

Пропозиції щодо удосконалення правового регулювання діяльності на ринку азартних ігор

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (далі - Національна рада) розглянула лист Комісії з регулювання азартних ігор та лотерей (далі – КРАІЛ) № 11-5/152 від 28.01.2022 стосовно надання пропозицій щодо удосконалення правового регулювання діяльності на ринку азартних ігор та повідомляє.

1. Згідно з частиною четвертою статті 22-1 Закону України «Про рекламу» (далі – Закон), забороняється спонсорювання теле-, радіопередач, театральних концертних та інших заходів, призначених переважно для осіб, які не досягли 21 року (крім трансляції спортивних заходів), з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор.

При цьому, визначення, що надається терміну у статті 1 Закону, встановлює, що спонсорство - добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг.

Відповідно до абзацу першого частини першої статті 5 Закону, у теле-, радіопередачах, матеріалах в інших засобах масової інформації, видовищних та інших заходах, які створені і проводяться за участю спонсорів, забороняється наводити будь-яку інформацію рекламного характеру про спонсора та/або його товари, крім імені або найменування та знака для товарів і послуг спонсорів.

Отже, за загальним правилом, термін спонсорство допускає використання виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг та не передбачає таку можливість для інших об'єктів права інтелектуальної власності.

З урахуванням того, що відповідно до частини першої статті 8 Закону України «Про авторське право і суміжні права» об'єктом авторського права є, зокрема, аудіовізуальні твори, з метою забезпечення передбачуваності застосування частини четвертої статті 22-1 Закону, відповідне положення потребує конкретизації в частині визначення можливості спонсорювання теле-, радіопередач, призначених переважно для осіб, які досягли 21 року, з використанням інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор.

2. Відповідно до частини четвертої статті 22-1 Закону, забороняється спонсорювання теле-, радіопередач, театральних концертних та інших заходів, призначених переважно для осіб, які не досягли 21 року (крім трансляції спортивних заходів), з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор.

Водночас, законодавство в галузі телебачення і радіомовлення не містить ані визначення терміну «теле-, радіопередач, призначених переважно для осіб, які не досягли 21 року», ані критеріїв визначення відповідних передач.

Відтак, зазначене визначення потребує конкретизації з метою більш чіткого формулювання та унеможливлення подвійного трактування.

3. Відповідно до частини одинадцятої статті 22-1 Закону, забороняється спрямовувати рекламу на вразливі групи населення (неповнолітні особи, малозабезпечені особи, особи, хворі на психічні захворювання).

Разом із тим, Закон не визначає, хто саме (рекламодавці, виробники реклами або розповсюджувачі реклами) несе відповідальність за спрямування реклами на вразливі групи населення (неповнолітніх осіб, малозабезпечених осіб, осіб, хворих на психічні захворювання) та як саме встановлюється така спрямованість.

Зазначене визначення потребує конкретизації з метою більш чіткого формулювання та унеможливлення подвійного трактування.

4. Відповідно до абзацу третього частини першої статті 70 Закону України «Про телебачення і радіомовлення», Національна рада здійснює контроль за дотриманням та забезпечує виконання вимог Закону України «Про рекламу» щодо спонсорства і порядку розповсюдження реклами на телебаченні і радіомовленні.

Частина перша статті 9 Закону України «Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор» встановлює шляхи здійснення КРАІЛ державного нагляду (контролю) за ринком азартних ігор, які не містять вимог щодо здійснення державного нагляду (контролю) за Законом щодо змісту реклами.

У зв'язку з цим, необхідним є:

- надати визначення термінам «зміст реклами», «порядок розповсюдження реклами» або встановити ознаки, за якими буде можливим здійснити розмежування таких термінів;

- з метою унеможливлення уникнення відповідальності за порушення вимог законодавства в частині змісту реклами, необхідним є врегулювання питання визначення органу, що здійснюватиме державний нагляд (контроль) за змістом реклами азартних ігор, організаторів азартних ігор.

5. Згідно з частиною першою статті 59 Закону України «Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор», до рекламодавців, виробників реклами або розповсюджувачів реклами, які порушують вимоги щодо заборони замовлення, виготовлення, розміщення або розповсюдження реклами азартних ігор та/або організаторів азартних ігор, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність у сфері організації та проведення азартних ігор з порушенням вимог законодавства про азартні ігри та законодавства про рекламу, застосовується фінансова санкція у розмірі 300 (трьохсот) мінімальних заробітних плат.

У той же час, зазначена стаття не встановлює відповідальність за порушення вимог щодо спонсорування теле-, радіопередач з використанням знаків для

товарів і послуг, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, що може мати наслідком незастосування санкцій за порушення відповідних норм.

Враховуючи вищезазначене, з метою дотримання конституційного принципу правової визначеності в частині чіткості, зрозумілості й однозначності правових норм, зокрема їх передбачуваності (прогнозованості) та стабільності, додержання вимог щодо визначеності, ясності і недвозначності правової норми, оскільки інше не може забезпечити її однакове застосування, не виключає необмеженості трактування у правозастосовній практиці і неминуче призводить до сваволі, уточнення повноважень з контролю за рекламою азартних ігор та застосування відповідних фінансових санкцій, забезпечення чіткого розмежування повноважень державних органів щодо здійснення державного нагляду (контролю) за додержанням законодавства про рекламу азартних ігор, Національна рада висловлює готовність взяти участь у розробці пропозицій стосовно внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення правового регулювання діяльності на ринку азартних ігор.