



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

26 июня 2013 года

(изготовление решения в
полном объеме)

13 июня 2013 года

(оглашение резолютивной
части)

№ 03-01/5354

г. Сыктывкар

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

<...>;

рассмотрев материалы дела № Р 11-02/13, возбужденного в отношении ООО «СтарК» по факту распространения наружной рекламы следующего содержания: «Милолика косметический салон Массаж лица Не имеющий аналогов в городе Маски лица Солярый ВСЕГО 13 РУБ – 1 МИН. Со студенческим билетом скидка NEW! 1 мин. – 10 руб. Интернациональная 78, 3 этаж, 312 кабинет. (за зданием жен. консультации) 567-933», размещенной на конструкциях, установленных в городе Сыктывкаре по улице Интернациональной, в районе домов № 90, № 106, № 147 (ЦУМ «Сыктывкар») и по улице Ленина, в районе дома № 39, с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителей ООО «СтарК»: генерального директора <...>о, действующего на

основании Устава ООО «СтарК», приказа № 1 от 04.10.2012, и <...>а, действующего на основании доверенности от 14.03.2013,

в отсутствие:

- ООО «ГлавПечать», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, письмом вх. № 515ф от 13.06.2013 направившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие директора Общества,

- Министерства здравоохранения Республики Коми, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается штампом входящей корреспонденции от 03.06.2013 на письме Коми УФАС России № 03-01/4619 от 03.06.2013,

УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение наружной рекламы следующего содержания: «Милолика косметический салон Массаж лица Не имеющий аналогов в городе Маски лица Солярий ВСЕГО 13 РУБ – 1 МИН. Со студенческим билетом скидка NEW! 1мин. – 10 руб. Интернациональная 78, 3 этаж, 312 кабинет. (за зданием жен. консультации) 567-933», размещенной на конструкциях, установленных в городе Сыктывкаре по улице Интернациональной, в районе домов № 90, № 106, № 147 (ЦУМ «Сыктывкар») и по улице Ленина, в районе дома № 39 (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту Определением № 03-01/1572 от 28.02.2013 возбуждено рекламное дело № Р 11-02/13 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «СтарК».

Из материалов рекламного дела № Р 11-02/13 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с п. 1 ст. 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 посредством размещения на конструкциях, установленных на улицах города Сыктывкара;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: косметическому салону «Милолика», массажу лица, маскам лица, солярию, формирование и поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на конструкциях, установленных в городе Сыктывкаре по улице Интернациональной, в районе домов № 90, № 106, № 147 (ЦУМ «Сыктывкар») и по улице Ленина, в районе дома № 39, 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).

В силу 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.

Согласно ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»:

- медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

- медицинское вмешательство - выполняемые медицинским работником по отношению к пациенту, затрагивающие физическое или психическое состояние человека и имеющие профилактическую, исследовательскую, диагностическую, лечебную, реабилитационную направленность виды медицинских обследований и (или) медицинских манипуляций, а также искусственное прерывание беременности.

В соответствии с п. 22 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» понятие и перечень медицинских услуг определены [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н.

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг, разделенных на два [класса: «А»](#) и [«В»](#). [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 Номенклатуре медицинских услуг под кодом А21.01.002 зарегистрирована медицинская услуга «массаж лица», по кодом А21.01.002 – «наложение маски на лицо».

Согласно письму Министерства здравоохранения Республики Коми № 5965/01-33 от 29.03.2013 (вх. № 1731 от 01.04.2013), представленному в материалы рекламного дела, в соответствии с приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» массаж лица отнесен к медицинским услугам.

Проведение массажа лица имеет ряд противопоказаний, а именно:

- нарушение целостности кожного покрова при дерматите, аллергии и т.п.;
- наличие вирусных заболеваний (например, высыпания герпеса);
- любые острые состояния организма в целом;
- наличие гнойничков на коже;
- индивидуальная непереносимость косметического массажа;
- резкое понижение внутричерепного давления;
- наличие активного купероза на коже лица – расширенных сосудиков в виде мелкой красной сетки (по информации Интернет-сайта www.luxmata.ru).

Определением Коми УФАС России № 03-01/3033 от 09.04.2013 рассмотрение дела № Р 11-02/13 приостанавливалось в связи с необходимостью получения заключения специалистов ФАС России по рассматриваемым Комиссией обстоятельствам.

ФАС России письмом № АД/16500/13 от 24.04.2013 (вх. № 2538 от 07.05.2013), представленным в материалы рекламного дела, пояснило следующее.

В рассматриваемой рекламе содержится указание услуг «массаж лица», «маски лица». При этом при рекламе данных услуг не определяется, что речь идет не о медицинских услугах. Вместе с тем в Номенклатуре медицинских услуг содержатся такие услуги как «массаж лица», «наложение маски на лицо».

Учитывая изложенное, указанные в рекламе услуги следует рассматривать как, в том числе относящиеся к медицинским услугам. Соответственно, в такой рекламе необходимо приведение предупреждения, предусмотренного ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

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

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель, и рекламодатель, и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, 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.

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

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

Из письменной информации, представленной ООО «СтарК» в материалы рекламного дела, следует, что содержание рассматриваемой рекламы было определено руководителем Общества, в декабре 2012 г. им был подготовлен эскиз рекламы, по которому рекламопроизводитель в соответствии с устной договоренностью изготовил четыре щита наружной рекламы, после чего ООО «СтарК» разместило рекламу по вышеуказанным адресам.

ООО «СтарК» в материалы рекламного дела представлены: копии уведомлений о начале осуществления предпринимательской деятельности от 10.10.2012 и 15.11.2012, эскиз рассматриваемой рекламы, копии заявок от 08.11.2012 и 12.12.2012 на услуги дизайнера и изготовление рекламных щтендеров, копии товарных и кассовых чеков об оплате услуг ООО «ГлавПечать» по изготовлению наружной рекламы.

Из материалов рекламного дела усматривается, что **рекламодателем и рекламодателем** рассматриваемой рекламы является **ООО «СтарК»**, **рекламопроизводителем - ООО «ГлавПечать»**.

В ходе рассмотрения рекламного дела генеральный директор ООО «СтарК» <...> С.В. и представитель Общества <...> Э.М. пояснили, что в декабре 2012 г. были изготовлены и установлены два рекламных щтендера, в январе 2013 г. был установлен третий щтендер по ул. Интернациональной, 106. Рекламопроизводитель не вносил изменений в содержание рекламы; претензии к рекламопроизводителю Обществом не предъявлялись. С 15.03.2013 реклама не распространяется.

В соответствии с п. 11 Устава ООО «СтарК», копия которого имеется в материалах

рекламного дела, единоличным исполнительным органом Общества является генеральный директор; генеральный директор без доверенности действует от имени Общества, представляет его интересы и совершает сделки.

В материалах рекламного дела имеются копия приказа № 1 от 04.10.2012 о вступлении <...>о Станислава Валерьевича в должность генерального директора ООО «СтарК».

В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ от 06.03.2013 № 2619, имеющейся в материалах рекламного дела, основным видом экономической деятельности ООО «СтарК» является предоставление персональных услуг, дополнительными видами экономической деятельности Общества являются предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты, предоставление прочих персональных услуг.

Согласно пункту 2.1 Устава ООО «СтарК» основной целью деятельности Общества является извлечение прибыли посредством хозяйственной деятельности.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ООО «СтарК» с целью получения Обществом прибыли от его экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения дела № Р 11-02/13 установлено, что нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламораспространителя – ООО «СтарК» и его должностного лица – генерального директора <...>о С.В.

Из материалов рекламного дела № Р 11-02/13 усматривается, что со стороны ООО «СтарК» и генерального директора Общества <...>о С.В. должных мер по контролю соответствия рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рассматриваемая реклама была изготовлена ООО «ГлавПечать» в том виде, в котором заказывалась, рекламопроизводитель не вносил каких-либо изменений в заказанную рекламу, претензий к рекламопроизводителю ООО «СтарК» не имеет. В связи с чем, вины рекламопроизводителя ООО «ГлавПечать» в нарушении требований рекламного законодательства не усматривается.

Таким образом, ООО «СтарК» и генеральным директором ООО «СтарК» <...>о С.В. нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «СтарК» в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителями ООО «СтарК» в ходе рассмотрения рекламного дела, ООО «СтарК» не согласно с вменяемым нарушением, так как косметический салон «Милолика» не является медицинским учреждением; услуги по массажу и маскам лица, оказываемые в салоне, относятся к бытовым услугам в соответствии с общероссийскими классификаторами ОК 029-2007, ОК 034-2007, ОК 004-93.

Вышеуказанные доводы ООО «СтарК» Комиссия считает несостоятельными в связи с нижеследующим.

Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности ОК 029-2007 (КДЕС Ред. 1.1), утвержденному Приказом Ростехрегулирования от 22.11.2007 № 329-ст, группировка «предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты» (код 93.02) включает, в том числе **косметический массаж лица**.

В соответствии с Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности (Том 1, классы 01 - 23; Том 2, классы 24 - 28; Том 3, классы 29 - 45; Том 4, классы 50 - 99) ОК 034-2007 (КПЕС 2002), принятым и введенным в действие Приказом Ростехрегулирования от 22.11.2007 № 329-ст, услуги парикмахерских и прочие услуги, связанные с уходом за внешностью (код 93.02), включают, в том числе:

- услуги по **массажу лица** и шеи (код 93.02.23.115),
- услуги по комплексному уходу за кожей лица (услуги по чистке, **массажу**, **нанесению масок**, макияжу) (код 93.02.23.116).

В соответствии с [Общероссийским классификатором видов экономической деятельности, продукции и услуг ОК 004-93, утвержденным Постановлением Госстандарта России от 06.08.1993 № 17](#), к услугам парикмахерских, **косметических салонов** и лечебных косметических учреждений (код 9312000) отнесены, в том числе следующие услуги по уходу за лицом (9312320):

- **гигиенический массаж лица**, шеи (код 9312327),
- **массаж лица (тонизирующий, пластический, вакуумный)** (код 9312331),
- комплексный уход за кожей лица (глубокое очищение, увлажнение вапозоном, вибрационная чистка, **массаж**, **маска**, макияж) (код 9312333).

Перечень парикмахерских и косметических услуг, оказываемых организациями коммунально-бытового назначения, содержится также в Общероссийском классификаторе услуг населению [ОК 002-93, утвержденном Постановлением Госстандарта России от 28.06.1993 № 163](#).

При этом Приказом Росстандарта от 12.12.2012 № 1880-ст принято и введено в действие [«Изменение 13/2012 ОКУН Общероссийский классификатор услуг населению ОК 002-93»](#), согласно которому из общероссийского [классификатора ОК 002-93](#) **исключены (аннулированы)** в числе прочих следующие позиции **из перечня парикмахерских и косметических услуг**, оказываемых организациями коммунально-бытового назначения:

- питательная маска для лица и шеи (код 019325);
- массаж лица и шеи (код 019326);
- комплексный уход за кожей лица (чистка, массаж, маска, макияж) (код 019327).

Вышеуказанный документ **введен** в действие с 1 января 2013 года с правом досрочного применения в правоотношениях, возникших с 24 января 2012 года.

Кроме того, Общероссийский классификатор услуг населению ОК 002-93

предусматривает, что в состав медицинских услуг (код 081000) входят услуги, оказываемые косметологическими подразделениями (081500), в том числе услуги косметические (081501).

В Номенклатуре медицинских услуг «массаж лица» и «наложение маски на лицо» зарегистрированы в качестве медицинских услуг.

Согласно пунктам 49, 50 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, услуги других организаций. В медицинские услуги включается оплата населением проведения физиотерапевтических и иных процедур, **массажей** (включая гидромассаж), лечебной гимнастики и т.д., услуг обертывания грязями, мануальной терапии, мезотерапии, гемокода, контурной инъекционной пластики, флеболастики, предоставляемые парикмахерскими и **салонами красоты**.

В ходе рассмотрения рекламного дела представители ООО «СтарК» пояснили, что услуги по массажу лица, указанные в рекламе, оказывались специалистами, имеющими медицинское образование и сертификат косметика.

В соответствии с [Постановлением](#) Минтруда России от 10.11.1992 № 31 «Об утверждении Тарифно-квалификационных характеристик по общеотраслевым профессиям рабочих» к требованиям к профессии косметика, осуществляющего, в том числе массаж лица, шеи и кожи головы, чистку лица гигиеническую, вакуумную и др., наложение питательных, дезинфицирующих масок, проведение отшелушивающих процедур, относятся знание основ анатомии и физиологии, строения и свойств кожи; правил и способов выполнения работ; устройств и правил эксплуатации применяемого оборудования и инструмента; видов материалов, препаратов, их назначения и норм расхода; правил санитарии и гигиены; правил обслуживания клиентов, а также требуется среднее медицинское образование.

Из вышеизложенного усматривается, что косметические услуги, включая массаж лица и маски лица, отнесены, в том числе к медицинским услугам. Следовательно, реклама таких услуг должна осуществляться с учетом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе. Именно такой позиции придерживается арбитражная судебная практика Волго-Вятского округа (дело № А29-4613/2011).

В ходе рассмотрения рекламного дела представитель ООО «СтарК» <...> Э.М., обоснование позиции Общества о неотнесении перечисленных в рекламе услуг к медицинским, указал, что в силу Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга – это медицинское вмешательство, выполняемое медицинским работником по отношению к пациенту. Клиенты салона «Милолика» не являются пациентами и не обращаются в салон за получением медицинской помощи, так как салон не является медицинским учреждением. Услуга по массажу лица, указанная в Номенклатуре медицинских услуг, производится в лечебных целях; поскольку Общество не занимается лечением, положения Номенклатуры медицинских услуг на услуги салона «Милолика» не распространяются.

Указанные доводы ООО «СтарК» Комиссия сочла несостоятельными в связи с

нижеследующим.

В соответствии с п.п. 3, 9 ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» пациент - физическое лицо, которому оказывается медицинская помощь или которое обратилось за оказанием медицинской помощи **независимо от наличия у него заболевания и от его состояния**; медицинская помощь - комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг.

Таким образом, пациентом, в понимании Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», может выступать и клиент косметического салона, обратившийся за оказанием соответствующих косметических услуг.

Довод ООО «СтарК» о том, что Общество не занимается лечением, не опровергает выводы Комиссии о том, что рассматриваемая реклама относится к рекламе медицинских услуг, поскольку согласно ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга может быть направлена не только на лечение, но и на профилактику и диагностику заболеваний.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места, что подтверждается имеющимися в материалах рекламного дела фотографиями от 09 апреля 2013 г.

В связи с добровольным устранением лицом совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ООО «СтарК» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Из материалов рекламного дела следует, что территория распространения рассматриваемой рекламы - г. Сыктывкар, период распространения рекламы – с декабря 2012 г. по 08 апреля 2013 г.

В ходе рассмотрения рекламного дела 13.05.2013 генеральный директор ООО «СтарК» <...> С.В. пояснил, что Общество находится в стадии ликвидации, и представил в материалы рекламного дела копии свидетельства о внесении 21.05.2013 в Единый государственный реестр юридических лиц записи о принятии решения о ликвидации юридического лица - ООО «СтарК» и выписки из Единого государственного реестра юридических лиц № 1528 от 21.06.2013.

Согласно пунктам 3.53, 3.53.2 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 28.12.2007 № 453 (далее – Регламент), подпункта «б» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее – Правила), Комиссия принимает решение о прекращении рассмотрения дела, если в процессе рассмотрения дела будет установлен факт ликвидации юридического

лица, которое являлось стороной по делу и совершило действие, содержащее признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, если спорное правоотношение не допускает правопреемства.

В силу ч. 3 ст. 49, ч. 8 ст. 63 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ правоспособность юридического лица возникает в момент его создания и прекращается в момент внесения записи о его исключении из единого государственного реестра юридических лиц. Ликвидация юридического лица считается завершенной, а юридическое лицо - прекратившим существование после внесения об этом записи в [единый государственный реестр юридических лиц](#).

На дату вынесения Комиссией решения по делу № Р 11-02/13 ООО «СтарК» находится в стадии ликвидации. Документов, подтверждающих завершение процесса ликвидации юридического лица, материалы рекламного дела не содержат. При таких обстоятельствах, оснований для прекращения рассмотрения дела не усматривается.

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, 47 Правил, п. 3.55 Регламента,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Милолика косметический салон Массаж лица Не имеющий аналогов в городе Маски лица Солярий ВСЕГО 13 РУБ – 1 МИН. Со студенческим билетом скидка NEW! 1мин. – 10 руб. Интернациональная 78, 3 этаж, 312 кабинет. (за зданием жен. консультации) 567-933», размещенную на конструкциях, установленных в городе Сыктывкаре по улице Интернациональной, в районе домов № 90, № 106, № 147 (ЦУМ «Сыктывкар») и по улице Ленина, в районе дома № 39, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ООО «СтарК» не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «СтарК» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении генерального директора ООО «СтарК» <...> Станислава Валерьевича дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 26 июня 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.