

ИГ/46810/17 от 14.09.2017

Российская ассоциация развития
игорного бизнеса

Народного ополчения ул.,
д. 34, корп. 3,
г. Москва, 123423

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-27-73/77-17

«30» марта 2017 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-27-73/77-17, возбужденное в отношении Российской ассоциацией развития игорного бизнеса по признакам нарушения частей 2, 3 статьи 27 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении 09.02.2016 на сайте в сети «Интернет» gaib.ru рекламы «HASHFLARE; Облачный маркетинг; Реальные деньги нереально легко», «Букмекерская франшиза IMPULSE», предлагающих заключение пари в сети Интернет,

в присутствии Российской ассоциацией развития игорного бизнеса в лице <...> (по доверенности <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-27-73/77-17 возбуждено в отношении Российской ассоциацией развития игорного бизнеса на основании заявления физического лица относительно распространения с 13.10.2016 на сайте в сети Интернет по адресу garib.ru рекламы «HASHFLARE; Облачный маркетинг; Реальные деньги нереально легко», «Букмекерская франшиза IMPULSE».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения частей 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе, выразившегося в распространении в сети «Интернет» по адресу garib.ru рекламы букмекерских контор, а также в распространении рекламы основанных на риске пари.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, выслушав доводы Российской ассоциацией развития игорного бизнеса, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Российская ассоциация развития игорного бизнеса является юридическим лицом (место нахождения: Народного ополчения ул., д. 34, корп. 3, г. Москва, 123423), действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739520258, ИНН 7734234950, КПП 773401001.

В сети «Интернет» по адресу garib.ru в форме интернет-баннеров с 13.10.2016 распространялась реклама «HASHFLARE; Облачный маркетинг; Реальные деньги нереально легко», «Букмекерская франшиза IMPULSE».

Интернет-баннер представляет собой графическое изображение небольшого размера, функцией которого является перевод пользователя на сайт лица, разместившего баннер. Сам баннер не может рассматриваться отдельно от сайта, на который он ведет. Фактически баннер, неразрывно связанный с сайтом, является частью того сайта, который открывается после «клика» на баннер, и не может рассматриваться в отрыве от самого сайта.

Гиперссылка — это часть гипертекстового документа, ссылающаяся на другой элемент (команда, текст, заголовок, примечание, изображение) в самом документе либо на другой объект (файл, директория, приложение), расположенный на локальном компьютере или в компьютерной сети, либо на элементы этого объекта.

Главное отличие гипертекста от обычного текста заключается в том, что в обычном тексте ссылки пассивны и носят декларативный характер, а в гипертекстовым документе — активны, щелчок мыши заставляет браузер загрузить новый документ (или другую часть текущего) автоматически.

При активации баннера «Букмекерская франшиза IMPULSE» на сайте garib.ru пользователь сети Интернет автоматически переходит на страницу букмекерской компании «IMPULSE SPORT BETTING».

Реклама «HASHFLARE; Облачный маркетинг; Реальные деньги нереально легко» переадресовывает пользователя на сайт, расположенный по адресу <https://hashflare.io/r/3563459C>, и содержит предложение зарегистрироваться на сайте и «зарабатывать» криптовалюту. При этом в одном из разделов сайта указано, что доходность может зависеть от одного или двух факторов: сложности майнинга; обменного курса LTC/BTC. В соответствии с графиками, на которые на сайте предложены ссылки, данные показатели меняются как в большую, так и в меньшую сторону.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из содержания баннеров внимание неопределенного круга лиц-потребителей рекламы привлекалось к сайтам в сети Интернет, на которых можно воспользоваться букмекерскими услугами (сделать ставки) и «зарабатывать» криптовалюту.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая реклама распространялась в сети Интернет на сайте с открытым доступом, а равно была доступна неопределенному кругу лиц-потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

По мнению Российской ассоциации развития игорного бизнеса, рассматриваемые баннеры не являются рекламой, а представляют собой информационный контент сайта, связанный с деятельностью самой организации.

Однако, Комиссией Московского УФАС России установлено, что в соответствии с пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики

применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Таким образом, для признания спорной информации рекламой такая информация должна отвечать определенным признакам, а именно: быть распространенной; адресованной неопределенному кругу лиц; направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направленной на продвижение объекта рекламирования на рынке.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Следовательно, материал созданный творческим трудом и содержащий в себе какую-либо информацию аналитического, обзорного характера, статистические, количественные и качественные показатели, имеющий в качестве своей цели не привлечение внимания потенциального потребителя к какому-либо товару или группе товаров, а донесение сведений до широкого круга читателей, справочный материал и т. п. не признается рекламой в контексте Закона о рекламе.

Для признания информации носящей аналитический, обзорный характер или справочный характер должен соблюдаться ряд требований, сформированный многочисленной судебной практикой и практикой антимонопольного органа. В частности, если информирование читателя о состоянии определенного товарного рынка является специализированной целью средства массовой информации, о совокупности товаров рассказывается в повествовательной (как позитивной, так и негативной) манере, не выделяются на общем фоне конкретные продукты, а наоборот проводится аналитическое сравнение и выборка, такая информация может быть признана не рекламой.

Аналитический материал по своей сути представляет информационный блок, состоящий из описания исследования какого-либо факта, процесса, явления путем логических приемов, обоснованных выводов и прогнозов, характерный для совокупности товаров. При этом такой материал содержит в себе направленность на обзор опыта либо исторического развития сегмента, но не конкретного субъекта, в частности, с использованием приемов анализа и верифицированного сравнения.

Также не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах (оказываемых услугах, выполняемых работах), размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров (лица, оказывающего услуги) либо лица, оказывающего посредническую деятельность

в их реализации, а также на страницах производителя или продавца данных товаров в социальных сетях в Интернете, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или соответствующей страницы в социальной сети об ассортименте товаров (услуг, работ), условиях их приобретения, ценах и скидках, правилах пользования. Также не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т. п.

Исходя из изложенного, не являются рекламой и каталоги (в том числе в сети Интернет) товаров (услуг, работ) и продавцов товаров, направленные на объединение и систематизацию товаров одной группы и предназначенные для предоставления информации потребителю о товарах определенной категории либо конкретного производителя, а также сообщающие об указанных производителях и продавцах товаров (о лицах, оказывающих услуги).

Вышеуказанные сведения направлены на извещение потребителей о деятельности организаций, реализуемых ими товарах и оказываемых услугах и имеют отличные от рекламы цели размещения.

В данном случае на сайте Российской ассоциации игорного бизнеса, являющейся специализированной некоммерческой организацией, размещалась информация в виде баннеров (с возможностью прямого перехода на рекламируемый сайт) о букмекерской компании «IMPULSE SPORT BETTING» и ресурсе, на котором предоставляется возможность зарабатывать криптовалюту. Следовательно рассматриваемый материал не содержит в себе какого-либо аналитического материала, а также не относится к деятельности, осуществляемой владельцем сайта.

Таким образом, спорная информация отвечает всем признакам рекламы, а именно: была распространена; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направлена на продвижение объекта рекламирования на рынке.

Согласно части 2 статьи 27 Закон о рекламе, реклама основанных на риске игр, пари допускается только: в теле- и радиопрограммах с 22 до 7 часов местного времени; 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.

В соответствии с частью 3 статьи 27 Закона о рекламе, требования части 2 статьи 27 Закона о рекламе 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.

Федеральным законом 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 — Закон об азартных играх) определены правовые основы государственного регулирования деятельности по организации и проведению азартных игр на территории Российской Федерации, а также установлены ограничения осуществления данной деятельности в целях защиты нравственности, прав и законных интересов граждан.

В соответствии со статьей 4 Закона об азартных играх, под азартной игрой понимается 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; под деятельностью по организации и проведению азартных игр понимается деятельность, направленная на заключение основанных на риске соглашений о выигрыше с участниками азартных игр.

Согласно пункту 14 статьи 4 Закона об азартных играх, букмекерской конторой является игорное заведение, в котором организатор азартных игр заключает пари с участниками данного вида азартных игр.

Согласно пункту 2 статьи 4 Закона об азартных играх, под пари понимается 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.

В соответствии с пунктом 3.1 статьи 4 Закона об азартных играх, интерактивной ставкой являются денежные средства, в том числе электронные денежные средства, передаваемые с использованием электронных средств платежа центром учета переводов интерактивных ставок букмекерских контор или тотализаторов организатору азартных игр в букмекерской конторе или тотализаторе по поручениям участников данных видов азартных игр и служащие условием участия в азартной игре в соответствии с правилами, установленными таким организатором азартных игр.

На основании изложенного распространение рекламы основанных на риске пари, а также букмекерских контор как игорных заведений в сети «Интернет» запрещено Законом о рекламе.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что при распространении в сети «Интернет» по адресу garib.ru рекламы организатора азартных игр «Букмекерская франшиза IMPULSE» установлено нарушение частей 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе.

При этом установлено, что баннер «HASHFLARE; Облачный маркетинг; Реальные деньги нереально легко» привлекал внимание неопределенного круга лиц-потребителей рекламы к сайту, на котором можно «зарабатывать» криптовалюту. Какие-либо признаки азартной игры или основанных на риске игр и пари в рекламируемой деятельности отсутствуют.

Ответственность за нарушение частей 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе, в соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Согласно сведениям, предоставленным АО «РСИЦ», администратором (владельцем) домена garib.ru является Российская ассоциация развития игорного бизнеса.

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается через сеть «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет».

Владелец сайта в сети «Интернет» — это лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Таким образом, Российская ассоциация развития игорного бизнеса является лицом, ответственным за распространение рекламы «Букмекерская франшиза IMPULSE», а равно в ее действиях по распространению рассматриваемой рекламы установлено нарушение частей 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

В дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой

ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи Российской ассоциации развития игорного бизнеса предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Согласно имеющимся в материалах дела документам и сведениям, факт распространения рассматриваемой рекламы выявлен антимонопольным органом 21.10.2016.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности на момент оглашения резолютивной части не истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать Российскую ассоциацию развития игорного бизнеса нарушившей требования частей 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе в связи с распространением в сети «Интернет» по адресу garib.ru ненадлежащей рекламы организатора азартных игр «Букмекерская франшиза IMPULSE».

2. В остальной части производство по делу № 3-27-73/77-17 прекратить в связи с неподтверждением факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать Российской ассоциации развития игорного бизнеса предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Заместитель руководителя <...>

Члены комиссии <...>

<...>

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