, а также с учетом мнения членов Совета относительно рассматриваемой рекламы, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая в деле реклама нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 1 и ч. 5 ст. 27, ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламоделец.

Рекламоделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем исходя из содержания п. 7 ст. 3 Закона о рекламе является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем и рекламодателем в данном случае выступило ООО «Букмекер Паб» (ИНН: 7743754297, КПП: 325701001, ОГРН: 1097746541144, Дата присвоения ОГРН: 16.09.2009, адрес: Брянская обл., г. Брянск, ул. Ульянова, д. 64)

Необходимость в выдаче ООО «Букмекер Паб» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствует.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с п. 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать наружную рекламу букмекерских услуг с текстом: «1ХСТАВКА приходи сам приводи друга ставка каждому 500 р ДАМ ОБОИМ ул. Невская, д. 12 в», распространявшуюся на переносном штендере в период с ноября 2018 года по декабрь 2019 года, ненадлежащей нарушающей требования пп. 8 ч. 1, ч. 2 – 2.2, ч. 5 ст. 27, ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Букмекер Паб» (ИНН: 7743754297, КПП: 325701001, ОГРН: 1097746541144, Дата

присвоения ОГРН: 16.09.2009, адрес: Брянская обл., г. Брянск, ул. Ульянова, д. 64).

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.