

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе:

<.....> - председателя Комиссии, заместителя руководителя управления – начальника отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

<....> – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей,

<.....> – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

в присутствии представителя по доверенности Индивидуального предпринимателя <.....> (свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя от <.....>, Сведения об индивидуальном предпринимателе по состоянию на <....>) – <.....> (Доверенность № б/н от <....> года, водительское удостоверение <.....>);

законный представитель и (или) представитель по доверенности ООО РЕСТОРАН «ФАРФОР В ОРЕНБУРГЕ) на заседание Комиссии по рассмотрению дела № 07-17-89/2015 не явились, общество извещено надлежащим образом (определение 2024.09.2015 г. Исх.№ 15986 от 24.09.2015г.),

рассмотрев дело № 07-17-89/2015, возбужденное в отношении ООО РЕСТОРАН «ФАРФОР В ОРЕНБУРГЕ» по признакам нарушения требований, установленных частью 6 статьи 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»), содержащихся рекламной листовке, следующего текстового содержания: «Доставка удовольствий Farfor все для клиента (3532) 611-202 89228200202 полное меню на сайте, www.farfor.ru Японуться теперь можно филадельфия лайт всего за 136 р 20% скидка на все роллы Фраза «Японуться теперь можно» означает «теперь можно наесться японской кухней». Акция действует с 1 по 31 августа. Не действует на ½ порции», размещаемой на основании договора № 180 от 29.07.2015 года на предоставление рекламных услуг.

УСТАНОВИЛА:

10.08.2015 года по адресу: г. Оренбург, ул. Дзержинского, д. 27/2 (3 подъезд) в лифте, на рекламном стенде, принадлежащем ООО «Продвижение – Оренбург» размещалась и распространялась рекламная листовка, следующего текстового содержания: «Доставка удовольствий Farfor все для клиента (3532) 611-202 89228200202 полное меню на сайте, www.farfor.ru Японуться теперь можно филадельфия лайт всего за 136 р 20% скидка на все роллы Фраза «Японуться теперь можно» означает «теперь можно наесться японской кухней». Акция действует с 1 по 31 августа. Не действует на ½ порции».

Проанализировав информацию, содержащуюся в указанной листовке, Комиссия

приходит к выводу о том, что данная информация отвечает понятию реклама, установленному пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе».

Часть 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года устанавливает, что в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека, и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в список всемирного наследия.

Рассматриваемая реклама содержит фразу: «Японуться теперь можно». Данная фраза созвучна с бранным выражением.

На основании изложенного в рекламе, следующего текстового содержания: «Доставка удовольствий Farfor все для клиента (3532) 611-202 89228200202 полное меню на сайте, www.farfor.ru Японуться теперь можно филадельфия лайт всего за 136 р 20% скидка на все роллы Фраза «Японуться теперь можно» означает «теперь можно наесться японской кухней». Акция действует с 1 по 31 августа. Не действует на ½ порции» содержатся признаки нарушения требований, установленных частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Обществом с ограниченной ответственностью «Продвижение – Оренбург» предоставлен договор № <....> от <....> года на предоставление рекламных услуг от <....> года, в соответствии с которым заказчиком рассматриваемой рекламы является ООО «Ресторан Фарфор в Оренбурге». Оригинал – макет (приложение № 1 к договору) предоставлен и утвержден заказчиком.

На основании изложенного определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе № 07-17-89/2015 исх. № 14266 от 28.08.2015 года в отношении ООО РЕСТОРАН «ФАРФОР В ОРЕНБУРГЕ» возбуждено дело № 07-17-89/2015 по признакам нарушения требований, установленных частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела представитель по доверенности ООО РЕСТОРАН «ФАРФОР В ОРЕНБУРГЕ» <.....> пояснил, что между ИП <....> (Заказчик) и ООО РЕСТОРАН «ФАРФОР В ОРЕНБУРГЕ» (Исполнитель) заключен договор № <...> от <.....>, возмездного оказания услуг. В соответствии с п. 1.1. договора Исполнитель обязуется по заданию Заказчика оказать услуги по производству и размещению рекламных листовок на основании макета, разработанного и утвержденного Заказчиком (приложение № 1 к договору), а Заказчик обязуется оплатить эти услуги. В приложении № 1 к договору Заказчиком (ИП <....>) утвержден макет листовки – «Японуться теперь можно». Согласно п. 1.3. договора услуги оказываются Исполнителем лично либо с привлечением третьих лиц. В связи с изложенным, <.....> заявил ходатайство по делу № 07-17-89/2015 о привлечении к участию в деле ИП <.....>

Комиссией заявленное ходатайство удовлетворено, ИП <.....> привлечен к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения требований законодательства РФ о рекламе.

Представитель по доверенности ИП <.....> – <.....> в ходе рассмотрения дела пояснил, что «между ИП <.....> (заказчик) и ООО Ресторан «Фарфор в Оренбурге» (Исполнитель) заключен договор № <...> от <....> года возмездного оказания услуг. В соответствии с п.п. 1.1. договора Исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги по производству и размещению рекламных листовок на основании макета, разработанного и утвержденного Заказчиком (приложение № 1 к договору), а заказчик обязуется оплатить эти услуги. Согласно п. 1.3. договора услуги оказываются Исполнителем лично либо с привлечением третьих лиц. В приложении №1 к договору Заказчиком утвержден макет листовки «Японуться теперь можно». Согласно приложению № 2 к договору Исполнитель обязался произвести <....> рекламных листовок и разместить их на стендах в лифтах в подъездах жилых домов в г. Оренбурге с 01.08.2015 г. по 31.08.2015 г. Во исполнение своих обязательств по договору ООО Ресторан «Фарфор в Оренбурге» заключен договор на оказание рекламных услуг с ООО «Продвижение Оренбург» № <....> от <....> г., поскольку у ООО Ресторан «Фарфор в Оренбурге» отсутствуют свои собственные рекламные площадки. Согласно п. 1.1. договора исполнитель (ООО «Продвижение-Оренбург») по поручению заказчика (ООО Ресторан «Фарфор в оренбурге») осуществляет изготовление, тиражирование и размещение на информационно-рекламных стендах в кабинах лифтов жилых домов города графических рекламно-информационных материалов. Исполнителю был предоставлен макет листовки, разработанный и утвержденный ИП <.....> Во исполнение своих обязательств по договору на основании заявки Заказчика Исполнителем изготовлена рекламная продукция (рекламные листовки) по предоставленному макету и осуществлено размещение указанной продукции на поле рекламных устройств, расположенных в лифтовых кабинах жилых домов в количестве 566 штук, что подтверждается актом выполненных работ. Срок размещения рекламной продукции на поле рекламных устройств с 01 августа до 31 августа 2015 г. В настоящее время регистрация указанной рекламной продукции не осуществляется.

До заключения договора на оказание рекламных услуг с ООО «Продвижение-Оренбург» и начала рекламной акции «Японуться теперь можно» по заказу ИП <.....> проведена лингвистическая экспертиза фразы «Японуться теперь можно». Согласно заключению независимого эксперта ООО «Агентство ПрофЭксперт» № <....> от <....> г. (прилагается) фраза «Японуться теперь можно» в представленных на исследование рекламных листовок, не является оскорбительной (не носит оскорбительного характера) и не относится к бранной лексике. Исходя из исследовательской части заключения эксперта слово «Японуться» является неологизмом (образование нового слово в русском языке). Данное слово образовано от прилагательного «японский». При этом создатель рекламного сообщения направляет читателя к адекватному пониманию смысла, который создатель заложил в свой рекламный слоган, а именно; в рекламной листовке ниже основного текста содержится сноска под символом «звездочка», разъясняющая значение данной фразы: «Фраза «японуться теперь можно» означает «Теперь можно наесться японской кухней».

<.....> предпринял все необходимые меры и проявил должную осмотрительность с целью соблюдения требований законодательства о рекламе до заключения договора на оказание рекламных услуг. Таким образом, рекламная листовка «Японуться теперь можно» не содержит бранных слов, непристойных и

оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия. Лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламной листовки «Японуться теперь можно» является ИП <.....>., что подтверждается договором возмездного оказания услуг № 3 от 15.07.2015 года и утвержденным макетом рекламной листовки (приложение № 2) к указанному договору. В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Таким образом рекламодателем является ИП <.....>»

В материалы дела предоставлено Экспертное исследование № <...> от <.....> года эксперта <.....>. Вывод данного исследования заключается, в том, что фраза «Японуться теперь можно», использованная в представленной на исследование рекламных листовок, не является оскорбительной (не носит оскорбительного характера) и не относится к бранной лексике.

Однако, проанализировав содержание вводной, исследовательской частей экспертного исследования № <.....> от <.....> г. Комиссия устанавливает, что данное исследование содержит множество противоречий. В частности, в дополнительных замечаниях исследования отражено, что «... при возможном произнесении вслух у носителя русского языка могут возникнуть ассоциации с нецензурным выражением «еб...нуться теперь можно» которое созвучно исследуемой рекламной фразе. В связи с изложенным, Комиссия пришла к выводу о необходимости созыва Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе, с включением в повестку заседания которого вопроса: Носит ли фраза «Японуться теперь можно» используемая в рекламной листовке «Доставка еды «Фарфор» (ООО «Ресторан Фарфор в Оренбурге») оскорбительный характер и относится ли указанная фраза к бранной лексике?

20.10.2015 года в Оренбургском УФАС России состоялся экспертный совет по применению законодательства РФ о рекламе, в повестку заседания которого включен вопрос: Носит ли фраза «Японуться теперь можно» используемая в рекламной листовке «Доставка еды «Фарфор» (ООО «Ресторан Фарфор в Оренбурге») оскорбительный характер и относится ли указанная фраза к бранной лексике?

В ходе заседания совета свое мнение озвучили:

- <.....> - Доктор политических наук, заведующая кафедрой «Связи с общественностью» ГОУ ВПО «Оренбургский Государственный университет», отметила, что следует учитывать, что рассматриваемая реклама распространяется на массовую аудиторию, основной смысл рекламы как элемента коммуникации - это формировать восприятие, отношение, оценку, мнение, передавать смыслы, поэтому заключение лингвиста, имеющиеся в материалах дела, это одна сторона сформированного им мнения. С точки зрения

рекламы как элемента коммуникации, оскорбительный и бранный смысл передается, даже с учетом того, что были обращения граждан. При этом, ассоциация вполне конкретная и понятная, и не реагировать на это нельзя. Рассматриваемая реклама демонстрирует не профессиональный подход. На сегодняшний день реклама основной элемент связей с общественностью, поэтому формироваться она должна на основе морально-этических кодексов и на соответствующем культурном уровне. Рассматриваемая реклама должна вызывать резкое осуждение, так как вызывает ассоциации с бранными словами и носит скрытый оскорбительный характер, поэтому такая реклама должна осуждаться и не распространяться.

<.....> – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области, отметила, что имеющееся в деле заключение эксперта свидетельствует о том, что все - таки рассматриваемая реклама формирует при ее произношении бранную лексику, так как при озвучивание указанных в рекламе слов оно схоже с определенными бранными словами.

<.....> – начальник отдела рекламы Управления по наружной рекламе Департамента градостроительства и земельных отношений администрации г. Оренбурга, в части оценки фразы «Японуться теперь можно» пояснил, что в соответствии с частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений. Также согласно части 2 статьи 5 Закона при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Слово «японуться» бранным, непристойным и оскорбительным, возможно, не является. Анализ различных словарей показывает, что такого слова не существует. Однако слово «японуться» созвучное с ненормативным словом, неологизмом, применять нельзя.

В соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации" (далее - Закон № 53-ФЗ), государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 1 Закона № 53-ФЗ при использовании русского языка, как государственного языка Российской Федерации, не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

Согласно и. 4 ст. 3 Федерального закона "О рекламе" ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, исходя из того, что слово «японуться» не существует в современном русском литературном языке, оно созвучно, и в применении и может восприниматься как бранное, непристойное, не должно использоваться в рекламе. Рекламная информация с использованием такого слова должна быть признана ненадлежащей.

<.....> - Начальника управления государственной охраны объектов культурного наследия Министерства культуры и внешних связей Оренбургской области, обратила внимание на то, что рассматриваемая фраза «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО», используемая в рекламной листовке «Доставки еды «Фарфор» (ООО «Ресторан Фарфор в Оренбурге»), указывает нам на всякое отсутствие культуры в нашем обществе, поэтому ее следует запретить.

<.....> - Кандидат филологических наук Доценту кафедры «Русской филологии и методики преподавания русского языка» ГОУ ВПО «Оренбургский Государственный университет», отметила, что слово «ЯПОНУТЬСЯ» нет в русском языке, но для всех однозначно оно анонимично с нецензурным словом, которое, к сожалению, знают все носители русского языка, но по этическим законам и культурным традициям нашего государства и общества употреблять их в общественных местах не принято. В принципе языковая игра тут понятна и она рассчитана на анонимию с этим неприличным, непристойным словом. Слово ЯПОНУТЬСЯ очень близко к нецензурной лексике, которая обладает пустым значением и может передавать любое значение.

Смысл, который вложен в рассматриваемую рекламу, метофарический, в первую очередь, возникает ассоциация с нецензурным словом. Рекламная листовка «Доставки еды «Фарфор» с использованием фразы «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО» рассчитана на молодежную часть населения. При этом фраза, выполненная в ярком, подчеркнутом виде «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО» употребляться не может, так как это неприлично и непристойно, с учетом того, что она доступна массовому пользователю.

С учетом вышеизложенного, а также содержания рекламы, участники совета приняли решение признать фразу «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО», используемую в рекламной листовке «Доставки еды «Фарфор» (ООО «Ресторан Фарфор в Оренбурге») оскорбительной, относящейся к бранной лексике.

Часть 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года устанавливает, что в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека, и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в список всемирного наследия.

Исходя из выше изложенного, содержания рассматриваемой рекламы, правового анализа представленных ООО «Продвижение-Оренбург», ООО РЕСТОРАН «ФАРФОР В ОРЕНБУРГЕ», ИП <...> документов, Протокола № <..> от <.....> года заседания экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе, Комиссия приходит к выводу, что в рассматриваемой рекламе содержатся нарушения требований, установленных частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании выше изложенного, проанализированных копий документов, содержания рассматриваемой рекламы, в соответствии с частью 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» указанная реклама является ненадлежащей, так как не соответствует требованиям, установленным ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы, лицо (часть 6 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Исходя из представленных письменных пояснений ИП <....> и устных пояснения представителя по доверенности ИП <....> – <.....>, договора № <....> от <.....> г., возмездного оказания услуг. имеющихся копий документов в материалах дела, Комиссия приняла решение, признать рекламодателем рассматриваемой рекламы ИП <.....>

Учитывая, что ООО «РЕСТРАН «ФАРФОР В ОРЕНБУРГЕ» не размещало рассматриваемую рекламу, а также проанализировав материалы дела № 07-17-89/2015 Комиссия приходит к выводу о том, что ООО «РЕСТРАН «ФАРФОР В ОРЕНБУРГЕ» не является рекламодателем рассматриваемой рекламы, соответственно не несет ответственности за нарушение требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 1 частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, содержащуюся в рекламной листовке, следующего текстового содержания: «Доставка удовольствий Farfor все для клиента (3532) 611-202 89228200202 полное меню на сайте, www.farfor.ru Японуться теперь можно филадельфия лайт всего за 136 р 20% скидка на все роллы Фраза «Японуться теперь можно» означает «теперь можно наесться японской кухней». Акция действует с 1 по 31 августа. Не действует на 1/2 порции», размещаемой на основании договора № <....> от <.....> года на предоставление рекламных услуг по адресу: г. Оренбург, ул. Дзержинского, д. <...> (3 подъезд), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования, установленные ч. 6 ст. 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

2. Выдать ИП <.....> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела № 07-17-89/2015 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3, Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях в отношении ИП <.....>

Решение изготовлено в полном объеме «12» ноября 2015 года. Решение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....>

<.....>

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«29» октября 2015 г.

г. Оренбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

<.....> - председателя Комиссии, заместителя руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области – начальника отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей,

<.....> – члена комиссии, специалиста-эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей,

<.....> – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей,

на основании своего Решения от «29» октября 2015 года по делу № 07-17-89/2015 о признании ненадлежащей рекламы, содержащейся в рекламной листовке, следующего текстового содержания: «Доставка удовольствий Farfor все для клиента (3532) 611-202 89228200202 полное меню на сайте, www.farfor.ru Японуться теперь можно филадельфия лайт всего за 136 р 20% скидка на все роллы Фраза «Японуться теперь можно» означает «теперь можно наесться японской кухней». Акция действует с 1 по 31 августа. Не действует на ½ порции»,

размещаемой на основании договора № <....> от <.....> года на предоставление рекламных услуг, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования, установленные ч. 6 ст. 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП <.....> (ИНН <.....>, ОГРНИП <.....>, адрес места жительства: <.....>) в 10-ти (десяти) дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение ненадлежащей рекламы, содержащейся в рекламной листовке, следующего текстового содержания: «Доставка удовольствий Farfor все для клиента (3532) 611-202 89228200202 полное меню на сайте, www.farfor.ru Японуться теперь можно филадельфия лайт всего за 136 р 20% скидка на все роллы Фраза «Японуться теперь можно» означает «теперь можно наесться японской кухней». Акция действует с 1 по 31 августа. Не действует на 1/2 порции», размещаемой на основании договора № <....> от <.....> года на предоставление рекламных услуг.

2. ИП <.....> представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до «<...>» декабря 2015 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области 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 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.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<....>

<...>