Решение

по делу **№04-04-02/15-12**

25 июля 2012 года г. Кызыл

Резолютивная часть решения объявлена 11 июля 2012 года

Решение изготовлено в полном объеме 25 июля 2012 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: Долгих О.М. – руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее – Тывинское УФАС России);

Члены Комиссии:

Хитаришвили А.Т. – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

Тулуш Ш.Т. – специалист - эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

Ванькова Е.С. – старший специалист 2 разряда отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России,

рассмотрев дело № 04-04-02/15-12 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы на телеканале «Первый канал» с признаками нарушения требований части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии генерального директора ООО «Студия «25 кадр» «…», представителя ООО «Студия «25 кадр» по доверенности от 20.06.2012г. №б/н "...",

в присутствии представителя ИП «…» по доверенности от 29.05.2012г. б/н «…»,

УСТАНОВИЛА:

По результатам проведенного мониторинга рекламы на телеканале «Первый канал» на предмет соответствия требованиям Закона о рекламе выявлено распространение рекламы следующего содержания:

«СВЕЖИЙ ВЕТЕР В ТУВЕ. AQUADOO. МЕЖКОМНАТНЫЕ ДВЕРИ ОТ 1000 РУБ. Скидки. ВХОДНЫЕ ДВЕРИ ОТ 3000 РУБ. Кредит, Рассрочка. г.Кызыл Гостиница «Монгулек», кабинет 209 т.:2-29-26, 8-933-314-2854» ниже мелким шрифтом размещена информация об условиях предлагаемой скидки и лицах предоставляющих финансовые услуги (кредит, рассрочка). Данная реклама сопровождалась звуковым сопровождением следующего содержания: «Компания «Свежий ветер в Туве» предлагает двери нового поколения «Аквадоор» межкомнатные и входные. Очень надежные и функциональные по реально доступным ценам».

Отношения в сфере рекламы регулируются Законом о рекламе (статья 2) независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.

Статья 3 Закона о рекламе, понимает под рекламой информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и/или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

под объектом рекламирования подразумевается товар, средство его индивидуализации, 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 пунктами 5, 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом, искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

В соответствии с частью 1 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Таким образом, рассматриваемая информация содержит необходимые признаки рекламы: она распространена и адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – компании «Свежий ветер»; формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования и продвигает его на рынке.

09.06.2012г. в адрес Тывинского УФАС России от ООО «Студия «25 кадр» поступила информация (вх.№3263 от 09.06.2012г.), согласно которой между ИП «…» и ООО «Студия «25 кадр» был заключен договор на изготовление рекламного материала от 17.01.2012г. №К-04-12. В соответствии с пунктом 1.1. указанного договора изготовитель – ООО «Студия «25 кадр» обязуется изготовить видеоролик, а рекламодатель – ИП «…» оплатить оказанные услуги. Согласно пункту 1.2 договора

от 17.01.2012г. №К-04-12 оговорено согласование предмета, порядка оказания услуг по изготовлению рекламного ролика в виде приложения №1 к указанному договору.

Согласно представленному приложению №1 к договору от 17.01.2012г. №К-04-12 установлено, что предметом изготовления рекламной продукции является видеоролик (слайд фильм), объектом рекламирования определена компания «Свежий Ветер в Туве».

Как установлено Тывинским УФАС России, размещенная ИП «…» на телеканале «Первый канал», реклама содержала текст: " СВЕЖИЙ ВЕТЕР В ТУВЕ. AQUADOO. МЕЖКОМНАТНЫЕ ДВЕРИ ОТ 1000 РУБ. Скидки. ВХОДНЫЕ ДВЕРИ ОТ 3000 РУБ. Кредит, Рассрочка. г.Кызыл Гостиница «Монгулек», кабинет 209 т.:2-29-26, 8-933-314-2854" ниже мелким шрифтом размещена информация об условиях предлагаемой скидки: «Скидки предоставляются с 01.01.2012г. по 01.12.2012г. Подробности у продавцов-консультантов» и возможностей получения кредита: «Кредит предоставляется ООО «Русфинанс Банк». Рассрочка предоставляется ИП «…»».

При изучении рекламного ролика, содержания и звукового сопровождения, рекламную информацию ИП «…» можно оценить следующим образом. Видеоролик (слайд-фильм) состоит из последовательности слайдов со специальными эффектами, соответственно в одном слайде содержится определенная информация о рекламируемом объекте. Рекламная информация с текстовым содержанием ИП «…» была дана в виде последовательности 5 слайдов, продолжительность рекламного ролика 10 секунд, каждый слайд с рекламной информацией длится 2 секунды. Каждый слайд сопровождался специальными эффектами в виде всплывающего текста и изображения.

При этом существенная информация расположена в нижней части слайда, цветовая гамма сведений о кредитной организации, срока предоставления скидки указаны белым шрифтом, цветовая гамма фона, на котором расположена надпись, синяя. Кроме того, размер шрифта, которым обозначена существенная информация, и шрифт основного текста рекламы значительно отличаются по размеру, а также данный текст расположен в отрыве от контекста основной рекламы. Перечисленные параметры делают информацию об организации, предоставляющей кредит, о периоде предоставления скидки трудночитаемой, а в большинстве случаях нечитаемой.

В ходе визуального анализа во взаимосвязи и совокупности установлено, что размещенная реклама не позволяет рядовому потребителю рассмотреть информацию, размещенную мелким шрифтом на нижней части рекламного ролика, притом, что, условия предоставления скидки (период предоставления скидки) и лица, оказывающего финансовые услуги (кредит, рассрочка) указаны.

Совокупность таких особенностей вышеуказанной рекламы, как: основное содержание рекламного ролика; ограниченное время считывания информации; размер шрифта, которым написаны сведения о лице, предоставляющем кредит и сроки предоставления скидки, а также социально-личностная характеристика каждого потребителя лишает возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст " СВЕЖИЙ ВЕТЕР В ТУВЕ. AQUADOO. МЕЖКОМНАТНЫЕ ДВЕРИ ОТ 1000 РУБ. Скидки. ВХОДНЫЕ ДВЕРИ ОТ 3000 РУБ. Кредит, Рассрочка. г.Кызыл Гостиница «Монгулек», кабинет 209 т.:2-29-26, 8-933-

314-2854".

14.06.2012г. ИП «…» (вх.№3323 от 14.06.2012г.) в материалы дела представлены копии следующих документов: доверенность от 29.05.2012г. б/н., договор на изготовление рекламного материала от 17.01.2012г. №К-04-12, договор на размещение рекламного материала от 02.05.2012г. №К-91-12 с приложением графика платежей ИП «…», квитанции об оплате по оказанным услугам; договор субаренды нежилых помещений с условием об обеспечительном депозите от 10.01.2012г. №А-16/209; акт приема-передачи к договору №К-15/209 от 10.01.2012г., договор субаренды нежилых помещений с условием об обеспечительном депозите от 01.06.2012г. №А-17/209; акт приема-передачи к договору №К-17/209 от 01.06.2012г.

Согласно представленным договорам аренды от 10.01.2012г. №2, 01.06.2012г., ИП «…» осуществляет предпринимательскую деятельность по адресу: г.Кызыл, ул…., ….

Комиссия, изучив договора №К-85-11 от 26.12.2011г. и К-91-12 от 02.05.2012г., заключенных между рекламодателем ИП «…» и исполнителем ООО «Студия «25 кадр», предметом которого являются услуги по размещению рекламы в эфире телеканалов «Пятый», «Россия», «Первый» с распространением в пределах города Кызыла; акт от 29.02.2012г. №53, счет на оплату от 17.05.2012г. №766, платежные поручения от 05.03.2012г. №001, от 31.03.2012г. №57, квитанции к приходным кассовым ордерам от 11.08.2011г., 24.08.2011г., 07.09.2011г., 26.09.2011г., 04.10.2011г., 21.10.2011г., 01.11.2011г., 24.11.2011г., 28.11.2011г., 29.12.2011г., 10.01.2012г., 18.01.2012г. 21.03.2012г., 13.04.2012г. находит данные документы достаточными для признания рекламодателем рассматриваемой рекламы - ИП «…», рекламораспространителем – ООО «Студия «25 кадр». Статьей 3 Закона о рекламе определено, что рекламопроизводителем является лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму. Исходя из формулировки определения следует, что ООО «Студия «25 кадр» взяло на себя обязанности по изготовлению рекламы согласно договору от 17.01.2012г. №К-04-12 и таким образом, является рекламопроизводителем и рекламораспространителем.

Согласно условиям договора на изготовление рекламного материала от 17.01.20012г. №К-04-12, в обязанностях сторон предусмотрено, что ООО «Студия «25 кадр» согласовывает с рекламодателем – ИП «…» поступающие от него заказы на изготовление видеоролика и по окончании изготовления видеоролика в течение трех дней сторонами подписывается акт об оказании услуг.

Кроме того, пунктом 2.3.1 рассматриваемого договора указано, что рекламодатель – ИП «…» передает исполнителю – ООО «Студия «25 кадр» информацию, необходимую для надлежащего исполнения обязательств по договору. ООО «Студия «25 кадр» по согласованию с ИП «…» рекламная продукция корректируется (пункт 2.2.2 указанного договора).

На рассмотрении дела генеральным директором ООО «Студия «25 кадр» «…» представлены письменные пояснения (вх.№3474 от 21.06.2012г.) по существу рассматриваемого дела, согласно которым, по мнению законного представителя ООО «Студия «25 кадр» при изготовлении рекламного ролика для ИП «…» нарушений требований части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе допущены не были. В рассматриваемом рекламном ролике были указаны

информация о лицах, предоставляющих финансовые услуги и период предоставления скидок.

Согласно письменным пояснениям, ООО «Студия «25 кадр» используется расчет Федерального государственного учреждения Межотраслевого научно-технического комплекса «Микрохирургия глаза» имени академика С.Н. Федорова (далее – ФГУ «Микрохирургия глаза» им.С.Н. Федорова) использованный по делу №07-18/2011-001 Ивановского УФАС России: «Воспринимаемый размер объекта определяется под углом зрения, под которым его рассматривает человек. При остроте зрения 1,0 человек воспринимает детали объекта с угловым размером 1, а сам объект (букву/знак) – размером 5. Для расстояния 5 м, с которого обычно проверяют остроту зрения, это соответствует размеру буквы 7,27 мм. С расстояния 5 метров размеры знаков, допустимых для чтения большинством людей, должны составлять 20-30 мм. Для других расстояний необходимый размер объекта рассчитывается по простой формуле: для остроты зрения - 1,0: A(x)=7,27мм*L2/5, где L2 – новое расстояние, A(x) – новый размер объекта. Таким образом, L2= A(x)/7,27мм*5, если A(x)=4,888 мм, то L2=4,888/7,27*5=3,361м».

Кроме того, ООО «Студия «25 кадр» указало, что «большинство людей смотрят телевизор с безопасного расстояния, которое составляет 2-3 метра от телевизора, можно сделать однозначный вывод о том, что человек с нормальной остротой зрения сможет без зрительного напряжения прочитать информацию, содержащуюся в оспариваемом рекламном ролике. Хронометраж оспариваемого рекламного видеоролика составляет 10 секунд, 2 секунды из которых содержится информация о периоде проведения скидок и 2 секунды информация о лицах предоставляющих финансовые услуги (кредит, рассрочка)».

Согласно письменным пояснениям ООО «Студия «25 кадр», скорость чтения информации потребителем указывается исходя из норматива чтения для школьников начальных классов. Государственный норматив чтения школьников начальных классов составляет 110-140 слов в минуту, а так для категорий читателей нормы чтения не установлены, следует предположить, что скорость чтения взрослого человека в разы превышает скорость чтения ребенка-школьника. Рекламный ролик предназначен целевой группе в виде взрослого, трудоспособного населения, скорость чтения которого в среднем составляет не менее 4-5 слов в секунду.

Представителем ООО «Студия «25 кадр» по доверенности «…» поддержаны письменные пояснения от 21.06.2012г. законного представителя ООО «Студия «25 кадр».

Таким образом, представителями ООО «Студия «25 кадр» были даны доводы, что данный рекламный ролик не нарушает требования Закона о рекламе, поскольку существенная информация (период предоставления скидки; лица, предоставляющие финансовые услуги) была указана мелким шрифтом с использованием расчета произведенного ФГУ «Микрохирургия глаза» им. С.Н. Федорова.

Однако, доводы представителей ООО «Студия «25 кадр» не могут быть приняты во внимание, так как расчеты расстояния, с которого возможно воспринять текст рассматриваемой рекламы, в том числе с использованием данных ФГУ «Микрохирургия глаза» им.С.Н. Федорова не являются допустимыми и относимыми

к настоящему делу.

Какие-либо официальные правила и методики расчета, обязательные к применению антимонопольным органом при оценке рекламы, действующим законодательством о рекламе не предусмотрены. Закон о рекламе также не устанавливает размер шрифта либо методики расчета для установления возможности восприятия потребителем размещенной рекламы. Размер рекламы и, соответственно, размер шрифта рекламы может быть различным. В то же время, шрифт текста рекламы должен позволять потребителю прочитать весь объем размещенной в рекламе информации.

Кроме того, данный расчет Ивановским УФАС России был применен относительно к рекламной конструкции стабильного территориального размещения. Согласно Решению по делу № 07-18/2011-001 Комиссией Ивановского УФАС России применена формула, представленная ФГУ «Микрохирургия глаза» им.С.Н. Федорова для расчета расстояния необходимой для восприятия информации, выполненной различным шрифтом, с рекламной перетяжки, расположенной над проезжей частью автомобильной дороги. Данный расчет Ивановским УФАС России по делу №07-18/2011-001 для рекламного ролика на телевидении не применялся.

На рассмотрении дела лицами, участвующими в деле не были представлены все необходимые документы по договору на изготовление рекламного материала от 17.01.2012г. №К-04-12, в том числе акт оказанных услуг по указанному договору, форма передачи информации, сведений ООО «Студия «25 кадр» для изготовления рекламного ролика ИП «…» согласно пункту 2.3.1 договора. Согласно устным пояснениям сторон, участвующих в деле при рассмотрении дела ООО «Студия «25 кадр» было указано, что согласование сторон по договору на изготовление рекламного ролика осуществляется в устном порядке по телефонной линии или по электронной переписке непосредственного исполнителя с рекламодателем.

Таким образом, Комиссия Тывинского УФАС России, проанализировав письменные и устные пояснения представителей ООО «Студия «25 кадр» в совокупности, считает доводы о применении указанного расчета необоснованными. Поскольку применительно к рекламному ролику на телевидении данный расчет сопровождается отклонением от измеренного значения размера шрифта при изготовлении от её истинного значения при трансляции рекламы, вследствие таких факторов как размер экрана телевизоров, личностные качества потребителей (скорость чтения, концентрированность при осмотре рекламного ролика, острота зрения).

Данный рекламный ролик предназначен для импульсивного восприятия информации потребителями, что предполагает необходимость наличия возможности относительно быстрого и четкого прочтения предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания.

Принимая во внимание, что данная реклама, несмотря на указание очевидных существенных условий, воспринимается потребителем ограниченное количество времени (2 секунды 1 слайд) и не свидетельствует о доступности для потребителя информации о периоде предоставлении скидок и о лицах, предоставляющих финансовые услуги, отраженной в нижней части рекламы мелким шрифтом.

Несоразмерность шрифта приводит к потере читаемости существенных условий предоставления финансовых услуг, скидки, что создает условия для введения потребителей в заблуждение. В рекламном ролике выделена привлекательная для потребителей информация о предоставлении финансовой услуги (кредита, рассрочки) и скидки, а иные существенные условия отражены в рекламе так, чтобы не привлекать внимание потребителей, сделать их менее заметными.

По смыслу Закона о рекламе содержащаяся в рекламе информация должна восприниматься потенциальным потребителем и быть читаемой, нечитаемая и невоспринимаемая информация должна признаваться отсутствующей.

Таким образом, формально присутствующая в рекламе и отраженная мелким шрифтом информация не позволяет потребителю воспринимать ее при ознакомлении с текстом рекламы, соответственно, не может восприниматься как имеющаяся. Данная реклама противоречит требованиям части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Руководствуясь статьёй 14, статьёй 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «СВЕЖИЙ ВЕТЕР В ТУВЕ. AQUADOO. МЕЖКОМНАТНЫЕ ДВЕРИ ОТ 1000 РУБ. Скидки. ВХОДНЫЕ ДВЕРИ ОТ 3000 РУБ. Кредит, Рассрочка. г.Кызыл …, ниже мелким шрифтом размещена информация об условиях предлагаемой скидки: «Скидки предоставляются с 01.01.2012г. по 01.12.2012г. Подробности у продавцов-консультантов» и лицах предоставляющих финансовые услуги: «Кредит предоставляется ООО «Русфинанс Банк». Рассрочка предоставляется ИП «…» со звуковым сопровождением следующего содержания: «Компания «Свежий ветер в Туве» предлагает двери нового поколения «Аквадоор» межкомнатные и входные. Очень надежные и функциональные по реально доступным ценам», Индивидуального предпринимателя «…», распространявшуюся 06.02.2012г. на телеканале «Первый канал», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38- ФЗ «О рекламе».

1. Выдать рекламораспросранителю – ООО «Студия «25 кадр» предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38- ФЗ «О рекламе».
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии О. М. Долгих

Члены Комиссии А.Т. Хитаришвили

Ш.Т. Тулуш

Е.С. Ванькова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

по делу № 04-04-02/15-12

25 июля 2012 года г. Кызыл

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: Долгих О.М. – руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее – Тывинское УФАС России);

Члены Комиссии:

Хитаришвили А.Т. – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

Тулуш Ш.Т. – специалист - эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

Ванькова Е.С. – старший специалист 2 разряда отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России,

на основании пункта 2 своего решения от 25 июля 2012 года по делу № 04-04-02/15-12 о признании ненадлежащей рекламы ИП «…» компании «Свежий ветер», распространявшуюся 06.02.2012г. на телеканале «Первый канал» следующего содержания «СВЕЖИЙ ВЕТЕР В ТУВЕ. AQUADOO. МЕЖКОМНАТНЫЕ ДВЕРИ ОТ 1000 РУБ. Скидки. ВХОДНЫЕ ДВЕРИ ОТ 3000 РУБ. Кредит, Рассрочка. г.Кызыл …», ниже мелким шрифтом размещена информация об условиях предлагаемой скидки: «Скидки предоставляются с 01.01.2012г. по 01.12.2012г. Подробности у продавцов-консультантов» и о лицах предоставляющих финансовые услуги: «Кредит предоставляется ООО «Русфинанс Банк». Рассрочка предоставляется ИП «…»» со звуковым сопровождением следующего содержания: «Компания «Свежий ветер в Туве» предлагает двери нового поколения «Аквадоор» межкомнатные и входные. Очень надежные и функциональные по реально доступным ценам» нарушающей часть 7 статьи 5, часть 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38- ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Студия «25 кадр» (ИНН …, юридический адрес: …) прекратить нарушение требований части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», выразившееся в распространении ненадлежащей рекламы компании «Свежий ветер» с указанием существенной информации мелким нечитаемым шрифтом.

Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.

2. ООО «Студия «25 кадр» представить в Тывинское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **в течение семи дней со дня исполнения предписания**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Тывинское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в течение 3 месяцев со дня, когда гражданину, организации стало известно о нарушении их прав и законных интересов, если иное не установлено федеральным законом. Пропущенный по уважительной причине срок подачи заявления может быть восстановлен судом.

Председатель Комиссии О.М. Долгих

Члены Комиссии А.Т. Хитаришвили

Ш.Т. Тулуш

Е.С. Ванькова