

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 067/05/18-256/2023

Резолютивная часть решения по делу оглашена 13 июля 2023 г.
г. Смоленск

Решение изготовлено в полном объеме 14 июля 2023 г.

Комиссия Смоленского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

заместитель
председателя
Комиссии:

<...>., заместитель руководителя Смоленского УФАС
России,

члены Комиссии:

<...>главный специалист-эксперт отдела
антимонопольного контроля и рекламы Смоленского
УФАС России,

<...>., ведущий специалист-эксперт отдела
антимонопольного контроля и рекламы Смоленского
УФАС России,

рассмотрев дело № 067/05/18-256/2023, возбужденное по признакам нарушения требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы посредством использования сетей электросвязи путем направления e-mail-сообщения без предварительного согласия абонента,

в присутствии в режиме видео-конференц-связи представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - Общества: <...> (доверенность № от);

в отсутствие заявителя – <...>, извещенного в установленном порядке о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Смоленского УФАС России поступило заявление <...> (вх. от 21.03.2023 № 238-ЭП/23) в котором сообщается о том, что 20.03.2023 в 11:52 заявителю на электронную почту <...>@mail.ru поступило электронное e-mail-сообщение с темой письма: «DHL Express продолжают оказывать услуги по экспресс-доставке документов и грузов за границу» от отправителя «DHL

Express» с электронной почты russia@dhl-news.com с информацией рекламного характера о услугах по экспресс-доставке документов и грузов из России за границу от компании «DHL Express» без предварительного согласия абонента – <...> на его получении.

Поступление указанного сообщения на электронную почту заявителя – <...> - <...>@mail.ru подтверждается представленным в Смоленское УФАС России скриншотом пересылаемого сообщения из личного кабинета электронной почты, заявлением с пересылаемым электронным сообщением и служебным заголовком рекламного письма, содержащего текст рассматриваемой рекламы, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе и получателе.

В заявлении указано, что заявитель не давал рекламодателю своего согласия на получение сообщений рекламного характера по электронной почте, не сообщал **реklamorasprostranitelю** свой адрес электронной почты, никогда не пользовался услугами **реklamorasprostranitelя**.

По результатам рассмотрения заявления Смоленским УФАС России 22.05.2023 в отношении **Общества** возбуждено дело № 067/05/18-256/2023; дело назначено к рассмотрению на 15.06.2023.

Определением Смоленского УФАС России от 15.06.2023 рассмотрение настоящего дела было отложено, назначено на 13.07.2023, срок рассмотрения продлен до 22.08.2023

К участию в деле было привлечено лицо, располагающее сведениями об обстоятельствах рассматриваемого дела – <...>, как лицо, указавшему адрес электронной почты <...>@mail.ru при оформлении заказа услуг по экспресс-доставке грузов.

Комиссия в ходе рассмотрения дела, с учетом полученных в ходе проверки по обращениям Заявителя документов, установила следующее.

Как указано выше, заявителю на электронную почту <...>@mail.ru 20.03.2023 поступило электронное e-mail-сообщение от отправителя «DHL Express» с электронной почты russia@dhl-news.com с информацией о услугах по экспресс-доставке документов и грузов из России за границу от компании «DHL Express».

Услуги по экспресс-доставке документов и грузов из России за границу от компании «DHL Express» оказывает **Общество**. Электронная почта russia@dhl-news.com предоставлена Обществу **в использование администратором домена «dhl-news.com» - Deutsche Post AG**, то есть Обществу предоставлено право пользования данным доменом.

Общество сообщило (исх. от 29.03.2023; исх. от 04.03.2023; исх. от

09.06.2023), что вышеуказанное рекламное сообщение было отправлено сотрудником Общества <...> по распоряжению руководства с целью общего справочного информирования адресата-потребителя о продолжении Обществом своей деятельности на территории РФ по международной экспресс-доставке грузов и документов, как реакция на «фейковую» (ложную, недостоверную) информацию об обратном, размещаемую в последнее время в сети Интернет.

Информация направлялась заказчику услуг DHL Express (адресату), ранее оставившего свой адрес электронной почты и номер сотового телефона в качестве контакта грузоотправителя при оформлении заказа услуг по экспресс-доставке грузов по накладной 15 6974 8283.

Грузоотправителем по накладной 15 6974 8283, оставившим в качестве контакта вышеуказанную электронную почту, значится ЗАО «ШАГ» в лице <...>, адрес отправителя: <...>, тел.: <...>.

Потребитель при оформлении заказа услуг Общества на сайте <https://express.dhl.ru> в разделе «Калькулятор», после заполнения данных о планируемой заказчиком экспресс-доставки груза и/или документов, где среди прочих данных указывается электронный адрес отправителя и плательщика, может согласиться или отказаться от рассылки маркетинговых материалов путем проставления галочки в чекбоксе.

По мнению Общества, при организации направления рассматриваемого e-mail-сообщения Общество действовало добросовестно и разумно, полагая, что Грузоотправитель сообщил достоверные сведения о компании-грузоотправителе, ее представителе и контактных данных, в том числе, для целей получения важных информационных сообщений. Направление e-mail-сообщения на адрес электронной почты <...>@mail.ru произведено не в результате виновных действий Общества, а по причине предоставления недостоверной информации со стороны Грузоотправителя – заказчика перевозки груза по накладной № 15 6974 8283. Общество не относится к перечню лиц, которым рекомендовано или в чьи обязанности входит в целях идентификации подтверждать принадлежность адреса электронной почты конкретному лицу, будь то заказчик перевозки груза, грузоотправитель или грузополучатель

Общество сообщило, что обратная связь с адресатом <...>@mail.ru, в том числе отписка от получения справочно-информационных сообщений, не производилась, а сообщение, полученное адресатом 20.03.2023, было направлено впервые.

Вышеуказанное сообщение, по мнению Общества, не преследовало рекламной цели, то есть не имело в качестве основной цели продвижение товара (услуг) на рынке, а являлось справочно-информационным

сообщением о продолжении деятельности Общества на территории РФ, а также опровержение недостоверной информации об обратном, размещаемой в сети Интернет.

Общество дополнительно сообщило (исх. от 27.06.23; вх. №2027-эп/23 от 27.06.2023), что Обществом 15.06.2023 была произведена отписка и удаление электронной почты <...>@mail.ru из базы электронных адресов.

Согласно данным о принадлежности номеров к операторам связи, размещенным на официальном сайте Федерального агентства связи, и Базе данных перенесенных абонентских номеров ФГУП «ЦНИИС», абонентский номер <...>, указанный грузоотправителем по накладной, входит в ресурс нумерации оператора связи ПАО «Мобильные ТелеСистемы» (г. Санкт-Петербург и Ленинградская область).

ПАО «МТС» сообщило, что абонентский номер <...> зарегистрирован на <...> (<...> г.р.; адрес регистрации: <...>) на основании договора об оказании услуг связи от 06.09.2008 № 4325098-7.

От <...> поступили пояснения (вх. от 21.06.2023 №1904-эп/23), согласно которым <...> является сотрудником ООО «<...>». Предмет заказа (накладная) № 15 6974 8283 соответствует продукции, поставленного ООО «<...>» компании ООО «<...>» (договор поставки №42/И-19 от 17.07.2019). Договором предусмотрено, что ООО «<...>» самостоятельно своими силами и средствами осуществляет забор товара со склада ООО «<...>». Передача товара на складе ООО «<...>» осуществлена представителю ООО «<...>» на основании доверенности по товарной накладной №697 от 26.07.2019 (доверенность выдана руководителем ООО «<...>» Сергеевым И.В. шоферу Гришину А.В.).

<...> также указала, что ни ООО «<...>», ни она не являлись сторонами обязательства при оформлении заказа (накладной) № 15 6974 8283 между ООО «<...>» и «DHL» по экспресс-доставке грузов, грузоотправителем которого ошибочно указано ЗАО «ШАГ». Не являясь стороной указанного обязательства <...> не заполняла сведения, указанные в накладной № 15 6974 8283.

Факт поступления вышеуказанной рекламы на электронную почту <...>@mail.ru подтверждается представленными <...> заявлением с пересылаемым электронным сообщением и служебным заголовком рекламного письма, содержащих текст рассматриваемой рекламы, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе и получателе.

Принимая во внимание тот факт, что заявитель представил в адрес Смоленского УФАС России изображения рекламы, содержащие полный текст электронного письма, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе, получателе, антимонопольный орган пришел к

выводу о принадлежности электронной почты <...>@mail.ru заявителю <...>.

Также в этой связи следует отметить, что возможность принадлежности адреса электронной почты только одному лицу является общеизвестным фактом, такой адрес не может принадлежать одновременно нескольким лицам.

В соответствии с Пользовательским соглашением ООО «ВК» (ранее ООО «Мэйл.Ру») Пользователь самостоятельно выбирает уникальное имя электронного почтового ящика и пароль доступа к нему, при этом *повторное* использование уникального имени при создании другого электронного почтового ящика *не допускается*. Таким образом, <...> является (и являлся) единственным пользователем электронного почтового ящика <...>@mail.ru.

При принятии решения Смоленское УФАС России исходило из следующего.

Согласно части 1 статьи 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

При этом, из данной нормы закона следует, что отсутствие согласия абонента на получение рекламы предполагается, если иное не доказано рекламодателем.

Бремя доказывания наличия предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы по сетям электросвязи лежит на рекламодателе, при этом, заявитель не обязан доказывать факт отсутствия подобного согласия.

Согласно пунктам 1 - 3 статьи 3 Закона о рекламе:

- реклама – это 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;

- объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на

риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

- товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

Так, например, в случае направления посредством сообщения информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный характер, способна формировать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение в сообщении (упоминание имени и отчества абонента), представляет интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Следовательно, если электронные письма с рекламным предложением направляются абоненту прямой адресной рассылкой по сети электросвязи в форме личного представления, направляемые предложения имеют целью привлечь внимание и сформировать интерес к услугам/товарам, лицо, которому направлялись сообщения по сети электросвязи, входит в неопределенный круг лиц возможного правоотношения, о которых заранее не известно, вступят ли они в конкретные правоотношения по поводу предлагаемых товаров (услуг), то информация, содержащаяся в электронных письмах, может отвечать признакам рекламы и являться рекламой услуг/товаров.

Информация, распространенная в вышеуказанную дату отправителем «DHL Express» с электронной почты russia@dhl-news.com на электронную почту Заявителя <...> <...>@mail.ru, отвечает всем признакам рекламы и позволяет определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: распространена посредством e-mail-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из текста информационного сообщения не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого оно направлено; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования, предоставляемого соответствующими рекламодателями, то есть направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – услугам по экспресс-доставке документов и грузов от компании «DHL», реализацию которых осуществляет **Общество**.

Согласно пункту 15 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» в части 1 статьи 18 Закона о рекламе установлено, что 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 необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.**

Согласно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 N 126-ФЗ «О связи» абонент – это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

В целях защиты прав и законных интересов абонента при получении такого согласия абоненту должна быть представлена возможность изначально отказаться от получения рекламных рассылок, а сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной и обусловленной ознакомлением с правилами оказания (предоставления) услуг.

При этом предоставленное распространителю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном

усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны распространителей рекламы, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Таким образом, абонент выступает «пассивной» стороной отношений по передаче информации, он выступает получателем сообщений.

Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы. Законом о рекламе, как указано выше, закрепляется презумпция отсутствия указанного согласия абонента или адресата.

При этом 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.

Следовательно, у рекламораспространителя должно быть согласие на получение рекламы именно **абонента (адресата)**, а не **какого-либо иного лица**; факт возможного введения, если таковое имеет место быть, рекламораспространителя в заблуждение относительно достоверности сведений о номере телефона, адресе электронной почты, сам по себе, не свидетельствует об отсутствии нарушения законодательства о рекламе в случае распространения рекламы на адрес электронной почты или телефон лица, которое в действительности своего согласия не давало.

Фактический пользователь электронной почты <...>@mail.ru <...> - заявитель по делу о нарушении законодательства о рекламе, в заявлении прямо указал,

что не пользовался услугами рекламодателя, не регистрировался на его сайте и не давал своего согласия на получение рекламной информации.

Обществом не приняты необходимые и достаточные меры по верификации (идентификации) личности адресата (в том числе, путем получения в качестве обратной связи подтверждения о принадлежности адреса электронной почты при направлении сообщения Обществом на указанный адрес для идентификации). При этом, не обладая подтвержденной уверенностью об адресате, которому направляется реклама, Общество должно было отказаться от рекламной рассылки, так как отсутствие возможности верификации должно расцениваться как запрет на такое распространение.

Общество в пояснениях указывает, что действующее законодательство не устанавливает обязанности по проверке предоставляемой клиентами информации о принадлежности им электронных адресов, с учетом отнесения данных сведений к персональным данным, а также об отсутствии у Общества полномочий и возможности проверить принадлежность адреса электронной почты конкретному пользователю.

Но это не свидетельствует о правомерности действий Общества, ведь **любое лицо, не имеющее технической возможности подтвердить адрес электронной почты конкретному физическому лицу, имеет все возможности не нарушать законодательство о рекламе – просто не направлять рекламу лицу, в отношении которого у него нет достаточных доказательств наличия согласия на получение рекламы.**

Вместе с тем, отсутствие таких полномочий, и, как следствие, возможности надлежаще идентифицировать абонента, не дает права направлять рекламу лицу, которое согласия на получение рекламы не давало, и идентификация лица, якобы давшего согласие на получение рекламы, надлежаще проведена не была.

Из содержания части 1 статьи 18 Закона о рекламе следует, что абонент должен совершить активное действие по выражению своего желания на получение рекламной информации от конкретных лиц по сетям электросвязи.

При этом сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражать соответствующее согласие.

При этом именно рекламодатель должен предоставить доказательства наличия согласия получателя рекламы на её получение.

Иными словами, у рекламодателя должно быть согласие на получение рекламы *того лица, на чей абонентский номер или адрес электронной почты поступило рекламное сообщение*, а не какого – либо

другого лица; факт возможного введения, если таковое имеет место быть, рекламодателя в заблуждение относительно достоверности сведений о номере телефона, адресе электронной почты, сам по себе, не свидетельствует об отсутствии нарушения законодательства о рекламе в случае распространения рекламы на адрес электронной почты или телефон лица, которое в действительности своего согласия не давало.

Само по себе наличие у рекламодателя (при условии действительного наличия такого согласия) согласия на получение на абонентский номер или адрес электронной почты рекламных сообщений (голосовых) от лиц, не являющихся абонентом (пользователем/владельцем такого номера/почты), не отменяет в данном случае факта нарушения законодательства о рекламе.

Фактический пользователь электронного адреса <...>@mail.ru <...> - заявитель по делу о нарушении законодательства о рекламе, в заявлении прямо указал, что не давал своего согласия на получение рекламной информации.

Согласия же Заявителя – <...>, пользователя электронного адреса <...>@mail.ru, на получение рекламы **Общество** не представило.

Ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Закона о рекламе, согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель, под которым, согласно статье 3 Закона о рекламе, понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как указано выше, Общество не отрицает факт направления рассматриваемого в рамках настоящего дела рекламного сообщения, не отрицает факт отсутствия у него согласия на получение Заявителем <...> от Общества рекламных сообщений, но оправдывает свои действия наличием согласия на получение рекламной информации от заказчика услуг DHL доставки.

Но при этом, само же содержание e-mail-сообщения не позволяет сделать вывод о том, что оно адресовано конкретному лицу. Направленное рекламное сообщение содержит лишь информацию об услугах **Общества**.

Довод Общества об отсутствии в его действиях нарушения законодательства о рекламе, так как сообщение направлено Клиенту на основании его согласия, для оценки действий Общества о соблюдении им законодательства о рекламе не имеет правовое значение.

Правовое значение для такой оценки имеют, прежде всего, факт распространения рекламы и наличие **действительного** согласия абонента на получение рекламы, которым в рассматриваемом случае является <...>, а не третье лицо.

Таким образом, рассматриваемая реклама, распространённая по сетям электросвязи на адрес электронной почты Заявителя без согласия абонента (Заявителя), является ненадлежащей, и нарушает требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

При этом, признание конкретного лица рекламодателем осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из всех обстоятельств размещения рекламы, с учетом непосредственных действий, осуществляющих таким лицом при распространении рекламы.

В рассматриваемом случае Комиссия – исходя из всех обстоятельств размещения рекламы, приходит к выводу о том, что рекламодателем следует признать Общество, поскольку непосредственное доведение рассматриваемого рекламного сообщения до заявителя осуществило Общество.

Таким образом, **Общество** является рекламодателем вышеуказанной рекламы, и рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая информацию Общества о принятии мер, направленных на пресечение, устранение нарушений действующего законодательства о рекламе Российской Федерации, Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписаний лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе.

При этом в случае выявления новых фактов распространения Обществом рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей распространённую **АО** «<...>» (ИНН <...>; ОГРН <...>; <...>) на электронную почту <...>@mail.ru посредством использования сетей электросвязи путём направления e-mail-сообщения от отправителя «DHL Express» с электронной почты russia@dhl-news.com **рекламу** об услугах по экспресс-доставке документов и грузов из России за границу от компании «DHL Express» без предварительного согласия абонента на его получение; **АО** «<...>» - нарушившим требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание **АО** «<...>» о прекращении нарушения законодательства о рекламе на электронную почту sergeev@mail.ru не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Смоленского 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 статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>

Заместитель
председателя Комиссии:

_____ <...>

Члены комиссии:

_____ <...>