

ИГ/32510/18  
09.07.2018

ООО «СПОРТС.РУ»

Космодамианская наб., д. 52, стр. 3,  
г. Москва, 115035

Летниковская ул., д. 10, стр. 4,  
эт. 8, пом. 1, ком. 1,  
г. Москва, 115114

info@sports.ru

## РЕШЕНИЕ

по делу № 3-27-168/77-18

«26» июня 2018 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 № 3-27-168/77-18 в отношении ООО «СПОРТС.РУ» по признакам нарушения части 9 статьи 5, частей 2, 3 статьи 27 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении 29.07.2017 и 13.12.2017 скрытой рекламы букмекерских контор в мобильном приложении «Sports.ru»,

в присутствии представителя ООО «СПОРТС.РУ» в лице <...> (по доверенности № 06 от 16.03.2017),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-27-168/77-18 возбуждено в отношении ООО «СПОРТС.РУ», на основании заявлений физических лиц относительно распространения 29.07.2017 и 13.12.2017 скрытой рекламы букмекерских контор в мобильном приложении «Sports.ru».

ООО «СПОРТС.РУ» пояснило, что действия должностных лиц

Московского УФАС России не соответствовали Правилам рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее также Правила).

Согласно пункту 15 Правил антимонопольный орган рассматривает заявление, поданное в соответствии с Правилами, а также документы и материалы, приложенные к нему, в срок, не превышающий 1-го месяца со дня его поступления.

При рассмотрении заявления и приложенных к нему документов и материалов антимонопольный орган:

определяет, относится ли данное дело к его компетенции;

устанавливает наличие признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и определяет нормы, которые подлежат применению;

определяет круг лиц, подлежащих привлечению к участию в деле.

В случае недостаточности доказательств, позволяющих сделать вывод о наличии либо отсутствии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольный орган вправе продлить срок рассмотрения заявления, но не более чем на 1 месяц, письменно уведомив о таком решении заявителя.

Заявление вх № 61734-ЭП/17 поступило 13.12.2017. Московским УФАС России рассмотрение заявления было продлено на один месяц, о чем заявитель был уведомлен 12.01.2018, то есть в установленный законом срок.

Заявление вх № 40806-ЭП/17 поступило 24.08.2017. Московским УФАС России рассмотрение заявления было продлено на один месяц, о чем заявитель был уведомлен 25.09.2017, то есть в установленный законом срок.

Согласно пункту 16 Правил по результатам рассмотрения заявления антимонопольный орган принимает решение:

о возбуждении дела;

об отказе в возбуждении дела.

О решении о возбуждении дела заявители были уведомлены 12.02.2018 и 23.10.2017 соответственно, то есть в установленный законом срок.

Административный регламент Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденный приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (далее также Административный регламент № 711/12) регулирует вопросы, связанные с исполнением государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 5.1 Административного регламента № 711/12, заинтересованные лица вправе обжаловать действия (бездействие) антимонопольного органа, их должностных лиц и решений, принятых

(осуществляемых) ими в ходе исполнения государственной функции, в досудебном (внесудебном) порядке.

Указанные жалобы подаются заинтересованными лицами в отношении действий (бездействия), осуществленных в отношении таких лиц, в связи с тем, что такие действия (бездействие) нарушили их законные интересы и права, описанные Административным регламентом № 711/12.

Представляется очевидным, что возможное нарушение административных сроков рассмотрения обращения физического лица нарушает исключительно права такого лица, установленные, в том числе, статьей 12 Федерального закона от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», но не права лица, в отношении которого возбуждено дело на основании обращения.

До момента принятия решения от 26.06.2018 по делу № 3-27-168/77-18 Московским УФАС России не выносились властных предписаний и ограничений в отношении ООО «СПОРТС.РУ», не возлагалось на него каких-либо обязанностей, каким-либо образом ограничивающих права и законные интересы Общества.

В свою очередь, нарушения прав ООО «СПОРТС.РУ», установленных Правилами, Административным регламентом № 711/12, не выявлено. Срок рассмотрения заявления, определенный пунктами 15-16 Правил, Комиссией соблюден.

Само по себе представление того или иного лица о тенденциозности, необъективности определенных действий (бездействия) должностных лиц государственного органа не может расцениваться в качестве обстоятельства, однозначно свидетельствующего о неправомерности таких действий (бездействия).

В свою очередь, несогласие с результатами деятельности должностных лиц, выраженных в принимаемых ими в рамках компетенциями представляемого государственного органа решениями, может быть реализовано посредством обжалования в установленном порядке (в том числе в судебном порядке).

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

ООО «СПОРТС.РУ» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 17.11.2010 за основным государственным регистрационным номером 1107746938232, ИНН 7705933383, КПП 770501001.

Установлено, что 29.07.2017 в мобильном приложении «Sports.ru» в разделе «Материалы» была размещена статья (заголовок) «Василий Уткин: «Пока в «Спартаке» не поймут, что нужны новые силы, все будет через пенъ-

колоду», при клике на которую происходил переход на сайт [marathonsportsbetting.com](http://marathonsportsbetting.com); 13.12.2017 в разделе «Футбол» была размещена статья (заголовок) «Букмекеры назвали фаворитов в матчах 1/8 финала Лиги чемпионов», при клике на которую происходил переход на сайт [1xmobzdf.xyz](http://1xmobzdf.xyz).

На указанных сайтах можно сделать ставку на игры, размещены общие правила и условия, информация о ставках, специальные правила букмекерских контор.

Распространение рекламы в июле и декабре 2017 года подтверждается скриншотами мобильного приложения «Sports.ru» и видео, представленными заявителем.

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.

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 мобильном приложении «Sports.ru» с открытым доступом, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы без каких-либо ограничений.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средство 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 настоящем случае объектом рекламирования выступают букмекерские конторы 1XBET, БК «Марафон».

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

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.

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.

Реклама «1XBET» содержит обозначение «1xBet», индивидуализирующее букмекерскую контору, осуществляющую деятельность на сайте в сети «Интернет» по адресу [1xmobzdf.xyz](http://1xmobzdf.xyz), содержит призыв сделать ставку.

Реклама БК «Марафон» содержит обозначение «Марафон бет», индивидуализирующее букмекерскую контору, осуществляющую деятельность на сайте в сети «Интернет» по адресу [marathonsportsbetting.com](http://marathonsportsbetting.com).

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России при распространении в мобильном приложении «Sports.ru» рекламы букмекерских контор «1XBET», «Марафон бет» установлено нарушение частей 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе.

Также согласно части 9 статьи 5 Закона о рекламе не допускаются использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции или в другой продукции и распространение скрытой рекламы, то есть рекламы, которая оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, в том числе такое воздействие путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.

Из приведенного следует, что скрытой является реклама, которая оказывает воздействие на сознание потребителей в форме, препятствующей осознанию данного вида вмешательства, влияющего на свободу выбора потребителя.

Исходя из заявления, статья (заголовок) «Василий Уткин: «Пока в «Спартаке» не поймут, что нужны новые силы, все будет через пень-колоду» размещалась в разделе «Материалы» наряду с такими статьями как «Ахмат» - лидер премьер-лиги. Не ждали?», «Никто не забыл Франческо Тотти. Он повсюду», «Короли штрафных нашего детства: Бекхэм, Дель Пьеро, Баранов и другие». Все статьи сопровождаются фотографиями, датой размещения и указанием на количество отметок «понравившаяся публикация».

Аналогично статья (заголовок) «Букмекеры назвали фаворитов в матчах 1/8 финала Лиги чемпионов» размещена в ленте наряду с другими статьями, так же сопровождаемыми фотографиями и отметками.

Таким образом, спорные статьи (заголовки) органично включены в ленту публикаций и при визуальном восприятии ничем не отличаются от других материалов.

Пользователи приложения «Sports.ru», при просмотре ленты публикаций, привлеченные громкими заголовками, сопровождающимися фотографиями, переходят по адресу указанной статьи, ожидая увидеть текст на озвученную тематику. Однако в результате пользователь не только не получает желаемую информацию, но и выходит из самого приложения, попадая на сайты букмекерских контор, где ему предлагается сделать ставку.

Таким образом, спорные статьи (заголовки) содержат скрытые побуждения, воздействующие на восприятие пользователя, который не понимает и не может заранее объективно оценить содержание указанного материала.

Вопреки доводам ООО «СПОРТС.РУ» о том, что заголовки статей не содержат объектов рекламирования и представляют собой информационные материалы, целью которых являлось доведение до пользователей мобильного приложения «Sports.ru» информации о футбольных клубах и т. п., Комиссия отмечает, что на приложенном к заявлению видео с очевидностью следует, что под размещенным заголовком не содержится информационная статья. Переход на сайт букмекерской конторы осуществляется автоматически при клике на заголовок.

Таким образом, тот факт, что сами по себе заголовки не содержат средств индивидуализации объектов рекламирования как раз и подтверждает кроме прочего

нарушение части 9 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, указанная реклама содержит признаки нарушения части 9 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 9 статьи 5, 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.

Под рекламодателем понимается лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Согласно лицензионному договору № LAS/0916 от 20.09.2016 Компания Tribuna Trading LTD предоставила ООО «СПОРТС.РУ» неисключительную лицензию на сайт (под которым также понимается мобильное приложение). ООО «СПОРТС.РУ» были переданы права, в том числе на модификацию сайта и на размещение на сайте рекламных материалов третьих лиц.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России считает, что заключение ООО «СПОРТС.РУ» данного Договора служит подтверждением того, что ООО «СПОРТС.РУ» фактически администрирует приложение «Sports.ru».

Более того, согласно информации, размещенной при приобретении приложения «Sports.ru» в магазине «AppStore», продавцом приложения является ООО «СПОРТС.РУ».

Таким образом, ООО «СПОРТС.РУ» является лицом, ответственным за распространение 29.07.2017 и 13.12.2017 скрытой рекламы букмекерских контор в мобильном приложении «Sports.ru», а равно в его действиях установлено нарушение части 9 статьи 5, частей 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение рекламы, которая не побуждает к совершению противоправных действий, а также не призывает к совершению

насилия и жестокости, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

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.

Вместе с тем, на основании пункта 2 статьи 2 Федерального закона от 28.03.2017 № 44-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования механизмов увеличения доходов субъектов детско-юношеского спорта и субъектов профессионального спорта», в статью 27 Закона о рекламе внесены изменения, согласно которым, распространение рекламы, основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, допускается в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети «Интернет»).

В соответствии со статьей Федерального закона от 28.03.2017 № 44-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части формирования механизмов увеличения доходов субъектов детско-юношеского спорта и субъектов профессионального спорта», данный Федеральный закон вступил в силу с 01.04.2017.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «СПОРТС.РУ» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в части нарушения частей 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе.

Между тем Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «СПОРТС.РУ» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе при нарушении части 9 статьи 5 Закона о рекламе.

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.



При этом местом и временем совершения правонарушения является место и время получения каждым конкретным абонентом данной рекламы. Согласно представленным в материалах дела документам и сведениям, спорная реклама была распространена 29.07.2017 и 13.12.2017.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности в настоящем случае 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 Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать ООО «СПОРТС.РУ» нарушившим часть 9 статьи 5, части 2, 3 статьи 27 Закона о рекламе в связи с распространением в мобильном приложении «Sports.ru» 29.07.2017 и 13.12.2017 скрытой рекламы букмекерских контор «1XBET», БК «Марафон».

2. Выдать ООО «СПОРТС.РУ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при нарушении части 9 статьи 5 Закона о рекламе.

3. 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.

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

Заместитель руководителя

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>

<...>

Исполнитель: <...>