

## Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми

### РЕШЕНИЕ

15 июня 2012 года (изготовление решения в полном объеме)

05 июня 2012 года (оглашение резолютивной части)

№ 03-01/5120

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 14-03/12, возбужденного по факту распространения рекламы следующего содержания «Салон «Стиль» Маникюр, покрытие ЛАК-ГЕЛЯМИ, БИОГЕЛЯМИ. Педикюр классический, аппаратный, лечебный. Массаж, солярий, биохимия, ламинирование волос, Косметология! Адрес: пр-т Зерюнова, 6, телефон: 722-820», размещенной на странице 18 № 48(106) от 03.12.2011 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 <...>ой Е.А., действующей на основании Свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя серия <...> ;

в отсутствие:

- заявителя, надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления № 16700056959895 от 16.05.2012;

- заинтересованного лица - ООО «Газета», надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления № 16700056959918 от 24.05.2012;

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ИП <...>ой Н.В., надлежащим образом извещённой о месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления № 16700056959901 от 21.05.2012

### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми поступило сообщение гражданина от 11.01.2012 (вх. № 75 от 11.01.2012) об административном правонарушении.

По результатам рассмотрения указанного сообщения принято решение о

возбуждении дела № Р 14-03/12 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 <...>ой Е.А., а также привлечения к участию в деле лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ИП <...>ой Н.В.

В связи с изложенным, рекламное дело № Р 14-03/12 Определением № 03-01/3977 от 11.05.2012 отложено и назначено к рассмотрению на 06.06.2012.

В результате рассмотрения материалов рекламного дела № Р 14-03/12 установлено следующее.

На странице 18 № 48(106) от 03.12.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта» размещена реклама салона «Стиль» следующего содержания: «Салон «Стиль» Маникюр, покрытие ЛАК-ГЕЛЯМИ, БИОГЕЛЯМИ. Педикюр классический, аппаратный, лечебный. Массаж, солярий, биохимия, ламинирование волос, Косметология! Адрес: пр-т Зерюнова, 6, телефон: 722-820».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона 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» № 48(106) от 03.12.2011 на странице 18;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – салону «Стиль», оказываемым в нем услугам, в том числе лечебному педикюру, массажу, косметологии, формирование и поддержание интереса к ним, их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, размещенная на странице 18 № 48(106) от 03.12.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта», является рекламой.

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.

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).

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

Согласно Письму Территориального органа Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по Республике Коми (Управления Росздравнадзора по Республике Коми) от 16.11.2011 № 01-27/242 (вх. № 5796 от 17.11.2011) к простым медицинским услугам в соответствии с приказом Минздрава РФ от 10.04.2001 № 113 «О введении в действие отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги» (далее – Приказ № 113) не относятся такие услуги, как маникюр и педикюр.

В ходе изучения данного приказа установлено, что лечебный педикюр также не относится к простым медицинским услугам.

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».

Приказом № 113 в типовом разделе 21 «Лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия)» приводятся простые медицинские услуги, оказываемые массажистами. В данном разделе зарегистрированы в том числе следующие услуги:

- общий массаж (код 21.01.001),

- массаж лица (код 21.01.2002).

Перечень работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности установлен в приложении к Положению о лицензировании медицинской деятельности, утвержденному Постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 № 30. В названный Перечень включены, в том числе работы (услуги) по медицинскому массажу.

В соответствии с Приказом № 113 к простым медицинским услугам отнесены, в том числе следующие услуги:

код 21.01.001- общий массаж;

код 21.01.002 - массаж лица;

код 21.01.003 - массаж шеи;

код 21.004 - массаж кистей;

код 21.01.005 - массаж волосистой части головы;

Медицинская деятельность подлежит обязательному лицензированию в соответствии с п. 46 ч. 1 ст. 12 Федерального закона № 99-ФЗ от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности» и Постановлением Правительства Российской Федерации № 30 от 22.01.2007 «Об утверждении положения о лицензировании медицинской деятельности».

Общероссийским классификатором услуг населению (ОК 002-93), утвержденным Постановлением Госстандарта Российской Федерации от 28.06.1993 № 163, к медицинским услугам отнесены услуги, оказываемые косметологическими подразделениями (код 081500).

Согласно п. 49 [Приказа Росстата от 23.07.2009 № 147 «Об утверждении Указаний по заполнению в формах федерального статистического наблюдения показателя «Объем платных услуг населению»](#) медицинские услуги включают, в том числе услуги косметологических учреждений. Согласно п. 50 указанного Приказа в медицинские услуги включается оплата населением, в том числе проведения физиотерапевтических и иных процедур, массажей (включая гидромассаж), лечебной гимнастики и т.д., услуг обертывания грязями, мануальной терапии, мезотерапии, геммокода, контурной инъекционной пластики, флеболастики, предоставляемых парикмахерскими и салонами красоты.

Согласно п. 4 Положения о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 № 30 (далее – Положение) медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с Перечнем согласно приложению к Положению.

В соответствии с указанным Перечнем работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности подлежат лицензированию работы (услуги) по косметологии (терапевтической и хирургической).

Согласно информации, представленной Управлением Росздравнадзора по РК письмом от 16.11.2011 № 01-27/242 (вх. № 5796 от 17.11.2011), перечень косметологических услуг определен Приказом Минздрава СССР № 1290 от 28.12.1982 «О мерах по улучшению косметологической помощи населению» и Приказом № 113.

Письмом № 01-27/242 от 16.11.2011 (вх. № 5796 от 17.11.2011) Управление Росздравнадзора по РК направило в адрес Коми УФАС России Перечень работ и услуг, осуществляемых в рамках косметологии и подлежащих лицензированию в рамках медицинской деятельности (далее – Перечень). Указанный перечень

представлен Росздравнадзором в качестве методического руководства.

В Перечень включены, в том числе следующие работы (услуги):

- комплексный уход за кожей лица (гигиеническая чистка, наложение питательных масок на кожные покровы, макияж);

- все виды массажа и на различные области: гигиенический, лечебный, общий, спортивный, детский, тонизирующий, пластический, вакуумный, мануальный, медовый, точечный, баночный и др.

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.

Разделы [класса "А"](#) обозначают определенный тип медицинской услуги, в том числе раздел 21 - лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия).

В классе «А» под кодом А21.01.001 зарегистрирована медицинская услуга - «Общий массаж», под кодом А21.01.002 - «Массаж лица», под кодом А21.01.003 - «Массаж шеи», под кодом А21.01.004 «Массаж рук», под кодом А21.01.005 - «Массаж волосистой части головы», под кодом А21.01.006 - «Пилинг-массаж», под кодом А21.01.007 - Вакуумный массаж кожи, под кодом А21.01.009 - «Массаж ног».

Указанные в п. 5.2 номенклатуры медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н, подразделы [класса "В"](#) (коды от 001 до 069) обозначают перечень медицинских специальностей, среди которых под кодом 008 указаны такие медицинские специальности, как дерматовенерология и косметология.

Таким образом, услуги «массаж» и «косметология» относятся к медицинским услугам.

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 рекламодаделец, 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 30.03.2012 (вх. № 1741 от 10.04.2012), 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 <...>ой Е.А. и ООО «Газета», является ИП <...>а Е.А.; рекламодателем - на основании договора № 184 от 27.10.2011, заключенного между ИП <...>ой Н.В. и <...>ой Е.А., является ИП <...>а Н.В.

Согласно п. 3.2 договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.01.2011, ответственность за содержание и оформление материала, размещенного на проданных площадях газеты «ПРО ГОРОД Ухта», несёт ИП <...>а Е.А.

В материалы рекламного дела лицами, участвующими в деле, представлены копии: договора № 184 от 27.10.2011, заключенного между ИП <...>ой Н.В. и ИП <...>ой Е.А., на оказание услуг по размещению рекламных и (или) информационных материалов в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; заявки № 446 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов; договора купли – продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.01.2011, заключенного между ООО «Газета» и ИП <...>ой Е.А.; заявки на печатные площади (полосы) от 01.12.2011, согласно которой ИП <...>а Е.А. просит ООО «Газета» зарезервировать печатные полосы в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 02.12.2011, в соответствии с которым, продавец (ООО «Газета»), передал, а покупатель (ИП <...>а Е.А.) принял печатные площади тиража № 48 (106) от 03.12.2011 в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; приходного кассового ордера № 939 от 19.12.2011, счета № 1598 от 09.11.2011, выставленного ИП <...>ой Е.А. заказчику ИП <...>ой Н.В. за услуги по размещению рекламы в газете «ПРО ГОРОД Ухта».

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ой Е.А. в материалы рекламного дела, а также пояснениям, данным ИП <...>ой Е.А. в ходе рассмотрения рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>а Н.В., рекламораспространителем и рекламопроизводителем - ИП <...>а Е.А. Между ИП <...>ой Н.В. и ИП <...>ой Е.А. был заключен договор № 184 от

27.10.2011 о размещении рекламных (рекламно-информационных) материалов ИП <...>ой Н.В. в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; содержание и наполнение спорной рекламы определил заказчик (рекламодатель) - ИП <...>а Н.В.; после изготовления ИП <...>ой Е.А. рассматриваемой рекламы, она была устно одобрена ИП <...>ой Н.В. и впоследствии ею оплачена. Рассматриваемая реклама распространялась в период с 05.11.2011 по 31.03.2012 на территории города Ухта Республики Коми; распространение рассматриваемой рекламы стало возможно по причине неисполнения ИП <...>ой Е.А. своих публично-правовых обязанностей.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>а Н.В., рекламопроизводителем и рекламораспространителем - ИП <...>а Е.А.

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

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ой Н.В. в материалы рекламного дела, следует, что в салоне «Стиль» работает несколько предпринимателей, в том числе ИП <...>а Н.В. - маникюр, педикюр.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена для привлечения внимания потенциальных потребителей к объекту рекламирования - салону «Стиль», оказываемым в нем услугам по лечебному педикюру, массажу, косметологии, с целью получения, в том числе ИП <...>ой Н.В. и ИП <...>ой Е.А. прибыли от их экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела ИП <...>а Н.В. указала, что салон «Стиль» никогда не оказывал косметологических услуг, а лишь косметические, в том числе массаж рук, стоп, лица.

Указанный довод ИП <...>ой Н.В. не может быть признан обоснованным, поскольку в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, отраслевым классификатором "Сложные и комплексные медицинские услуги", услуги по массажу, в том числе по массажу лица, массажу ног, массажу рук, указанные в рассматриваемой рекламе, отнесены к медицинским.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ИП <...>а Н.В. также указывает, что ею было оговорено наличие в рекламе предупреждающей надписи.

Вышеуказанный довод Комиссией отклоняется, поскольку в материалах рекламного дела имеется копия приходного кассового ордера № 939 от 19.12.2011, согласно которому от ИП <...>ой Н.В. в счет оплаты за рекламу в газете «ПРО ГОРОД Ухта» принято 1170 рублей. Согласно письменным пояснениям ИП <...>ой Е.А. и пояснениям, данным ею в ходе рассмотрения рекламного дела, ИП <...>а Н.В. полностью оплатила размещение спорной рекламы, претензий по рассматриваемой рекламе в адрес ИП <...>ой Е.А. не выставляла.

Доказательств, свидетельствующих о том, что рассматриваемая реклама содержала необходимое предупреждение на стадии заказа и согласования, в

материалы рекламного дела ИП <...>ой Н.В. не представлено.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 14-03/12 установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло как по вине рекламодателя – ИП <...>ой Е.А., так и по вине рекламораспространителя и рекламопроизводителя – ИП <...>ой Н.В.

ИП <...>а Н.В. на стадии заказа и согласования (одобрения), а ИП <...>а Е.А. - 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 14-03/12 усматривается, что со стороны ИП <...>ой Н.В. и ИП <...>ой Е.А. должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято.

Таким образом, ИП <...>ой Е.А. и ИП <...>ой Н.В. нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Ухта Республики Коми в период с 05.11.2011 по 31.03.2012.

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 <...>ой Н.В. и ИП <...>ой Е.А. 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,

**Р Е Ш И Л А:**

1. Признать рекламу следующего содержания: «Салон «Стиль» Маникюр, покрытие ЛАК-ГЕЛЯМИ, БИОГЕЛЯМИ. Педикюр классический, аппаратный, лечебный. Массаж, солярий, биохимия, ламинирование волос, Косметология! Адрес: пр-т Зерюнова, 6, телефон: 722-820», размещенную на странице 18 № 48(106) от 03.12.2011 газеты «ПРО ГОРОД Ухта», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...>ой предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в



п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Выдать ИП <...>ой 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 <...>ой 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 <...>ой дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 15 июня 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**

15 июня 2012 года

№ 03-01/5122

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 15.06.2012 по делу № Р 14-03/12 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «Салон «Стиль» Маникюр, покрытие ЛАК-ГЕЛЯМИ, БИОГЕЛЯМИ. Педикюр классический, аппаратный, лечебный. Массаж, солярий, биохимия, ламинирование волос, Косметология! Адрес: пр-т Зерюнова, 6, телефон: 722-820», размещенную на странице 18 № 48(106) от 03.12.2011 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

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Индивидуальному предпринимателю <...>ой в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, распространение в газете «PRO ГОРОД Ухта» рекламы следующего содержания: «Салон «Стиль» Маникюр, покрытие ЛАК-ГЕЛЯМИ, БИОГЕЛЯМИ. Педикюр классический, аппаратный, лечебный. Массаж, солярий, биохимия, ламинирование волос, Косметология! Адрес: пр-т Зерюнова, 6, телефон: 722-820» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Индивидуальному предпринимателю <...>ой представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 06 июля 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**

15 июня 2012 года

№ 03-01/5121

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 15.06.2012 по делу № Р 14-03/12 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «Салон «Стиль» Маникюр, покрытие ЛАК-ГЕЛЯМИ,

БИОГЕЛЯМИ. Педикюр классический, аппаратный, лечебный. Массаж, солярий, биохимия, ламинирование волос, Косметология! Адрес: пр-т Зерюнова, 6, телефон: 722-820», размещенную на странице 18 № 48(106) от 03.12.2011 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: «Салон «Стиль» Маникюр, покрытие ЛАК-ГЕЛЯМИ, БИОГЕЛЯМИ. Педикюр классический, аппаратный, лечебный. Массаж, солярий, биохимия, ламинирование волос, Косметология! Адрес: пр-т Зерюнова, 6, телефон: 722-820» 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 06 июля 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.