Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

РЕШЕНИЕ

20 августа 2019 года

(изготовление решения в полном объеме)

16 августа 2019 года

(оглашение резолютивной части) № 03-01/6296

г. Сыктывкар

ООО «Партнерская среда»

В.О., 13-я линия, д. 78, литера А, офис 432,

г. Санкт-Петербург, 199178

ООО «Люкс эффект»

Цветной бульвар, д. 30, стр. 1, э. 3, пом. I, к. 14, оф. 180, г. Москва, 127051

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

<...>

рассмотрев дело № 011/05/18-270/2019, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Партнерская среда», ОГРН 1167746841437, ИНН 9729025095, КПП 772901001, адрес места нахождения: 119602, г. Москва, ул. Никулинская, д. 12, корп. 2, пом. 7Н (далее – ООО «Партнерская среда») по факту распространения 12.02.2019 в 21 час 43 минуты посредством звонка с абонентского номера <...> на абонентский номер <...> рекламы услуги по открытию расчетного счета в Банке ВТБ с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- ООО «Партнерская среда», надлежащим образом извещённого о времени и месте рассмотрения дела, сообщившего о возможности рассмотрения дела в отсутствие представителя Общества;

- ООО «Люкс эффект», надлежащим образом извещённого о времени и месте рассмотрения дела;

- заявителя <…>, надлежащим образом извещённой о времени и месте рассмотрения дела, направившей ходатайство о рассмотрении дела в своё отсутствие;

- заинтересованного лица - <...>, надлежащим образом извещённого о времени и месте рассмотрения дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в своё отсутствие;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 12.03.2019 (вх. № 1202 от 12.03.2019) о распространении 12.02.2019 в 21 час 43 минуты посредством звонка с абонентского номера <...> на абонентский номер <...> рекламы следующего содержания:

«- Здравствуйте.

- Здравствуйте.

- <...>?

- Слушаю Вас.

- Очень приятно, меня зовут <...>, колл-центр – партнер Банка ВТБ. Хотим рассказать Вам о преимуществах открытия расчетного счета в Банке ВТБ

для Вашей организации – местная спортивная общественная организация прикладных единоборств города Сыктывкара. Сейчас банк предлагает хорошие условия для клиентов малого бизнеса и в качестве бонуса от банка при подключении пакета услуг Вы получите бесплатное открытие счета, три месяца бесплатного обслуживания, до ста платежей без комиссии, интернет-банк бесплатно, также бонусы от партнеров банка, предоставляющих бухгалтерские, юридические и прочие услуги, которые позволят повысить эффективность Вашего бизнеса. Таким образом, Вы сможете значительно сэкономить на банковских услугах, обслуживаясь в крупнейшем банке страны. Вам интересно это предложение?

- Вы знаете, я Вам хочу сказать, если еще раз Вы мне позвоните, то я напишу заявление в ФАС. Я надеюсь, Вы знаете, что это за служба. Телефонный разговор наш был записан. И прекратите, пожалуйста, мне названивать со своими предложениями. Если я захочу открыть расчетный счет, я выбор свой сделаю самостоятельно. В Ваших услугах и звонках я не нуждаюсь. Я надеюсь, Вы меня услышали и поняли. До свидания!».

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-270/2019 в отношении ООО «Партнерская среда» по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/3673 от 17.05.2019.

Из материалов дела № 011/05/18-270/2019 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Определением № 03-01/4632 от 14.06.2019 к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Люкс эффект».

В целях извещения ООО «Люкс эффект» о времени и месте рассмотрения рекламного дела Коми УФАС России направило 01.08.2019 телеграмму по адресу места нахождения ООО «Люкс эффект». Согласно почтовому уведомлению от 02.08.2019 телеграмма не доставлена, такого учреждения нет.

Пленум Верховного Суда РФ в пунктах 67, 68 Постановления от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указал следующее. Юридически значимое сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено, но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним (пункт 1 статьи 165.1 ГК РФ). Например, сообщение считается доставленным, если адресат уклонился от получения корреспонденции в отделении связи, в связи с чем она была возвращена по истечении срока хранения. Статья 165.1 ГК РФ подлежит применению также к судебным извещениям и вызовам, если гражданским процессуальным или арбитражным процессуальным

законодательством не предусмотрено иное.

В силу ст. 118 ГПК РФ лица, участвующие в деле, обязаны сообщить суду о перемене своего адреса во время производства по делу. При отсутствии такого сообщения судебная повестка или иное судебное извещение посылаются по последнему известному суду месту жительства или месту нахождения адресата и считаются доставленными, хотя бы адресат по этому адресу более не проживает или не находится.

В силу ч. 3 ст. 54 ГК РФ в едином государственном реестре юридических лиц должен быть указан адрес юридического лица в пределах места нахождения юридического лица. Юридическое лицо несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений (статья 165.1), доставленных по адресу, указанному в едином государственном реестре юридических лиц, а также риск отсутствия по указанному адресу своего органа или представителя. Сообщения, доставленные по адресу, указанному в едином государственном реестре юридических лиц, считаются полученными юридическим лицом, даже если оно не находится по указанному адресу.

Срок рассмотрения рекламного дела Комиссией был продлен до 17.08.2019. В связи с вышеизложенным, учитывая ограниченные сроки рассмотрения рекламного дела, применяя по аналогии ст. 118 ГПК РФ, Комиссия считает ООО «Люкс эффект» надлежащим образом извещенным о времени и месте рассмотрения рекламного дела № 011/05/18-270/2019.

В соответствии с положениями, установленными 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 телефонного звонка;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: услуге по открытию расчетного счета в Банке ВТБ, формирование или поддержание интереса к ней, и её продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством звонка на абонентский номер <...>, является рекламой (далее - рассматриваемая реклама).

В силу положений, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной

связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

В соответствии с Разъяснениями ФАС России от 14.06.2012 «О порядке применения статьи 18 Федерального закона «О рекламе» реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.

<...> указывает, что согласия на получение рассматриваемой рекламы ею не давалось.

Как следует из письменных пояснений, представленных <...> и заявителем, <...> передал в пользование <...> номер телефона <...> с 26.12.2011 на постоянное владение; <...> не давал никому своего согласия на получение рекламы на указанный абонентский номер <...> рассматриваемый абонентский номер в период с 03.12.2015 по 26.03.2019 был оформлен на <...>.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама распространена в нарушение требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, несёт ответственность рекламораспространитель.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несёт ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой

форме и с использованием любых средств.

В письме ФАС России № АК/16266 от 28.04.2011 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» разъяснено, что обязанность по получению согласия и подтверждению наличия соответствующего согласия лежит на рекламораспространителе. При этом рекламораспространителем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя. В названном письме также обращено внимание на то, что поставщик услуг связи (телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи), который только обеспечил подключение к сети электросвязи и не осуществляет непосредственно распространение рекламы, рекламораспространителем не является.

Согласно информации, представленной оператором связи, абонентский номер <...> принадлежит ООО «Партнерская среда».

ООО «Партнерская среда» представило в материалы рекламного дела письменные пояснения, согласно которым рекламодателем рассматриваемой рекламы является ПАО «Банк ВТБ», рекламопроизводителем и рекламораспространителем - ООО «Партнерская среда». В соответствии с договором возмездного оказания услуг № 8205 от 22.12.2017, заключенным между ООО «Партнерская среда» и ПАО «Банк ВТБ», ООО «Партнерская среда» обязалось оказывать услуги ПАО «Банк ВТБ» по поиску потенциальных клиентов – ограниченного круга лиц (юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, а также иных лиц, занимающихся в установленном действующим законодательством порядке частной практикой), заинтересованных в получении банковских услуг, для заключения ими комплексных договоров банковского обслуживания (КДБО).

ПАО «Банк ВТБ» представило письменные пояснения, согласно которым на дату распространения рассматриваемой рекламы (12.02.2019) договорные отношения между Банком и ООО «Партнерская среда» в части привлечения клиентов или информирования их об услугах Банка отсутствовали; ранее заключенный между Банком и ООО «Партнерская среда» договор возмездного оказания услуг № 8205 от 22.02.2017 прекратил свое действие 22.12.2018.

ПАО «Банк ВТБ» представило в материалы рекламного дела копию договора возмездного оказания услуг № 8205 от 22.02.2017, заключенного ПАО «Банк ВТБ» (заказчик) с ООО «Партнерская среда» (исполнитель) на оказание услуг по поиску потенциальных клиентов. Согласно п. 5.1 указанного договора срок оказания услуг – 12 месяцев с даты подписания сторонами договора.

ООО «Партнерская среда» пояснило, что с момента прекращения действия договора возмездного оказания услуг № 8205 от 22.02.2017 между ООО «Партнерская среда» и ПАО «Банк ВТБ» проводились активные мероприятия по продлению двустороннего делового сотрудничества, в результате чего

26.02.2019 был заключен договор оказания услуг № 2019/02/72/476000-1 (копия договора представлена в материалы дела).

Согласно письменным пояснениям ООО «Партнерская среда», для выполнения договорных обязательств ООО «Партнерская среда» привлекло третье лицо – ООО «Люкс эффект», которое обязано осуществлять поиск потенциальных клиентов (юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, самозанятых граждан) для заключения КДБО. ООО «Партнерская среда» использовала официальные открытые источники и источники, размещенные в сети «Интернет», для получения контактных данных потенциальных клиентов, а также контактные данные, получаемые от ООО «Люкс эффект», для последующего контакта с ними, донесения с их согласия информации об услугах ПАО «Банк ВТБ», определения перспективности. При получении контактных данных клиентов от ООО «Люкс эффект», дополнительная информация о согласии клиентов на получение информации об услугах Банка от ООО «Люкс эффект» не запрашивается, так как в соответствии с договором возмездного оказания услуг от 14.01.2019 ООО «Люкс эффект» несет ответственность за соблюдение требований законодательства РФ о рекламе и персональных данных в отношении клиентов, контактные данные которых передаются в ООО «Партнерская среда»; однако при осуществлении контакта такое согласие дополнительно запрашивается. Предварительное согласие <...> (<...>) на получение на абонентский номер <...> информации об услугах Банка непосредственно представителем ООО «Партнерская среда» не получалось ввиду того, что контактные данные указанного лица получены от ООО «Люкс эффект» и, в соответствии с договором, такое согласие должно быть получено и иметься у ООО «Люкс эффект».

В материалы рекламного дела представлена копия договора возмездного оказания услуг, заключенного 14.01.2019 между ООО «Партнерская среда» и ООО «Люкс эффект» (далее - договор).

В соответствии с п. 1.1 договора Исполнитель (ООО «Люкс эффект») оказывает Заказчику (ООО «Партнерская среда») услуги по поиску потенциальных клиентов (юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, а также иных лиц, занимающихся в установленном действующим законодательством порядке частной практикой), заинтересованных в получении банковских услуг, для заключения ими КДБО с банками, с которыми у Заказчика имеются договорные отношения.

Договором, заключенным между ООО «Партнерская среда» и ООО «Люкс эффект» не установлены способы поиска клиентов, в том числе договор не содержит указаний об осуществлении телефонных звонков с указанной целью. Пунктом 2.4.1 договора установлено, что Исполнитель самостоятельно определяет порядок и способы исполнения своих обязательств по настоящему договору.

ООО «Партнерская среда» заявило доводы о том, что в соответствии с договором ООО «Люкс эффект» несет ответственность за соблюдение требований законодательства РФ о рекламе и персональных данных в отношении клиентов, контактные данные которых передаются в ООО «Партнерская среда»; а также о том, что согласие клиента на получение рекламы в рассматриваемом случае должно было получить ООО «Люкс эффект».

Комиссия сочла вышеуказанные доводы ООО «Партнерская среда» несостоятельными, поскольку из содержания договора, заключенного между ООО «Партнерская среда» и ООО «Люкс эффект», не следует, что ООО «Люкс эффект» передает в адрес ООО «Партнерская среда» контактные данные клиентов. Пунктом 2.2.7 договора предусмотрена обязанность ООО «Люкс эффект» соблюдать требования законодательства РФ о персональных данных и рекламе. Пунктом 6.2 договора установлена ответственность ООО «Люкс эффект» за исполнение требований законодательства РФ о персональных данных и рекламе при исполнении обязательств по договору. Однако договором не установлена обязанность ООО «Люкс эффект» получать согласие клиентов на получение, в том числе от ООО «Партнерская среда», рекламы об услугах банка.

В связи с доводами ООО «Партнерская среда» о том, что контактные данные заявителя получены Обществом от ООО «Люкс эффект», которое должно было получить согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, определением № 03-01/4632 от 14.06.2019 к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Люкс эффект». Указанным определением у ООО «Люкс эффект» запрошены необходимые для рассмотрения дела копии документов и письменная информация.

В связи с тем, что истребованное определением № 03-01/4632 от 14.06.2019 ООО «Люкс эффект» не представило, и на дату рассмотрения дела № 011/05/18-270/2019 - 17.07.2019 в материалах дела отсутствовали доказательства надлежащего извещения ООО «Люкс эффект» о времени и месте рассмотрения дела, определением № 03-01/5354 от 17.07.2019 необходимые для рассмотрения дела сведения запрошены у ООО «Люкс эффект» повторно.

На дату рассмотрения дела (16.08.2019) ООО «Люкс эффект» не представило истребованное определением № 03-01/5354 от 17.07.2019; в материалах дела отсутствуют доказательства получения Обществом определения № 03-01/5354 от 17.07.2019.

Из материалов рекламного дела усматривается, что лицом, осуществившим 12.02.2019 в 21 час 43 минуты рассматриваемый рекламный звонок, является ООО «Партнерская среда».

Из имеющихся материалов причастность ООО «Люкс эффект» к распространению рассматриваемой рекламы не усматривается.

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Партнерская среда».

ООО «Партнерская среда» в письменных пояснениях указало, что в рассматриваемом случае представителем ООО «Партнерская среда» доведение конкретной информации об услугах банка не производилось, что подтверждается приведенной стенограммой разговора.

Вместе с тем, отсутствие полной (детальной) информации о предлагаемых услугах в данном случае не влияет на квалификацию распространённой информации в качестве рекламной. Из содержания телефонного разговора следует, что заявителю была сообщена информация, содержащая все признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

Из аудиозаписи телефонного разговора, представленной заявителем, следует, что при осуществлении рассматриваемого звонка на абонентский номер заявителя, после приветствия звонившая представилась <...> из колл-центра – партнера Банка ВТБ и сразу озвучила преимущества открытия расчетного счета в Банке ВТБ для организации заявителя: хорошие условия для клиентов малого бизнеса, бесплатное открытие счета, три месяца бесплатного обслуживания, до ста платежей без комиссии, интернет-банк бесплатно, бонусы от партнеров банка, предоставляющих бухгалтерские, юридические и прочие услуги, которые позволят повысить эффективность бизнеса, значительная экономия на банковских услугах.

Указанные формулировки изначально преследует цель продвижения на рынке определенной услуги, а именно услуги по открытию расчетного счета для организации заявителя. Спорная информация направлена на привлечение внимания к услуге по открытию расчетного счета в Банке ВТБ, формирует интерес к указанному предложению, следовательно, продвигает его на рынке, что прямо указывает на признаки рекламы.

Доказательств того, что ООО «Партнерская среда» было получено предварительное согласие <...> или <...> на получение рассматриваемой рекламы, в материалы рекламного дела не представлено.

Документов, материалов, указывающих, что ООО «Партнерская среда» приняты все достаточные меры по соблюдению требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, материалы рекламного дела не содержат.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламораспространитель – ООО «Партнерская среда», на которого в силу ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, не предпринял

достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути уклонился от обязанности по контролю за соответствием рекламы, распространяемой посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде звонка, Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

Согласно письменным пояснениям ООО «Партнерская среда», должностным лицом, ответственным за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе, является <…> Общества – <...>. В материалы рекламного дела представлена копия приказа № 1 от 01.09.2016 о вступлении в должность генерального директора и главного бухгалтера.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, произошло по вине рекламораспространителя рассматриваемой рекламы - ООО «Партнерская среда» и должностного лица Общества - <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ООО «Партнерская среда» и <…> Общества - <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Таким образом, ООО «Партнерская среда» и <. . . > Общества - <...> нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Учитывая вышеизложенное, производство по делу № 011/05/18-270/2019 в отношении ООО «Люкс эффект» подлежит прекращению.

Согласно разъяснениям ФАС России по применению ст. 18 Закона о рекламе «распространение» в контексте Закона о рекламе не означает направление электросигнала, транслирующего рекламу, к приемному устройству, а означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя; местом совершения правонарушения будет являться территория субъекта Российской Федерации, на которой была распространена (доведена до потребителя) реклама. При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи (http://www.rossvyaz.ru/activity/num_resurs/registerNum/), абонентский номер заявителя <...> входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории Республики Коми.

Заявитель проживает в г. Сыктывкаре Республики Коми.

Следовательно, субъектом Российской Федерации, на территории которого была распространена (доведена до потребителя) реклама, является Республика Коми.

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 «Партнерская среда» предписания 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 РФ 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

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу услуги по открытию расчетного счета в Банке ВТБ, распространенную 12.02.2019 в 21 час 43 минуты посредством звонка с абонентского номера <...> на абонентский номер <...>, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Партнерская среда» (ОГРН 1167746841437, ИНН 9729025095, КПП 772901001) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Производство по делу № 011/05/18-270/2019 в отношении ООО «Люкс эффект» прекратить.

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

Решение в полном объеме изготовлено 20 августа 2019 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>