



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

07.08.2017 № АК/53829/17

На № _____ от _____

О рекламе букмекерских контор

В дополнение к письму от 31.03.2017 № АК/20951/17 ФАС России сообщает.

В соответствии с подпунктом «а» пункта 1 части 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» реклама основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и (или) средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах допускается в периодических печатных изданиях, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера.

Также согласно подпункту «б» пункта 1 части 2.2 статьи 27 Федерального закона «О рекламе» помимо случаев, предусмотренных частью 2 данной статьи, 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 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

При этом, как следует из письма Роскомнадзора от 21.06.2017 № 04СВ-57651, поступившего в ответ на соответствующий запрос ФАС России, в соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» под специализированным средством массовой информации понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого установлены специальные правила.



Руководителям
территориальных органов
ФАС России

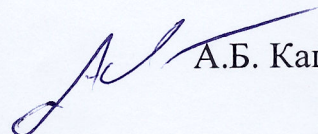
Специальные правила регистрации или распространения средств массовой информации установлены Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» в отношении рекламных или эротических средств массовой информации.

Средства массовой информации, распространяющие материалы и сообщения физкультурно-спортивного характера, Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» не отнесены к специализированным изданиям.

Вместе с тем наряду со специализацией в заявлении о регистрации средства массовой информации указывается тематика средства массовой информации, которая в дальнейшем переносится в свидетельство о регистрации средства массовой информации.

То есть к периодическим печатным и сетевым изданиям, распространяющим материалы и сообщения физкультурно-спортивного характера относятся только такие издания, в свидетельстве о регистрации средства массовой информации которых **единственной** тематикой указано распространение материалов и сообщений физкультурно-спортивного характера.

Просим учесть указанную позицию при оценке рекламы на предмет её соответствия законодательству Российской Федерации о рекламе.

 А.Б. Кашечиков