



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

19 августа 2016 года

(изготовление решения в полном объеме)

11 августа 2016 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/7693

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

председатель Комиссии – <..>, врио заместителя руководителя Управления – начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

члены Комиссии: <..> - главный специалист-эксперт Управления; <..> – ведущий специалист-эксперт Управления;

рассмотрев дело № Р 20-05/16, возбужденное в отношении ООО «ОКО» и ГАУЗ РК «Воркутинская стоматологическая поликлиника» по факту распространения в газете «ОКО Воркуты» от 05.02.2016 № 6 (635) на 1 полосе статьи следующего содержания: «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие заявителя, представителей ООО «ОКО», ГАУЗ РК «ВСП», (лица надлежащим образом извещены о месте и времени рассмотрения настоящего дела),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике (далее – Коми УФАС России) поступило обращение гражданина по факту размещения в газете «Око Воркуты» ненадлежащей рекламы.

По результатам рассмотрения обращения принято решение о возбуждении дела № Р 20-05/16 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «ОКО» и ГАУЗ РК «ВСП».

В результате рассмотрения материалов настоящего дела установлено следующее.

В газете «ОКО Воркуты» от 05.02.2016 № 6 (635) на 1 полосе размещена статья: «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим».

В соответствии со ст. 3 [Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

В соответствии с ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий 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). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Таким образом, в случае распространения в периодическом печатном издании, не являющемся предназначенным для медицинских и фармацевтических работников, рекламы медицинских услуг, она должна сопровождаться одним из

предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

Заявитель посчитал, что статья под названием: «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим», являясь рекламой медицинских услуг, размещена с признаками нарушения Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации специалиста.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рассматриваемого дела, ООО «ОКО», являясь лицом, разместившим в газете «Око Воркуты», спорную статью, указало, что она не является рекламой, а рассказывает о повседневной деятельности ГАУЗ «ВСП», в связи с чем и была распространена без учёта требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Коми УФАС России, оценив заявленный довод и имеющиеся материалы, пришло к нижеследующим выводам.

Из диспозиции п. 1 ст. 3 следует, что для признания информации рекламой, она должна обладать всеми её признаками, установленным п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

В силу п. 2 ст. 3 Закона о рекламе, объект рекламирования – товар, средства 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 соответствии с п. 3 приведенной статьи Закона о рекламе, товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно позиции ФАС России, реклама должна формировать или поддерживать интерес к объекту рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представлять вниманию потребителей объект рекламы. Признаками рекламы является её способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формирование к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя.

Согласно разъяснениям ФАС России, имеющимся в материалах рассматриваемого дела, статья «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим», размещённая в газете «Око Воркуты» № 6 (635) от 05.02.2016, направлена на привлечение внимания к деятельности ГАУЗ РК «ВСП». В том числе использование в данной статье выражений «В нашем городе современные стоматологические услуги предоставляются ГАУЗ РК «Воркутинская стоматологическая поликлиника», «Итак, мы выяснили, ГАУК РК «Воркутинская стоматологическая поликлиника» использует передовые методы лечения, а квалифицированные специалисты помогают решать самые разные стоматологические проблемы. Про них можно смело сказать, что они «не заговаривают зубы – они их лечат» направлено исключительно на формирование интереса и привлечения внимания потребителей к деятельности ГАУК РК «ВСП», что в совокупности акцентирования внимания на платных услугах, оказываемых данной организацией, позволяет квалифицировать данную статью в качестве рекламы.

Статья «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим», размещённая в газете «Око Воркуты» № 6 (365) от 05.02.2016, является рекламой деятельности ГАУЗ РК «ВСП», и указанная информация должна соответствовать требованиям, установленным Законом о рекламе, в том числе ч. 7 ст. 24.

Таким образом, спорная статья является рекламой, содержащей все её правовые признаки, а именно:

- распространена посредством размещения её на странице (полосе) I газеты «ОКО Воркуты» от 05.02.2016 № 6 (635);
- адресована неопределённому кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – деятельности ГАУЗ РК «Воркутинская стоматологическая поликлиника», в том числе оказываемым Учреждением платным услугам, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

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.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг, следовательно, на неё распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» перечислены основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе, в том числе такие, как:

- медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение;
- лечение - комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или состояний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни.

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» (далее – Номенклатура медицинских услуг).

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг. Перечень медицинских услуг разделен на два [класса: "А" и "Б"](#). [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. Класс "В" включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В указанную Номенклатуру медицинских услуг включены следующие услуги:

- Протезирование зуба с использованием имплантата (код А16.07.006);
- Восстановление зуба пломбировочными материалами с использованием анкерных штифтов (код А16.07.031);
- Восстановление зуба коронкой с использованием композитной культевой вкладки на анкерном штифте (код А16.07.032);
- Восстановление зуба вкладками, виниром, полукоронкой (код А16.07.003);
- Прием (осмотр, консультация) врача-стоматолога детского первичный (код В01.064.003);
- Прием (осмотр, консультация) врача-стоматолога детского повторный (код В01.064.004);

Согласно пункту 3 Постановления Правительства РФ от 27.12.2012 № 1416 «Об утверждении Правил государственной регистрации медицинских изделий» Государственная регистрация медицинских изделий осуществляется Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения.

Согласно сведениям, размещенным на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения (www.roszdravnadzor.ru), в государственном реестре медицинских изделий и организаций, осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий, зарегистрировано медицинское изделие - Аппарат ультразвуковой "Vector" для лечения пародонтита в комплекте с принадлежностями и наборами дополнительных насадок (далее – «Вектор»), уникальный номер реестровой записи об1779 Регистрационный номер медицинского изделия МЗ РФ № 2001/925 дата Государственной регистрации медицинского изделия 17.08.2001.

Из вышеизложенного следует, что в рассматриваемой рекламе рекламируется медицинское изделие «Вектор», а также ряд медицинских услуг, следовательно, реклама такого изделия должна распространяться с учётом 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.

Таким образом, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

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

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

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

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

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

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Око Воркуты», учредителем которой, согласно свидетельству о регистрации СМИ № 3-6934 от 01.12.2013, является ООО «ОКО».

Согласно выписке из ЕГРЮЛ в отношении ООО «ОКО», Общество зарегистрировано в качестве юридического лица за основным государственным регистрационным номером 1031100678070.

Согласно письменным пояснениям ООО «ОКО», имеющимся в материалах рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ГАУЗ РК «ВСП», рекламопроизводителем – дизайнер-верстальщик ООО «ОКО» <..>, рекламодателем – учредитель ООО «ОКО» <..>. Содержание и наполнение статьи определила редакция «Око Воркуты». Согласование не производилось, поскольку статья не была коммерческой. Опубликование статьи было приурочено ко дню стоматолога. Редактор посчитал, что возьмёт интервью у главного врача, на субъективный взгляд редакции и многих воркутинцев, лучшей стоматологии в городе. Задача журналиста состояла не в том, чтобы разрекламировать стоматологию, которая итак известна в городе качеством оказываемых услуг, а рассказать о повседневной деятельности этого предприятия.

Согласно письменным пояснениям ГАУЗ РК «ВСП», имеющимся в материалах рекламного дела, в рамках заключенного между Учреждением и ООО «ОКО» договора на оказание рекламных услуг № 1/1 от 04.02.2016, ГАУЗ РК «ВСП» действовало как Заказчик. За размещение спорной статьи Учреждением произведена оплата в полном объёме согласно выставленному счёту, в размере, определённом договором. Заявка Учреждения на изготовление статьи не направлялась. Предварительно макет с информацией, предназначенной для размещения в печатном издании «Око Воркуты», Исполнителем в рамках договора с Заказчиком согласован не был, статья сверстана сразу после получения устного материала в формате интервью от главного врача. Учреждение указало, что согласно заключенному между сторонами договору все исправления, добавления в макет, необходимые для исполнения действующего законодательства, производится только Исполнителем по договору – ООО «ОКО». Таким образом, соблюдение требований законодательства о рекламе приняло на себя в целом ООО «ОКО», в числе прочего специализирующееся на возмездном размещении

рекламного продукта. ГАУЗ РК «ВСП» как рекламодаделец в устном порядке определило содержание статьи, оплатило услуги по её размещению в печатном издании, распространяемом на территории ГО «Воркута» - еженедельном печатном издании «Око Воркуты». Однако макет статьи – её окончательный вариант в печать с Заказчиком согласован не был, самостоятельно размещен ООО «ОКО» в печатном издании № 6 от 05.02.2016 единожды, что привело к нарушению требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В материалы рекламного дела представлены копии: договора № 1/1 от 04.02.2016, заключенного между ГАУК РК «ВСП» и ООО «ОКО» на оказание рекламных услуг, счёта-фактуры № 18 от 08.02.16, акта выполненных работ – услуг № 000018 от 08.02.2016 за размещение статьи в № 6 от 05.02.2016 с 50% скидкой, подписанного представителями ООО «ОКО» и ГАУК РК «ВСП», согласно которому услуги Исполнителем – ООО «ОКО» выполнены полностью и в срок, Заказчик – ГАУК РК «ВСП» по объёму, качеству и срокам оказания услуг претензий не имеет, платёжного поручения № 57886 от 11.02.2016, подтверждающего оплату за размещение статьи согласно выставленному счёту.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ГАУК РК «ВСП» определило объект рекламирования и содержание рекламы, а ООО «ОКО» привело представленную Обществом информацию в готовую для распространения в виде рекламы форму, разместив на 1 полосе газеты «Око Воркуты» № 6 (635) от 05.02.2016, а затем распространило рассматриваемую рекламу посредством указанного печатного средства массовой информации.

При таких обстоятельствах, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ГАУК РК «ВСП», рекламопроизводителем и рекламораспространителем – ООО «ОКО».

Согласно п. 6.1 Устава ООО «ОКО», копия которого имеется в материалах рекламного дела, Общество учреждено с целью, в том числе получения прибыли участниками Общества. Для достижения указанной цели Общество осуществляет любые виды деятельности, незапрещённые действующим законодательством.

Согласно п. 2.2 Устава ГАУЗ РК «ВСП», копия которого представлена в материалы рекламного дела, основной целью деятельности Учреждения является оказание медицинской помощи на территории Республики Коми.

В соответствии с п. 2.3 Устава основным видом деятельности Учреждения для достижения основной цели, которая осуществляется в порядке, установленном законодательством, является медицинская деятельность при оказании медико-санитарной первичной, специализированной, скорой, паллиативной медицинской помощи, оказание медицинской помощи при проведении медицинских экспертиз, медицинских осмотров, медицинских освидетельствований и санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий в рамках оказания медицинской помощи, при обращении донорской крови и её компонентов в медицинских целях. При этом согласно п. 2.5 Устава Учреждение ради достижения цели, указанной в п. 2.2 Устава и в соответствии с ней, вправе выполнять работы, оказывать услуги, относящиеся к его основной деятельности для граждан и юридических лиц за плату. Согласно п. 2.7 Устава Учреждения цены (тарифы) на оказываемые услуги и продукцию устанавливаются Учреждением по согласованию с Учредителем.

Согласно информации, размещённой в рассматриваемой рекламной статье, ГАУЗ РК «ВСП» оказываются следующие платные стоматологические услуги населению: терапевтическая, хирургическая, ортопедическая, детская стоматологии, эстетическая реставрация, восстановление зубов на анкерных и стекловолоконных штифтах.

Согласно п. 4.5 Устава источниками формирования имущества и финансовых ресурсов Учреждения являются, в том числе доходы от осуществления иной, приносящей доходы деятельности.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ГАУЗ РК «ВСП» и ООО «ОКО» для получения прибыли при осуществлении уставной деятельности, что отвечает целям, обозначенным в Уставах ГАУЗ РК «ВСП» и ООО «ОКО».

Согласно имеющимся в материалах рассматриваемого дела письменным пояснениям Учреждения, в данном случае ответственность за распространение ненадлежащей рекламы должен нести рекламораспространитель, которым является ООО «ОКО».

Указанный довод ГАУЗ РК «ВСП» не может быть принят Комиссией во внимание, поскольку из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодатель, несмотря на то, что реклама была размещена в нарушение требований рекламного законодательства, подписал акт выполненных работ-услуг № 000018 от 08.02.2016 без дополнений и замечаний, в период распространения рассматриваемой рекламы претензий к рекламопроизводителю и рекламораспространителю – ООО «ОКО» не предъявлял, следовательно, содержание рекламы соответствовало требованиям заказчика.

Рекламодатель и рекламопроизводитель (рекламораспространитель) заявку с указанием содержания заказываемой рекламы письменно не оформили, изготовленную для размещения в газете «Око Воркуты» рекламу письменно не согласовали, в связи с чем, достаточных оснований полагать, что нарушение рекламного законодательства произошло исключительно по вине рекламопроизводителя, например, в процессе производства рекламы изменены содержание и (или) утрачено одно из предупреждений, предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, рекламораспространителя не имеется. Рекламодатель в материалы рекламного дела не представил доказательств, указывающих на то, что достаточные меры, направленные на соблюдение требований рекламного законодательства, им были приняты.

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодатель – ГАУЗ РК «ВСП», на которого в силу в силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонился от обязанности по контролю за содержанием рекламы, что является исключительной зоной ответственности рекламодателя.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «ОКО» в материалы рекламного дела, должностным лицом, ответственным за соблюдение Обществом рекламного законодательства, является директор <..>, назначенная на

должность Приказом № 3 от 01.03.2009.

В соответствии с п.п. 5.8 Устава ГАУЗ РК «ВСП» Учреждение возглавляет главный врач. Пунктами 5.8.1, 5.8.2, 5.8.3 Устава Учреждения определено, что к компетенции главного врача относятся вопросы осуществления текущего руководства деятельностью Учреждения. Главный врач осуществляет свою деятельность на основе единоначалия.

В силу п. 5.8.4 Устава главный врач действует от имени Учреждения, в том числе представляет его интересы и совершает сделки от его имени.

Из материалов рекламного дела усматривается, что главным врачом ГАУЗ РК «ВСП» является <..>.

Из вышеизложенного следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение ГАУЗ РК «ВСП» законодательства о рекламе, является главный врач <..>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло как по вине ООО «ОКО» и должностного лица Общества – директора <..>, так и по вине ГАУЗ РК «ВСП» и должностного лица Учреждения – главного врача <..>.

ГАУЗ РК «ВСП» и главный врач Учреждения <..> на стадии заказа, а ООО «ОКО» и директор Общества <..> - 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 усматривается, что со стороны ГАУЗ РК «ВСП», главного врача ГАУЗ РК «ВРД» <..>, ООО «ОКО», директора ООО «ОКО» <..> должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято.

Таким образом, ООО «ОКО» и директором ООО «ОКО» <..>, ГАУЗ РК «ВСП» и главным врачом Учреждения <..> нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Воркуты Республики Коми в период с 05.02.2016 по 12.02.2016.

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 ООО «ОКО» и ГАУЗ РК «ВСП» 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 – 43 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. 3.58, 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещённую на первой полосе газеты «Око Воркуты» № 6 (635) от 05.02.2016 под названием «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «ОКО» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Выдать ГАУЗ РК «ВСП» 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 ООО «ОКО» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ГАУЗ РК «ВСП» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

7. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении главного врача ГАУЗ РК «ВСП» <..> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 19 августа 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<..>

Члены Комиссии

<..>

<..>



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

19 августа 2016 года

№ 03-01/7694

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

председателя Комиссии – <..> врио заместителя руководителя Управления – начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

членов Комиссии: <..> - ведущего специалиста-эксперта отдела Управления; <..> – главного специалиста-эксперта отдела Управления;

на основании своего Решения от 19.08.2016 по делу № Р 20-05/16 о признании рекламы под названием «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим», размещенной на 1 полосе газеты «Око Воркуты» от 05.02.2016 № 6 (635), ненадлежащей, 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. Обществу с ограниченной ответственностью «ОКО», адрес места нахождения: 169900, Республика Коми, г. Воркута, ул. Ленина, д. 52, оф. 10, **в десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «Око Воркуты» рекламы под названием «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Обществу с ограниченной ответственностью «ОКО», адрес места нахождения: 169900, Республика Коми, г. Воркута, ул. Ленина, д. 52, оф. 10, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **в срок до 26 сентября 2016 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 юридическое лицо административный штраф в размере от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течении трех месяцев со дня выдачи предписания в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <..>

Члены Комиссии _____ <..>

_____ <...>



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

19 августа 2016 года

№ 03-01/7695

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

председателя Комиссии – <...> врио заместителя руководителя Управления – начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

членов Комиссии: <..> - ведущего специалиста-эксперта отдела Управления; <..> – главного специалиста-эксперта отдела Управления;

на основании своего Решения от 19.08.2016 по делу № Р 20-05/16 о признании рекламы под названием «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим», размещенной на 1 полосе газеты «Око Воркуты» от 05.02.2016 № 6 (635), ненадлежащей, 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. Государственному автономному учреждению здравоохранения Республики Коми «Воркутинская стоматологическая поликлиника», адрес места нахождения: 169900, Республика Коми, г. Воркута, ул. Дончука, д. 10, **в десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «Око Воркуты» рекламы под названием «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Государственному автономному учреждению здравоохранения Республики Коми «Воркутинская стоматологическая поликлиника», адрес места нахождения: 169900, Республика Коми, г. Воркута, ул. Дончука, д. 10, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **в срок до 26 сентября 2016 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 юридическое лицо административный штраф в размере от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течении трех месяцев со дня выдачи предписания в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <..>

Члены Комиссии _____ <..>

_____ <..>

