**РАЗЪЯСНЕНИЕ**

**по вопросам законодательных ограничений рекламы букмекерских контор и тотализаторов и запрета рассылки текстовых сообщений на абонентские устройства сотовой связи, содержащих рекламу азартных игр и пари**

9 сентября 2024 года вступил в силу Закон «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам игорного бизнеса, лотерейной деятельности, охраны здоровья, государственной инспекции труда, государственного контроля и исключения излишней регламентации» *(далее – Закон)*.

Некоторые новеллы Закона вызывают у субъектов бизнеса вопросы с точки зрения правоприменительной практики. Поэтому Министерство туризма и спорта, как регулятор сфер игорного бизнеса и лотерейной деятельности, руководствуясь пунктом 4 статьи 60 Закона «О правовых актах», в пределах своей компетенции в отношении конкретных субъектов и (или) применительно к конкретной ситуации по согласованию с Министерством национальной экономики разъясняет следующее.

Внесены дополнения в статью 13 Закона «О рекламе», предусматривающие **введение ограничений на рекламу букмекерских контор и тотализаторов**, а именно:

запрет наружной (визуальной) рекламы, за исключением расположенной в месте расположения букмекерской конторы и (или) тотализатора, внутри спортивных сооружений и на экипировке спортсменов;

запрет рекламы на транспортных средствах;

запрет рекламы в масс-медиа, кино-, видео- и справочном обслуживании, за исключением рекламы в средствах массовой информации, зарегистрированных в уполномоченном органе в области масс-медиа со спортивной тематической направленностью, а также при прямой трансляции отечественными телеканалами международных спортивных соревнований.

Согласно статье 3 Закона «О рекламе»:

**реклама** – информация, распространяемая и (или) размещаемая в любой форме с помощью любых средств, предназначенная для неопределенного круга лиц и призванная формировать или поддерживать интерес к физическому или юридическому лицу, товарам, товарным знакам, работам, услугам и способствовать их реализации;

**наружная (визуальная) реклама** – реклама, размещенная на объектах наружной (визуальной) рекламы и доступная визуальному восприятию на **открытом пространстве за пределами помещений** в населенных пунктах, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования, на открытом пространстве за пределами помещений вне населенных пунктов и вне полосы отвода автомобильных дорог общего пользования;

**объект наружной (визуальной) рекламы** – **сооружения**, различного рода **объемные** или **плоскостные конструкции**, в том числе экраны и электронные табло, световые конструкции, и **иные средства**, используемые для распространения и (или) размещения рекламы.

Вместе с тем, согласно статье 11 Закона «О рекламе» к наружной рекламе не относятся:

1) вывеска;

2) информация о режиме работы;

3) афиши культурных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий;

5) информация о видах нефтепродуктов и сжиженного нефтяного газа, ценах на нефтепродукты и на сжиженный нефтяной газ, наименовании и логотипе продавца, размещаемая при въезде на автозаправочные станции, автогазозаправочные станции, газонаполнительные пункты, газонаполнительные станции, автогазонаполнительные компрессорные станции;

6) информация (сведения) о культурных ценностях и (или) об объектах историко-культурного наследия, в том числе о памятниках истории и культуры;

7) информация, содержащая сведения о курсах покупки и (или) продажи наличной иностранной валюты и золота за тенге, размещаемая в пределах входа в здание по числу входов в него и (или) на входе ограждения занимаемой территории, а также крышах и фасадах в пределах зданий, пристроек к ним и временных сооружений обменных пунктов;

8) внутреннее оформление витрин и окон для внешнего визуального восприятия.

Также внесено дополнение в Закон «О связи» в части запрета операторам связи оказывать услуги по рассылке текстовых сообщений, содержащих рекламу электронного казино, интернет-казино, азартных игр и пари.

Согласно п.1-5 статьи 13 Закона «О рекламе» реклама букмекерских контор и (или) тотализаторов может содержать только наименование, элементы товарного знака, место нахождения, интернет-ресурс букмекерской конторы и тотализатора, дату выдачи, срок действия и номер лицензии на занятие деятельностью букмекерской конторы и тотализатора.

В соответствии со статьей 6 Гражданского кодекса нормы гражданского законодательства должны толковаться в соответствии с буквальным значением их словесного выражения. Таким образом, запреты следует понимать следующим образом.

1. Реклама букмекерских контор и тотализаторов **в любом виде** и **форме** должна соответствовать требованиям статьи 13 Закона «О рекламе».

**Разрешается** нанесение товарного знака и логотипа букмекерских контор и тотализаторов на одежду, аксессуары, экипировку, инвентарь, в том числе спортсменов.

Не допускается агитации или распространения информации об акциях и продуктах букмекеров в любой форме. К примеру, букмекерская контора в целях продвижения своего товарного знака может проводить публичные мероприятия. Однако, рекламная составляющая мероприятия должна ограничиться баннером (если внутри помещения), раздачей продукции с логотипом, моделей с футболками на которых изображен логотип и т.д.

Запрещается реклама букмекерских контор и тотализаторов на **открытом пространстве** на конструкциях, зданиях и сооружениях и иных объектах наружной рекламы. Товарный знак и логотипы букмекерских контор и тотализаторов не могут быть элементами (частью) наружной рекламы иных субъектов бизнеса.

Установка баннеров, щитов, экранов и иных рекламных конструкции внутри зданий, сооружений и помещений **не подпадает под запрет.**

1. Вводится полный запрет на использование транспортных средств для рекламы букмекерских контор и тотализаторов.
2. В масс-медиа рекламировать букмекерские конторы и тотализаторы вправе толькосредства массовой информации **полностью** (100 % эфира иди содержания) **посвященные спортивной тематике** и **в установленном порядке зарегистрированные в уполномоченном органе в области масс-медиа.** Наличие спортивных рубрик, теле-радиопередач или разделов на дает средствам массовой информации права рекламировать букмекеров и тотализаторы.

В целях популяризации спорта исключение сделано для телеканалов неспортивной тематической направленности («Хабар», «Qazaqstan» и т.д.) **во время** **прямой трансляции** международных спортивных соревнований. Согласно Закону «О физической культуре и спорте», **международные спортивные соревнования** – состязания по виду спорта среди спортсменов (команд), в которых принимают участие иностранные спортсмены (команды).

Телеканалы неспортивной тематической направленности не вправе рекламировать пари до начала и после завершения прямой трансляции международного спортивного соревнования.

Товарный знак и логотипы букмекерских контор и тотализаторов не могут быть элементами (частью) телевизионной рекламы иных субъектов бизнеса.

Вместе с тем, касательно рекламы букмекерских контор и тотализаторов в интернете, в том числе на онлайн-платформах рекомендуется обратиться за разъяснением в Министерство культуры и информации.

1. За исключением случаев, предусмотренных в законах «О рекламе» и «О масс-медиа», **разрешается** реклама букмекерских контор и тотализаторов путем включения товарного знака в официальное название турниров, соревнований, сооружений, культурных, социальных и иных проектов.
2. Операторы сотовой связи обязаны прекратить рассылку рекламы азартных игр и пари, в том числе информацию об акциях, бонусах, фрибетах, коэффициентах.

Запрет распространяется и на рассылку текстовых сообщений, содержащей рекламу зарегистрированным клиентам букмекерских контор и тотализаторов.

Согласно Закону «О рекламе» признаками рекламы являются предназначенность **неопределенному кругу лиц** и **формирование/поддержание интереса** к товарным знакам/услугам для стимулирования роста продаж.

Полагаем, что в данном контексте клиенты букмекерских контор и тотализаторов подпадают под понятие «неопределенный круг лиц». Согласно Закону «Об игорном бизнесе» клиентом букмекерской конторы вправе быть любое физическое лицо, за исключением некоторых категории граждан Республики Казахстан. Поэтому, клиенты букмекерской конторы не могут быть заранее идентифицированы по каким-либо критериям (возраст, гражданство, социальный статус, доход, профессия, пол, религия и т.д.).

Согласно законодательству в сфере игорного бизнеса, в совокупности клиенты букмекерских контор формируют неопределенный круг лиц.

В свою очередь информация, распространяемая букмекерской конторой посредством рассылок текстовых сообщений на абонентские устройства сотовой связи ее клиентов направлена на поддержание интереса к услугам букмекерской конторы и стимулирование продаж беттинговых продуктов.

Таким образом, рассылка текстовых сообщений с информацией об услугах букмекерских контор и тотализаторов их зарегистрированным клиентам подпадает под понятия рекламы и прямо запрещена статьей 40 Закона «О связи».

Вместе с тем, разрешается использование текстовых сообщений в целях **идентификации** клиентов букмекерских контор при регистрации и посещений учетной записи/аккаунта или выводе средств.

**Распространение** и (или) **размещение** рекламы букмекерских контор или тотализаторов, не соответствующей положениям законодательства Республики Казахстан о рекламе, предусматривает административную ответственность в виде штрафа на физлиц в размере 60, на должностных лиц – в размере 80, на субъектов малого предпринимательства или некоммерческие организации – в размере 120, на субъектов среднего предпринимательства – в размере 170, на субъектов крупного предпринимательства – в размере 400 МРП.

Нарушение данного запрета совершенное повторно в течение года после наложения административного взыскания, влечет штраф на физлиц в размере 170, на должностных лиц – 200, на субъектов малого предпринимательства или некоммерческие организации – в размере 250, на субъектов среднего предпринимательства – в размере 350, на субъектов крупного предпринимательства – в размере 650 МРП.

При этом за распространение и размещение рекламы букмекерских контор или тотализаторов, не соответствующей положениям законодательства Республики Казахстан о рекламе несут ответственность рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель.

Все дополнительные вопросы касательно толкования и применения норм законом «О рекламе» и «О масс-медиа» рекомендуется адресовать уполномоченным органам в данной сфере (МНЭ и МКИ).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_