

ООО «БК «ПАРИ»

Волгоградский проспект, д. 43,

корп. 3, этаж 1, помещ. II,

ком. 80, г. Москва,

Заявителю

РЕШЕНИЕ

по делу № 034/05/18-1534/2022

20 марта 2023 года

Волгоград

Комиссия Волгоградского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии	- заместитель руководителя Управления – Никуйко Ирина Борисовна;
Члены Комиссии	- заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок,

недобросовестной конкуренции и рекламы –
Алимова Елена Владимировна;

- ведущий специалист – эксперт – Салимова
Надежда Павловна;

рассмотрев дело № 034/05/18-1534/2022, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Букмекерская контора «ПАРИ» (ООО «БК «ПАРИ», ОГРН: 1027703029188, дата присвоения ОГРН: 30.12.2002, ИНН: 7703365167, КПП: 772201001, адрес: г. Москва, Волгоградский проспект, д. 43, корп. 3, этаж 1, пом. II, ком. 80) по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 и ч. 2 ст. 27 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «БК «ПАРИ» по доверенности от 09.01.2023 Минина С.Д. (участвовал дистанционно в режиме ВКС) и представителя заявителя по доверенности от 09.01.2023 Кузнецова В.В.,

УСТАНОВИЛА:

Волгоградское УФАС России рассмотрело заявление физического лица (вх. № 2678/22 от 07.11.2022) с жалобой на распространение нежелательных рекламных смс-сообщений.

26.10.2022 в 09:11 на телефонный номер заявителя 8-961-657-80-83 поступило смс-сообщение с номера, имеющего буквенное обозначение «PARI.RU» со следующим содержанием: *«Заклучим сделку? С тебя – 100 р., с нас – фрибет 500 р.: i.pari.ru/dep».*

Заявитель указал, что согласия на получение такой рекламы не давал.

ООО «Скартел» в письме от 07.12.2022 года вх. № 3735-ЭП/22 указало, что между ООО «Скартел» (Оператор) и АО «МегаЛабс» (Партнер) заключен договор № 14-6900 от 20.10.2014, в соответствии с которым Оператор обязуется по заявкам Партнера оказывать услуги по предоставлению доступа к Интерфейсу (программное средство, взаимодействующее с платформой Оператора и используемое Партнером для направления Мобильной рекламы и/или Информационных материалов) для целей размещения Мобильной рекламы и/или Информационных материалов по Базе Клиента среди абонентов с помощью Каналов коммуникации.

На основании соглашения о передаче прав и обязанностей от 01.05.2021 все полномочия по указанному договору от АО «МегаЛабс»

перешли к ПАО «МегаФон». В связи с тем, что указанное смс-сообщение было разослано по инициативе Партнера, именно Партнер должен располагать предварительным согласием абонента на получение рассылки. ООО «Скартел» утверждает, что никаких технических и фактических действий по формированию содержания смс-сообщений и списка адресатов не совершало.

Согласно информации, полученной ООО «Скартел» от своего Партнера, рассматриваемое смс-сообщение было направлено ООО «БК «ПАРИ».

ООО «БК «ПАРИ» в письме от 05.12.2022 сообщило, что обязательными условиями регистрации на интернет-сайте www.pari.ru (далее — Сайт) являются:

1. Ввод пользователем Сайта определенного набора данных, включая номер телефона;
2. Ознакомление и собственноручное проставление согласия (в отдельном «чек-боксе») с:
 - соглашением на обработку персональных данных;
 - с правилами азартных игр и с соглашением о выигрыше.

ООО «БК «ПАРИ» сообщает, что регистрация и дальнейшее подтверждение номера телефона невозможны без выражения согласия с указанными утверждениями, а также без ознакомления и выражения согласия на обработку персональных данных абонента. До собственноручного проставления согласия техническая возможность продолжить регистрацию отсутствует (кнопка «далее» неактивна).

Согласие на обработку персональных данных помимо прочих условий содержит следующее положение: «Даю согласие на получение мной информации/ материалов/ уведомлений (любыми способами, включая email-рассылки, push-уведомления, sms-рассылки и пр.) о деятельности ООО «БК «ПАРИ», включая информацию о предстоящих спортивных событиях, акциях, предложениях и пр.».

Также ООО «БК «ПАРИ» утверждает, что все пользователи, проходящие регистрацию, обязаны ознакомиться и собственноручно дать согласие, в частности, на получение информации посредством смс-сообщений или push-уведомлений, после предоставления согласия регистрация может быть продолжена (кнопка «далее» становится активной).

Кроме того, ООО «БК «ПАРИ» обращает внимание чтобы, чтобы избежать ошибок и для повторного подтверждения согласия пользователь получает дополнительный код на указанный при регистрации номер телефона. Таким образом ООО «БК «ПАРИ» считает, что получает двойное подтверждение

согласия пользователя со всеми правилами, условиями, утверждениями, в частности, получением информации посредством смс-рассылки.

ООО «БК «ПАРИ» сообщает, что абонент +79616578083 осуществил регистрацию на Сайте, указав, в частности, номер телефона и проставив согласие со всеми правилами, условиями, утверждениями, в т.ч. получением информации посредством смс-рассылки.

ООО «БК «ПАРИ» представило информацию, об исключении номера заявителя из базы информационных рассылок ООО «БК «ПАРИ».

По результатам рассмотрения заявления определением от 30.12.2022 было возбуждено дело № 034/05/18-1534/2022 по признакам нарушения ч. 1 ст. 18, ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе в отношении ООО «БК «ПАРИ» (ОГРН: 1027703029188, Дата присвоения ОГРН: 30.12.2002, ИНН: 7703365167, КПП: 772201001, адрес: г. Москва, Волгоградский проспект, д. 43, корп. 3, этаж 1, помещ. II, ком. 80).

К моменту заседания Комиссии от ООО «БК «ПАРИ» поступило письменное ходатайство (от 18.01.2023 вх. № 408-ЭП/23) о предоставлении возможности участия в заседании комиссии путем видеоконференцсвязи. Ходатайство было удовлетворено.

ООО «БК «ПАРИ» представило письменные пояснения (исх. № 51/1 от 19.01.2023), в котором сообщило, что указанное смс – сообщение не является рекламой исходя из положения ст. 3 Закона о рекламе (реклама – это 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). Согласно разъяснениям, содержащимся в письме ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе», действовавшем на момент отправки спорного смс – сообщения, направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений. Если информация выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Закона «о рекламе».

Согласно письму ФАС России от 05 апреля 2007 года № АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц», действовавшему по состоянию на 26 октября 2022 года, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые

не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Таким образом, ООО «БК «ПАРИ» отмечает, что для признания наличия у информационного сообщения рекламного характера необходимо установить наличие совокупности признаков рекламы:

1. Информация должна быть адресована неопределенному кругу лиц, т.е. лицам, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей информации;
2. Информация должна быть направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и продвижение на рынке.

ООО «БК «ПАРИ» считает необходимым отметить, что законодательство Российской Федерации разделяет понятие «реклама» и «продвижение товаров, работ, услуг на рынке путем осуществления прямых контактов» с потенциальным потребителем с помощью средств связи, а также в целях политической агитации допускается только при условии предварительного согласия субъекта персональных данных.

Таким образом, ООО «БК «ПАРИ» отмечает, что законодатель разделяет понятие «реклама» как информация, адресованная неопределенному кругу лиц, и «продвижение товаров, работ, услуг на рынке», осуществляемое в отношении конкретных лиц, предварительно давших свое согласие на получение соответствующей информации, и рекламой не являющиеся.

ООО «БК «ПАРИ» утверждает, что указанное смс – сообщение рекламой не является ввиду следующего:

- информационное сообщение направлено на конкретный телефонный номер, принадлежащий конкретному клиенту ООО «БК «ПАРИ», и не адресовано неопределенному кругу получателей;

- информационное сообщение представляет интерес и доступно только конкретному клиенту ООО «БК «ПАРИ», то есть лицу, непосредственно входящему в целевую аудиторию ООО «БК «ПАРИ», и не распространялось среди лиц за пределами целевой аудитории.

На основании вышеизложенного, ООО «БК «ПАРИ» занимает позицию о том, что рассматриваемое информационное сообщение, не имеет рекламного характера.

Также ООО «БК «ПАРИ» сообщает, что заявитель является клиентом ООО «БК «ПАРИ» и выразил свое согласие на получение информации об акциях и специальных предложениях ООО «БК «ПАРИ» посредством смс –

сообщений.

ООО «БК «ПАРИ» сообщило об обязательных условиях регистрации на сайте ООО «БК «ПАРИ» в сети Интернет www.pari.ru:

1. Ввод пользователем сайта определенного набора данных, включая номер телефона;
2. Ознакомление и собственноручное проставления согласия с соглашением на обработку персональных данных, правилами азартных игр и соглашением на обработку персональных данных, правилами азартных игр и с соглашением о выигрыше.

Соглашение на обработку персональных данных ООО «БК «ПАРИ» прочих условий содержит следующее положение: «Также даю согласие на получение мной информации/ материалов/ уведомлений (любыми способами, включая email-рассылки, push-уведомления, sms-рассылки и пр.) о деятельности ООО «БК «ПАРИ», включая информацию о предстоящих спортивных событиях, акциях, предложениях и пр.».

ООО «БК «ПАРИ» считает, что при регистрации пользователь прямо выражает свое согласие на получение информации об акциях и специальных предложениях ООО «БК «ПАРИ», в том числе информации о предстоящих спортивных событиях, акциях и предложениях.

На основании вышеизложенного, ООО «БК «ПАРИ» просит прекратить производство в отношении него, ввиду отсутствия признаков нарушения.

На заседании комиссии 23.01.2023 представитель ООО «БК «ПАРИ» также устно подтвердил ранее представленные Обществом в рамках рассмотрения заявления пояснения от 05.12.2022. По мнению БК «Пари», данная информация является не рекламной рассылкой, а индивидуальным коммерческим предложением, от получения которого можно отказаться в любое время и в любой форме, связавшись с ООО «БК «ПАРИ».

Представитель пояснил, что на сайте получение согласия от клиентов на обработку персональных данных, согласия с Правилами и Соглашением о выигрыше оформлено путем возможности проставления одной общей галочки («Я соглашаюсь»). Форма не содержит отдельного пункта о согласии на получение рекламу, чтоб «не усложнять жизнь новым клиентам», это сделано для удобства пользователей.

Представитель Букмекерской конторы «ПАРИ» также пояснил, что стимулирующие предложения формируются в зависимости от активности клиентов Букмекерской конторы, есть несколько типов предложений. Клиенту предлагается сделать ставку на специальных условиях. Данное предложение (*С тебя – 100 р., с нас – фрибет 500 р.*) означает, что, если заявитель сделает ставку в 100 рублей, букмекерская контора добавляет к этой ставке клиента 500 рублей, выигрыш получает клиент.

Представитель заявителя на заседании Комиссии подтвердил, что заявитель действительно давал согласие на обработку его персональных данных на сайте при регистрации, но заявитель не давал согласия на получение рекламной информации.

Комиссия, оценив материалы дела, наличие достаточных оснований для вынесения решения и пришла к выводу о необходимости направления запроса полномочий в ФАС России во исполнение п. 7 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее - Правила) в связи с тем, что дело было возбуждено не только по ч. 1 ст. 18, по которой Правилами установлена специальная подведомственность дел, но также и по ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 3 Правил, дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с п. 7 Правил, Федеральная антимонопольная служба вправе поручить своему территориальному органу возбудить и (или) рассмотреть возбужденное дело по ходатайству своего территориального органа или по собственной инициативе независимо от места нахождения (места жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, или места распространения рекламы.

Определением об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 034/05/18-1534/2022 от 25.01.2023 рассмотрение дела было назначено на 03 марта 2023 года в 11 часов 00 минут.

Письмом от 09.02.2023 исх. № КТ/8986/23 ФАС России наделила Волгоградское УФАС России полномочиями на возбуждение и рассмотрение дела по признакам нарушения законодательства о рекламе (ч. 1 ст. 18, ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе) в отношении ООО «БК «ПАРИ».

К моменту заседания Комиссии от ООО «БК «ПАРИ» поступило письменное ходатайство (от 02.03.2023 вх. № 1759-ЭП/23) о возможности участия в заседании комиссии путем видеоконференц – связи. Ходатайство было удовлетворено.

На заседании комиссии 03.03.2023 представитель заявителя сообщил о том, что реклама БК «ПАРИ» на его телефон больше не поступала.

Представитель ООО «БК «ПАРИ» устно подтвердил ранее заявленную позицию.

Иных пояснений, дополнений, заявлений сторонами не представлено.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела №034/05/18-1534/2022, с учётом доводов пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

Материалами дела подтверждается, что в 09:11 26.10.2022 с номера в сети оператора связи ПАО «Мегафон», имеющего буквенное обозначение «PARI.RU», на телефонный номер заявителя 8-961-657-80-83 поступило смс-сообщение со следующим содержанием: *«Заклучим сделку? С тебя – 100 р., с нас – фрибет 500 р.: i.pari.ru/dep».*

Отправителем выступило Общество с ограниченной ответственностью «Букмекерская контора «ПАРИ» (ООО «БК» ПАРИ»).

Согласно п.п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования является товар (продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот), средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания, к которым направлена реклама (подп. 2-3 ст. 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация, полученная посредством направление смс - сообщения на номер заявителя, содержит все признаки рекламы, закрепленные в п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, и, следовательно, является рекламой. Объект рекламирования – букмекерская контора «ПАРИ», проводимые данной букмекерской конторой азартные игры.

В соответствии с письмом ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе», действовавшем на момент отправки спорного смс – сообщения, направленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и

конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Таким образом, к рекламе относится и определённая неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определённого объекта рекламирования, даже если она направляется по определённому адресному списку.

Информация с предложением сделать ставку на специальных условиях направлялась абоненту прямой адресной рассылкой по сети электросвязи в форме смс и имеют целью привлечь внимание и сформировать интерес к услугам букмекерской компании. Лицо, которому направлялось сообщение, входит в неопределённый круг лиц, о которых заранее неизвестно, вступят ли они в конкретные правоотношения с компанией по поводу предлагаемых услуг.

Рассматриваемое предложение не является исключительно индивидуальным предложением конкретному клиенту. Данное стимулирующее предложение сформировано для клиентов, имеющих определённый тип активности, поэтому его нельзя считать индивидуальным предложением конкретному клиенту.

Как отмечено в судебной практике (см. постановление Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда от 15.09.2015 № 15АП-11319/2015 по делу № А53-9616/2015), реклама всегда нацелена на определённую часть населения, так называемую «целевую аудиторию» - группу потенциальных потребителей, в том числе на конкретных потребителей, систематически пользующихся услугами, товарами. При этом реклама может доводиться до их сведения в любой форме и любыми способами, в том числе посредством SMS-сообщений и электронных отправок.

В зависимости от целей, которых стремится достигнуть реклама, круг адресатов рекламы бывает широким или, напротив, узким. Вопрос о том, какой будет целевая аудитория рекламы, решает рекламодатель.

В этой связи обособление круга лиц, которым направляется какая-либо информация персонально (в том числе и путем указания имени и отчества лица - потенциального адресата сообщения), не имеет значения в вопросах квалификации признаков рекламы в доведенной до их сведения информации, поскольку понятие неопределённого круга лиц как адресата рекламы не совпадает с понятием «целевая аудитория» рекламного послания.

Довод ООО «БК Пари» о том, что сообщение адресовано клиенту компании, указывает лишь на то, что Обществом определена целевая аудитория рекламы - клиентов, которым может быть интересно предложение, и не опровергает того, что рекламные сообщения адресованы неопределённому кругу лиц, то есть кругу, который не может быть заранее определен в качестве конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования, поскольку неизвестно, кто из адресатов под воздействием рекламы воспользуется услугами.

Кроме того, рекламируемый продукт не был сформирован исключительно для заявителя.

Фрибет-это бесплатная ставка, данная услуга разработана не индивидуально для заявителя, но и практикуется среди других клиентов ООО «БК «Пари», это подтвердил представитель ООО «БК «Пари» на заседании комиссии 23.01.2023.

Представитель также сообщил, что ООО «БК «Пари» из общей базы данных компании формирует предложения для клиентов, на основе имеющейся информации о клиенте формируется смс – рассылка с предложениями для каждого клиента.

Как следует из содержания смс-сообщения, распространенная информация не относится к услугам, уже оказываемым Обществом физическому лицу.

Квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации. Исходя из совокупности всех установленных обстоятельств распространения спорной информации, она соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы и является таковой.

Согласно п. 35 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее – Закон о связи) под электросвязью понимаются любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Абонент, согласно п. 1 ст. 2 Закона о связи - это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

В соответствии с ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

При этом в ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе закрепляется презумпция отсутствия указанного согласия абонента или адресата, поскольку в соответствии с ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы.

Заявитель указал, что согласия на получение рекламы не давал.

ООО «БК «ПАРИ» сообщило, что заявитель проставил галочку в поле согласия на обработку персональных данных, которое содержало в себе в себе согласие на получение информации о деятельности букмекерской конторы, в т.ч. на номер телефона (скрин страницы с сайта содержится в материалах дела).

Однако, сайт организован так, что Пользователь дает свое согласие на обработку именно персональных данных, но не согласие на получение рекламной информации. Данный факт скрыт в Правилах и его Пользователь не видит при регистрации.

Исходя из правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в п. 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее - постановление Пленума № 58), согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

В связи с этим, согласие на получение рекламной информации по сетям электросвязи может быть получено в устной форме при соблюдении следующих условий: проведение идентификации абонента; согласие должно быть предварительным, то есть рекламная информация может быть доведена только после получения согласия; формулировка на получение согласия должна быть однозначной недвусмысленной, позволяющей точно определить, что испрашивается согласие на доведение до абонента информации именно рекламного характера; формулировка на получение согласия должна предоставлять возможность абоненту изначально отказаться от получения (прослушивания) рекламной информации.

Вместе с тем, согласие абонента на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

При этом, в целях соблюдения баланса частных и публичных интересов стабильности публичных правоотношений, а также в целях защиты прав и

законных интересов абонента как более слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях, при получении такого согласия абоненту должна быть предоставлена возможность изначально отказаться от получения рекламной информации, а сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной и обусловленной введением абонента в заблуждение относительно цели телефонного звонка.

Предоставленное распространителю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны распространителей рекламы, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности, что недопустимо в контексте ч. 2 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Учитывая вышеизложенное, с учетом также судебной практики в рассматриваемом случае представленные документы и сведения не могут быть приняты в качестве подтверждения наличия надлежащего согласия со стороны заявителя на получение спорной рекламы.

Кроме того, с учетом объекта рекламирования Комиссией проведена оценка на предмет соответствия рекламы специальным требованиям, установленным к рекламе азартных игр.

В соответствии со ст. 27 Закона о рекламе не допускается реклама, основанная на риске игр, пари, кроме случаев, указанных в ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе. При этом распространение рекламы азартных игр по сетям электросвязи не включено в указанный в ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе перечень исключений.

Согласно ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе реклама основанных на риске игр, пари допускается только:

- 1) в теле и радиопрограммах с 22 до 7 часов местного времени,
- 2) в зданиях, строениях, сооружениях, в которых проводятся такие игры, пари, за исключением объектов транспортной инфраструктуры (вокзалов, аэропортов, станций метрополитена и других подобных объектов);
- 3) 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 Федеральным законом от 29 декабря 2006 года N 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации».

Частью 2.2. ст. 27 Закона о рекламе также предусмотрены случаи, когда помимо случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи, допускаются размещение, распространение рекламы. Распространение рекламы по сетям электросвязи также не включено в указанный в ч. 2.2 ст. 27 Закона о рекламе перечень исключений.

В соответствии с ч. 3 ст. 27 Закона о рекламе требования ч. 1 и 2 настоящей статьи применяются соответственно к рекламе организатора азартных игр, рекламе сопутствующих азартным играм услуг и рекламе игорного заведения, в том числе рекламе мест осуществления деятельности по оказанию сопутствующих азартным играм услуг.

Учитывая вышеизложенное, указанное смс-сообщение является рекламой и не подпадает под пункты исключений, таким образом реклама букмекерской конторы «Пари» запрещена действующим законодательством.

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

Рассматриваемая реклама, полученная 26.10.2022 в 09:11 на телефонный номер 8-961-657-80-83 посредством смс-сообщения с номера, имеющего буквенное обозначение «PARI.RU»: «Заклучим сделку? С тебя – 100 р., с нас – фрибет 500 р.: i.pari.ru/dep», является ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 1 ст. 18 и ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несёт ответственность за нарушение ч. 1 ст. 18 и ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе.

С учётом имеющихся сведений в рассматриваемом случае ООО «БК «ПАРИ» в рассматриваемой ситуации выступило в качестве рекламораспространителя и рекламодача.

Согласно ч. 3 ст. 36 Закона о рекламе предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

В материалы дела представлены доказательства прекращения направления рекламы БК «ПАРИ» на абонентский номер заявителя. Вместе с тем, доказательства прекращения распространения Обществом рекламы с нарушением ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе ООО «БК «ПАРИ» не представлены.

Таким образом, комиссия Волгоградского УФАС России пришло к выводу о необходимости в выдаче предписания ООО «БК «ПАРИ».

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, полученную 26.10.2022 в 09:11 на телефонный номер 8-961-657-80-83 посредством смс-сообщения с номера, имеющего буквенное обозначение «PARI.RU»: «Заключим сделку? С тебя – 100 р., с нас – фрибет 500 р.: i.pari.ru/dep», поскольку в ней нарушены требования ч. 1 ст. 18 и ч. 2 ст. 27 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «БК «ПАРИ» (ОГРН: 1027703029188, дата присвоения ОГРН: 30.12.2002, ИНН:7703365167, КПП:772201001, адрес: г. Москва, Волгоградский проспект, д. 43, корп. 3, этаж 1, пом. II, ком. 80) предписание о прекращении нарушения ч. 2 ст. 27 законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 20 марта 2023 года.

Резолютивная часть решения оглашена 03 марта 2023 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

И.Б. Н

Члены Комиссии

Е.В. А

Н.П. С

К. Е.А. (8442) 23 19 23