

Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

30 мая 2012 года (изготовление решения в полном объеме)

21 мая 2012 года (оглашение резолютивной части)

№ 03-01/4569

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе: <...>, рассмотрев материалы дела № Р 18-03/12, возбужденного по факту распространения рекламы следующего содержания «ПАРИКМАХЕРСКАЯ - Парикмахерские услуги для мужчин и женщин - Лечение волос, биохимия, - Маникюр, наращивание ногтей и ресниц - Педикюр - Депиляция (воск Шугаринг) пр-т Ленина, д. 4, 1 эт. (гостиница Тиман) 74-69-88», размещенной на странице 16 № 46(104) от 19.11.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта», с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии:

- ИП <...>;

- ИП <...>;

в отсутствие:

- заявителя, надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления № 16700055957441 от 23.04.2012;

- заинтересованного лица - ООО «Газета», надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления № 16700055957434 от 28.04.2012

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми поступило сообщение гражданина от 17.01.2012 (вх. № 145 от 17.01.2012) об административном правонарушении.

По результатам рассмотрения указанного сообщения принято решение о возбуждении дела № Р 18-03/12 в отношении ООО «Газета» по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения указанного дела Комиссией установлена необходимость замены ненадлежащего лица – ООО «Газета», надлежащим – ИП <...>, а также

привлечения к участию в деле лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ИП <...>.

В связи с изложенным, рекламное дело № Р 18-03/12 Определением № 03-01/3063 от 16.04.2012 отложено и назначено к рассмотрению на 21.05.2012.

В результате рассмотрения материалов рекламного дела № Р 18-03/12 установлено следующее.

На странице 16 № 46(104) от 19.11.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта» размещена реклама следующего содержания: «ПАРИКМАХЕРСКАЯ - Парикмахерские услуги для мужчин и женщин - Лечение волос, биохимия, -Маникюр, наращивание ногтей и ресниц - Педикюр - Депиляция (воск Шугаринг) пр-т Ленина, д. 4, 1 эт. (гостиница Тиман) 74-69-88».

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), реклама - информация, распространенная 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена в периодическом печатном издании посредством размещения ее в газете «ПРО ГОРОД Ухта» № 46(104) от 19.11.2011 на странице 16;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – парикмахерской, оказываемым в ней услугам, в том числе депиляции, формирование и поддержание интереса к ним, их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, размещенная на странице 16 № 46(104) от 19.11.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта», является рекламой.

Согласно ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или

продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Рассматриваемая реклама не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг, следовательно, на нее распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Перечень медицинских услуг утвержден действующим по состоянию на дату распространения рассматриваемой рекламы приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 10.04.2001 № 113 «О введении в действие отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги» (далее - Приказ № 113).

Приказом № 113 предусмотрено, что медицинская услуга - мероприятия или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость. Простая медицинская услуга - далее неделимая услуга, выполняемая по формуле «пациент» + «специалист» = «один элемент профилактики, диагностики или лечения».

Из содержания Приказа № 113 следует, что депиляция различных частей тела относится к простым медицинским услугам и медицинской деятельности. В типовом разделе 14 «Манипуляции сестринского ухода» Приказа № 113 зарегистрирована такая простая медицинская услуга, как проведение депиляции (код 14.01.014).

Приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг», утверждена Номенклатура медицинских услуг, которая представляет собой перечень медицинских услуг.

В указанной Номенклатуре перечень медицинских услуг разделен на два класса: «А» и «В», построенные по иерархическому принципу.

Класс «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

В классе «А» под кодом А14.01.014 зарегистрирована медицинская услуга - «проведение депиляции».

Согласно информации, размещенной на сайте www.medcentergoroda.ru, под депиляцией понимают удаление видимой на коже части волос, так называемого стержня волоса. То есть, посредством данной процедуры, удалить волоски возможно только на кратковременный срок.

Существует несколько видов депиляции. К наиболее распространенным можно отнести:

- бритье;

- выщипывание;

- химическая депиляция;
- ваксинг (депиляция воском);
- шугаринг (депиляция сахаром).

Последние два вида депиляции желательно производить в специализированных клиниках или же салонах.

Шугаринг осуществляется посредством нанесения на волоски застывшей пасты из сахара и снятия ее вместе с волосами.

Из вышеизложенного усматривается, что услуга «депиляция» относится к медицинским услугам и должна распространяться с учетом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламораспространитель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований частей 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В Коми УФАС России имеется копия свидетельства о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11-0045 от 01.10.2009, согласно которой учредителем газеты «ПРО ГОРОД Ухта» является ООО «Газета».

Письмом б/н от 16.04.2012 (вх. № 1961 от 18.04.2012), представленным в материалы рекламного дела, ООО «Газета» пояснило, что рекламораспространителем и рекламопроизводителем на основании договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.01.2011, заключенного между ИП <...> и ООО «Газета», является ИП <...>; рекламодателем - на основании договора № 48 от 16.05.2011, заключенного между ИП <...> и <...>, является <...>.

Согласно п. 3.2 договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от

01.01.2011, ответственность за содержание и оформление материала, размещённого на проданных площадях газеты «ПРО ГОРОД Ухта», несёт ИП <...>.

В материалы рекламного дела лицами, участвующими в деле, представлены копии: договора № 48 от 16.05.2011, заключенного между ИП <...> и ИП <...>, на оказание услуг по размещению рекламных и (или) информационных материалов в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; соглашения о внесении дополнения в Договор № 48 от 16.05.2011; заявки № 248 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов согласно которой Исполнителем (ИП <...>) изготавливаются и размещаются в газете «ПРО ГОРОД Ухта» рекламные и/или информационные материалы Заказчика (ИП <...>); договора купли – продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.01.2011, заключенного между ООО «Газета» и ИП <...>; заявки на печатные площади (полосы) от 17.11.2011, согласно которой ИП <...> просит ООО «Газета» зарезервировать печатные полосы в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 18.11.2011, в соответствии с которым, продавец (ООО «Газета»), передал, а покупатель (ИП <...>) принял печатные площади тиража № 46 (104) от 19.11.2011 в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; приходного кассового ордера № 824 от 21.11.2011, а также оригиналы счетов № 1490 от 20.10.2011, № 1491 от 20.10.2011, № 1173 от 09.09.2011, № 907 от 21.07.2011, № 530 от 21.06.2011, № 722 от 10.06.2011, № 673 от 07.06.2011, № 529 от 16.05.2011, № 530 от 16.05.2011, № 356 от 15.03.2011, выставленных ИП <...> заказчику ИП <...> за услуги по размещению рекламы в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; кассовых фискальных чеков ИП <...> от 21.11.2011, 22.07.2011, 29.06.2011, 16.12.11, 19.08.2011, 09.12.11, 16.05.2011, 09.06.2011, 13.07.2011, 05.08.2011; актов от 13.06.2011, 27.06.2011, 13.06.2011, от 25.07.2011, согласно которым, ИП <...> услуги по размещению рекламы в газете «ПРО ГОРОД Ухта» выполнены полностью и в срок, заказчик (ИП <...>) претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...> в материалы рекламного дела, а также пояснениям, данным ИП <...> в ходе рассмотрения рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>, рекламодателем и рекламопроизводителем - ИП <...>. Между ИП <...> и ИП <...> был заключен договор № 48 от 16.05.2011 о размещении рекламных (рекламно-информационных) материалов <...> в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; содержание и наполнение спорной рекламы определил заказчик (рекламодатель), которым является ИП <...>; после изготовления ИП <...> рассматриваемой рекламы, она была устно одобрена <...> и впоследствии ею оплачена. Рассматриваемая реклама в таком виде выходила в газете «ПРО ГОРОД Ухта» однократно в № 46 (104) от 19.11.2011 и была распространена на территории города Ухта Республики Коми; распространение рассматриваемой рекламы стало возможно по причине ненадлежащего исполнения своих обязанностей ИП <...>.

Из письменных пояснений, представленных ИП <...> в материалы рекламного дела, следует, что размер, цвет и текст рекламы оговаривался ею с менеджером газеты «ПРО ГОРОД Ухта» <...>. Рассматриваемая реклама имела один выход в № 46 (104) от 19.11.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта» на территории г. Ухта, после чего была снята из-за ошибки.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>, рекламопроизводителем и

рекламораспространителем - ИП <...>.

Согласно выписке из ЕГРИП в отношении ИП <...> от 19.03.2012, имеющейся в материалах рекламного дела, основным видом её экономической деятельности является рекламная деятельность (код в ОКВЭД 74.40).

Согласно выписке из ЕГРИП в отношении ИП <...> от 03.01.2004, имеющейся в материалах рекламного дела, основным видом её экономической деятельности является предоставление услуг и салонами красоты (код в ОКВЭД 93.02).

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена для привлечения внимания потенциальных потребителей к объекту рекламирования - парикмахерской и оказываемым в ней услугам, в том числе депиляции, с целью получения ИП <...> и ИП <...> прибыли от их основной экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

В ходе рассмотрения рекламного дела ИП <...> пояснила, что, по её мнению, депиляция не относится к медицинским услугам, поскольку её можно проводить и в домашних условиях, о наличии противопоказаний к применению шугаринга ей не известно.

В соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, отраслевым классификатором "Сложные и комплексные медицинские услуги", услуга по депиляции, указанная в рассматриваемой рекламе, отнесена к медицинским. Довод ИП <...> об отсутствии противопоказаний к шугарингу (депиляции сахаром) не может быть признан обоснованным поскольку, проведение всех видов депиляции имеет как относительные, так и абсолютные противопоказания. В частности, сахарная депиляция (шугаринг) противопоказана при тяжелых сердечно-сосудистых заболеваниях, сахарном диабете, варикозной болезни.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ИП <...> указывает, что Закон о рекламе обязан знать менеджер или редактор печатного издания и, работая с рекламодателем, предупреждать о возможных нарушениях Закона.

Указанный довод не может быть принят Комиссией во внимание, поскольку, согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, несут и рекламодатель и рекламораспространитель.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 18-03/12 установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло как по вине рекламораспространителя и рекламопроизводителя – ИП <...>, так и по вине рекламодателя – ИП <...>.

ИП <...> на стадии заказа и согласования (одобрения), а ИП <...> - на стадии производства и распространения рекламы не осуществили надлежащего контроля за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе, следствием чего и стало несоответствие рекламы установленным требованиям.

Из материалов рекламного дела № Р 18-03/12 усматривается, что со стороны ИП <...> и ИП <...> должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы

требованиям Закона о рекламе не принято.

Таким образом, ИП <...> и ИП <...> нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Ухта Республики Коми 19.11.2011.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> и ИП <...> предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС РФ от 28.12.2007 № 453,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «ПАРИКМАХЕРСКАЯ - Парикмахерские услуги для мужчин и женщин - Лечение волос, биохимия, - Маникюр, наращивание ногтей и ресниц - Педикюр - Депиляция (воск Шугаринг) пр-т Ленина, д. 4, 1 эт. (гостиница Тиман) 74-69-88», размещенную на странице 16 № 46(104) от 19.11.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 30 мая 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

30 мая 2012 года

№ 03-01/4570

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе: <...>, на основании своего Решения от 30.05.2012 по делу № Р 18-03/12 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «ПАРИКМАХЕРСКАЯ - Парикмахерские услуги для мужчин и женщин - Лечение волос, биохимия, -Маникюр, наращивание ногтей и ресниц - Педикюр - Депиляция (воск Шугаринг) пр-т Ленина, д. 4, 1 эт. (гостиница Тиман) 74-69-88», размещенной на странице 16 № 46(104) от 19.11.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта», поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...> в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, распространение в газете «ПРО ГОРОД Ухта» рекламы следующего содержания: «ПАРИКМАХЕРСКАЯ - Парикмахерские услуги для мужчин и женщин - Лечение волос, биохимия, - Маникюр, наращивание ногтей и ресниц - Педикюр - Депиляция (воск Шугаринг) пр-т Ленина, д. 4, 1 эт. (гостиница Тиман) 74-69-88» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Индивидуальному предпринимателю <...> представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 25 июня 2012 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей

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

Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

30 мая 2012 года

№ 03-01/4571

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе: <...>, на основании своего Решения от 30.05.2012 по делу № Р 18-03/12 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «ПАРИКМАХЕРСКАЯ - Парикмахерские услуги для мужчин и женщин - Лечение волос, биохимия, -Маникюр, наращивание ногтей и ресниц - Педикюр - Депиляция (воск Шугаринг) пр-т Ленина, д. 4, 1 эт. (гостиница Тиман) 74-69-88», размещенной на странице 16 № 46(104) от 19.11.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта», поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...> в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, распространение в газете «ПРО ГОРОД Ухта» рекламы следующего содержания: «ПАРИКМАХЕРСКАЯ - Парикмахерские услуги для мужчин и женщин - Лечение волос, биохимия, - Маникюр, наращивание ногтей и ресниц - Педикюр - Депиляция (воск Шугаринг) пр-т Ленина, д. 4, 1 эт. (гостиница Тиман) 74-69-88» в нарушение требований ч. 7 ст.

24 Закона о рекламе.

2. Индивидуальному предпринимателю <...> представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 25 июня 2012 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей

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