

Резолютивная часть решения оглашена 14 апреля 2011 года

В полном объеме решение изготовлено 28 апреля 2011 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Тихомирова Татьяна Борисовна – и.о. зам. руководителя управления, председатель Комиссии;

Докшин Максим Игоревич – старший государственный инспектор отдела антимонопольного и рекламного контроля, член Комиссии;

Кораблев Алексей Сергеевич – старший государственный инспектор отдела контроля органов государственной власти, член Комиссии;

Анпилов Денис Сергеевич – государственный инспектор отдела контроля органов государственной власти, член Комиссии;

рассмотрев дело № 70-15/10 по признакам нарушения Администрацией г. Вологды, расположенной по адресу: г. Вологда, Каменный мост, 4, части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции),

УСТАНОВИЛА:

В Управление ФАС по Вологодской области поступило заявление ГУК «Вологодский драматический театр» (далее – Драмтеатр), а также коллективное заявление от граждан, переданное из ФАС России с жалобой на действия Администрации г. Вологды в части ограничения конкуренции постановлением Администрации г. Вологды от 24.02.2010г. № 434 «Об утверждении порядка установки и эксплуатации рекламных конструкций и средств наружной информации на территории муниципального образования «Город Вологда».

Заявители считают, что Порядок установки и эксплуатации рекламных конструкций и средств наружной информации на территории муниципального образования «Город Вологда» (далее – Порядок) предоставляет Администрации г. Вологды право устанавливать требования к внешнему виду рекламных конструкций и средств наружной рекламы, а также право его согласования, а также устанавливает порядок согласования и регистрации вывесок. Данные требования и полномочия выходят за рамки компетенции органов местного самоуправления и ограничивают конкуренцию, необоснованно препятствуя осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами, особенно субъектами малого предпринимательства.

Кроме того, Драмтеатр, считает неправомерными действия Администрации по вынесению предписания о снятии с фасада здания брандмаурных панно с информацией о репертуаре и требовании о разработке проекта рекламной конструкции, проведения экспертизы проекта специализированной организацией и заключение договора со специализированной организацией на обслуживание конструкции, основанные на Порядке.

Ответчик в своих объяснениях указывает, что право устанавливать требования к вывескам, а также их согласование, предоставлено органам местного самоуправления Градостроительным кодексом РФ. Также относится и к праву органов местного самоуправления устанавливать требования к рекламным конструкциям, в т.ч. к их внешнему виду. Для исполнения возложенных на орган местного самоуправления обязанностей и реализации указанных прав в Порядок включены требования по предоставлению соответствующих документов, в частности, эскизного проекта, письменного согласия собственника имущества на установку рекламной конструкции, заключение о соответствии проектной документации, выданное аккредитованными экспертными организациями, выписка из Единого государственного реестра регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним (далее – ЕГРП). Также в целях обеспечения безопасности рекламных конструкций в Порядке установлено требование о необходимости заключения договора со специализированной организацией на установку и обслуживание рекламной конструкции.

В ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что Администрацией г. Вологды постановлением от 24.02.2010г. № 434, утвержден Порядок установки и эксплуатации рекламных конструкций и средств наружной информации на территории муниципального образования «Город Вологда». Порядок регулирует правоотношения, возникающие в процессе установки рекламных конструкций и средств наружной информации на территории муниципального образования «Город Вологда». Порядком устанавливаются общие требования к рекламным конструкциям и средствам наружной информации, регламентируются вопросы, связанные с размещением рекламных конструкций и средств наружной информации на территории города, размещением социальной рекламы, определяется порядок подготовки и оформления документов при установке и эксплуатации рекламных конструкций, расположенных на землях общего пользования, земельных участках, зданиях, сооружениях и иных объектах муниципальной собственности, требования к проектированию конструкций, определению и согласованию мест их установки, порядок контроля за соблюдением этих требований, а также конкретизируются архитектурно-технические требования к определенным видам рекламных конструкций и средств наружной информации, устанавливается ответственность за нарушение и неисполнение требований по установке и эксплуатации конструкций (пункт 1.3 Порядка).

Согласно пункту 1.6 Порядка соблюдение и исполнение Порядка обязательно для всех юридических лиц независимо от формы собственности, индивидуальных предпринимателей, физических лиц при установке и эксплуатации рекламных конструкций и средств наружной информации на территории города.

В Порядок включены требования к вывескам, в т.ч. их размещению и внешнему виду, установлен порядок согласования вывесок и их регистрации, имеются требования к внешнему виду рекламных конструкций, требования о необходимости проведения технической экспертизы в специализированных организациях, заключения договора с уполномоченными организациями, на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, требования о представлении для получения разрешения на установку рекламной конструкции заключения аккредитованной экспертной организации, выписки из ЕГРП.

Так, пунктом 2.1 Порядка установлены полномочия органа, уполномоченного в сфере градостроительства. В соответствии с подпунктом 2.1.11 данный орган согласовывает дизайн-проекты всех видов рекламных конструкций и средств наружной информации, выполняет привязку их к месту возможной установки на основании визуального анализа градостроительной ситуации, архитектурных особенностей зданий и сооружений, в том числе готовит графические материалы на топографической основе с обозначением мест предполагаемой установки рекламных конструкций и объектов наружной информации. Согласно подпункту 2.1.12 указанный орган определяет требования к внешнему виду рекламных конструкций и средств наружной информации.

Пунктом 3.3 Порядка установлены требования к информационному оформлению организаций и индивидуальных предпринимателей, устанавливающие требования к вывескам, их содержанию, размещению, а также устанавливается обязательность согласования дизайн-проекта вывесок и их регистрации. Пунктом 3.4 Порядка установлены требования к информации, размещаемой на витринах. Пунктом 3.6 Порядка определены требования к указателям.

Пунктом 6.16 Порядка определена процедура согласования дизайн-проекта вывески и ее последующей регистрации.

В тоже время, в соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) данный закон не распространяется на информацию, раскрытие и распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В силу статьи 9 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" от 07.02.92 N 2300-1 потенциальный продавец товара или исполнитель работ, услуг для удовлетворения личных, семейных и бытовых потребностей гражданина обязан довести до сведения последнего фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (юридический адрес) и режим работы, разместив указанную информацию на вывеске.

Согласно информационному письму Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 25.12.1998 № 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе" размещение уличной вывески (таблички) с наименованием хозяйствующего субъекта как указателя его местонахождения или обозначения места входа в занимаемое помещение, здание или на территорию является общераспространенной практикой и соответствует сложившимся на территории России обычаям делового оборота.

Назначение информации такого характера состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначении места входа.

По смыслу статьи 3 Закона о рекламе под таковой понимаются 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.

Указание хозяйствующим субъектом своего наименования на вывеске (табличке) по месту нахождения преследует иные цели и не может рассматриваться как реклама.

Сведения, распространение которых по форме и содержанию является для хозяйствующего субъекта обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске.

По смыслу изложенных норм, вывеска служит целям идентификации хозяйствующих субъектов, индивидуализирует их как участников гражданского оборота. Фирменное наименование, коммерческое обозначение, изображение товарного знака, их размещение на рекламных конструкциях, средствах наружной рекламы, вывесках регулируется гражданским законодательством. Законодательство о защите прав потребителей устанавливает обязательные требования к наружной информации в целях защиты прав потребителей на ее получение. Регулирование гражданских правоотношений, в том числе правоотношений в сфере защиты прав потребителей не относится к полномочиям органов местного самоуправления.

К числу вопросов местного значения, предусмотренных статьей 16 Федерального закона от 06.10.2003г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» вопросы размещения средств наружной информации, информационного оформления организаций и индивидуальных предпринимателей, установление процедур согласования и регистрации вывесок, выдача свидетельств на право размещения вывески, установление требований к внешнему виду, содержанию, месту размещения вывески, требований к внешнему виду и установке рекламных конструкций не отнесены.

Исходя из изложенного, органы местного самоуправления не вправе издавать нормативно-правовые акты в целях конкретизации информации, являющейся обязательной к размещению для хозяйствующих субъектов на основании закона и обычая делового оборота, требований к ее внешнему виду, размерам, месту размещения, дизайну, устанавливать дополнительные процедуры согласования и регистрации наружной информации.

Кроме того, органам местного самоуправления не предоставлено полномочий определять требования к внешнему виду рекламных конструкций и их установке.

Таким образом, подпункты 2.1.11, 2.1.12 пункта 2.1, пункты 3.3, 3.4, 3.6, 6.16 Порядка противоречат положениям действующего законодательства.

Установление в Порядке процедур согласования и регистрации вывесок, выдача свидетельств на право размещения вывески, установление требований к внешнему виду, содержанию, месту размещения вывески, требований к внешнему виду и установке рекламных конструкций ведет к необоснованному препятствованию осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами, особенно субъектами малого предпринимательства и может повлечь ограничение конкуренции, что нарушает часть 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции. Указанные полномочия, требования и процедуры регистрации и согласования предоставляют Администрации г. Вологды возможность отказывать хозяйствующему субъекту в согласовании размещения вывески, которую тот считает необходимым разместить, либо установить такие требования к вывеске, которые не позволят хозяйствующему субъекту, довести до потребителя всю необходимую информацию в наиболее удобной для восприятия форме. Так, в частности, подпункт 3.3.1 Порядка определил, что размер вывески не может превышать 2 кв.м, подпунктами 3.3.2 и 3.3.3 Порядка установлены требования к месту размещения вывески.

В процессе рассмотрения дела постановлением Администрации г. Вологды 14.02.2011г. № 609 внесены изменения в Порядок, согласно которым подпункты 2.1.11, 2.1.12 пункта 2.1, пункты 3.4-3.6, 6.16 исключены, из пункта 3.3 исключены подпункты 3.3.2, 3.3.4, 3.3.8-3.3.11, изменены подпункты 3.3.1 и 3.3.7. Арбитражным судом Вологодской области решением от 21.02.2011г. по делу № А13-12304/2010, вступившим в законную силу, подпункты 2.1.11, 2.1.12 пункта 2.1 в отношении вывесок, пункты 3.3 и 6.16 Порядка признаны несоответствующими законодательству и недействующими.

Таким образом, на момент вынесения решения указанные выше нарушения антимонопольного законодательства в части установления требований к вывескам, их согласованию и регистрации, а также требований к внешнему виду рекламных конструкций устранены.

Учитывая изложенное, а также то, что информация размещаемая Драмтеатром на стене здания театра, содержит сведения о репертуаре и времени спектаклей, и распространение данных сведений по форме соответствует обычаям делового оборота в сфере театральной деятельности, названные брендмауэрные панно с информацией о репертуаре театра не являются рекламными конструкциями. Пункты 3.3 и 6.16 Порядка, определяющие порядок согласование и регистрации вывесок, средств наружной информации, на момент вынесения настоящего решения не действуют. Следовательно, для установки данных панно Драмтеатру не требуется получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции либо согласования установки панно с Администрацией г. Вологды.

В пункте 5.19 Порядка установлена обязанность рекламораспространителя в необходимых случаях при установке и эксплуатации рекламных конструкций предоставить в уполномоченный орган в сфере градостроительства договор, заключенный с соответствующими уполномоченными организациями, обеспечивающими техническую возможность установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции. При этом в Порядке не указывается, какие случаи являются «необходимыми», а какие организации – «уполномоченными», и кем они должны быть уполномочены. Ответчик не привел нормативно-правовых актов, предоставляющих органу местного самоуправления полномочия устанавливать данные требования. Ссылка представителя ответчика на то, что договоры на установку и обслуживание рекламных конструкций требуются только в случаях, когда выполняются строительные-монтажные работы, требующие свидетельства, выданного саморегулируемой организацией, на право допуска к указанным работам, в частности, для крышных или особо крупных рекламных конструкций, а также при установке рекламных конструкций с подсветкой, комиссией не принимается в виду того, что в диспозиции пункта 5.19 Порядка не указаны конкретные случаи, когда предоставления указанных договоров является обязательным. Данное положение предоставляет ответчику возможность произвольно по своему усмотрению рассматривать каждый конкретный случай как необходимый и требовать заключения договоров с определенными организациями, являющимися, по мнению ответчика, уполномоченными. Тем самым, создается административный барьер для хозяйствующих субъектов, оказывающих услуги по распространению наружной рекламы на территории г. Вологды и своими силами устанавливающих и эксплуатирующих рекламные конструкции, в виде возложения на них обязанности заключения договоров на установку и обслуживание рекламной конструкции с уполномоченными организациями, что влечет за собой дополнительные денежные затраты, которые могут являться значительными для хозяйствующего субъекта, особенно, субъекта малого предпринимательства.

Таким образом, пункт 5.19 Порядка может повлечь необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами, что, в свою очередь, может привести к ограничению конкуренции на рынке оказания услуг по распространению наружной рекламы и является нарушением части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции.

Подпунктом 6.6.3 Порядка установлена обязанность заявителя предоставить для получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций заключение о соответствии проектной документации и конструкции требованиям ГОСТ, СНиП, СанПин, техническим регламентам и условиям и другим нормативным документам, выданное экспертными организациями, аккредитованными в установленном порядке. Ответчик обосновывает указанное требование следующими нормами градостроительного законодательства. Статьей 2 Федерального закона от 17.11.1995г. № 169-ФЗ «Об архитектурной деятельности в РФ» определены понятия – «архитектурное решение» и «архитектурный проект», установлены требования к архитектурным решениям и проектам. Рекламная конструкция по мнению ответчика относится к архитектурным объектам и, соответственно, на нее необходим проект, содержащий архитектурное решение, составленный в соответствии с требованиями Федерального закона «Об архитектурной деятельности в РФ». При этом согласно приказу Министерства регионального развития РФ от 30.12.2009г. № 624 работы по подготовке архитектурных решений входят в перечень работ, для осуществления которых необходимо свидетельство саморегулируемой организации о допуске к таким работам. Указанный проект подлежит негосударственной экспертизе в соответствии с постановлением Правительства РФ от 29.12.2008г. № 1070 «О негосударственной экспертизе проектной документации и результатов инженерных изысканий».

Комиссия не принимает данную ссылку ответчика. Согласно статье 1 Федерального закона «Об архитектурной деятельности в РФ» данный закон регулирует отношения, возникающие в процессе профессиональной деятельности

архитектора по созданию архитектурных объектов в целях обеспечения безопасной, экологически чистой, социально и духовно полноценной, благоприятной среды жизнедеятельности человека и общества. Указанный федеральный закон определяет права, обязанности и ответственность граждан и юридических лиц, осуществляющих архитектурную деятельность, а также органов государственной власти, органов местного самоуправления, заказчиков (застройщиков), подрядчиков, собственников (владельцев) архитектурных объектов. Согласно статье 2 Федерального закона «Об архитектурной деятельности в РФ»:

архитектурная деятельность - профессиональная деятельность граждан (архитекторов), имеющая целью создание архитектурного объекта и включающая в себя творческий процесс создания архитектурного проекта, координацию разработки всех разделов проектной документации для строительства или для реконструкции, авторский надзор за строительством архитектурного объекта, а также деятельность юридических лиц по организации профессиональной деятельности архитекторов;

архитектурное решение - авторский замысел архитектурного объекта - его внешнего и внутреннего облика, пространственной, планировочной и функциональной организации, зафиксированный в архитектурной части документации для строительства и реализованный в построенном архитектурном объекте;

архитектурный проект - архитектурная часть документации для строительства и градостроительной документации, содержащая архитектурные решения, которые комплексно учитывают социальные, экономические, функциональные, инженерные, технические, противопожарные, санитарно-гигиенические, экологические, архитектурно-художественные и иные требования к объекту в объеме, необходимом для разработки документации для строительства объектов, в проектировании которых необходимо участие архитектора;

архитектурный объект - здание, сооружение, комплекс зданий и сооружений, их интерьер, объекты благоустройства, ландшафтного или садово-паркового искусства, созданные на основе архитектурного проекта.

Согласно статье 48 Градостроительного кодекса РФ архитектурно-строительное проектирование осуществляется путем подготовки проектной документации применительно к объектам капитального строительства и их частям, строящимся, реконструируемым в границах принадлежащего застройщику земельного участка, а также в случаях проведения капитального ремонта объектов капитального строительства, если при его проведении затрагиваются конструктивные и другие характеристики надежности и безопасности таких объектов. Проектная документация представляет собой документацию, содержащую материалы в текстовой форме и в виде карт (схем) и определяющую архитектурные, функционально-технологические, конструктивные и инженерно-технические решения для обеспечения строительства, реконструкции объектов капитального строительства, их частей, капитального ремонта, если при его проведении затрагиваются конструктивные и другие характеристики надежности и безопасности объектов капитального строительства. В соответствии со статьей 49 Градостроительного кодекса РФ проектная документация объектов капитального строительства и результаты инженерных изысканий, выполняемых для подготовки такой проектной документации, подлежат государственной экспертизе, за исключением случаев, предусмотренных настоящей статьей. Согласно статье 50 Градостроительного кодекса РФ застройщик или заказчик либо осуществляющее на основании договора с застройщиком или заказчиком подготовку проектной документации лицо может направить проектную документацию и результаты инженерных изысканий, выполненных для подготовки такой проектной документации, на негосударственную экспертизу.

В тоже время, рекламные конструкции являются по смыслу Закона о рекламе движимыми вещами (постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ от 16.11.2010г. № 8263/10) и, соответственно, не являются ни архитектурными объектами, ни объектами капитального строительства. Следовательно, на рекламные конструкции не распространяются нормы Федерального закона «Об архитектурной деятельности в РФ», а также статей 48, 49, 50 Градостроительного кодекса РФ. На сегодняшний день отсутствуют законодательные нормы, предоставляющие органам местного самоуправления право требовать представления заключения, подтверждающего соответствие проектной документации и рекламной конструкции установленным требованиям, выдаваемого аккредитованными экспертными организациями.

Таким образом, требование о представлении заключения, подтверждающего соответствие проектной документации и рекламной конструкции установленным требованиям, выдаваемого аккредитованными экспертными организациями, не соответствует положениям действующего законодательства, в т.ч. в области градостроительной и архитектурной деятельности, в виду того, что рекламные конструкции не являются объектами капитального строительства или архитектурными объектами, которые подлежат обязательной экспертизе, при этом, необходимо отметить, что проведение негосударственной экспертизы это право хозяйствующего субъекта, но не его обязанность.

Кроме того, подпункт 6.6.3 Порядка противоречит части 12 статьи 19 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 12 статьи 19 Закона о рекламе орган местного самоуправления не вправе требовать от заявителя представления документов и сведений, не относящихся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции.

Требование о предоставлении заключения, подтверждающего соответствие проектной документации и рекламной конструкции установленным требованиям, выдаваемого аккредитованными экспертными организациями, возлагает на хозяйствующие субъекты дополнительное бремя по получению указанного заключения, в т.ч. довольно высокие затраты на оплату экспертизы, создает труднопреодолимые для ряда хозяйствующих субъектов (субъектов малого предпринимательства, некоммерческих организаций) барьеры входа на рынок, что является необоснованным препятствованием осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами и может повлечь ограничение конкуренции в нарушение части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции.

Требование о представлении выписок из Единого государственного реестра регистрации прав на недвижимое имущество в отношении объекта недвижимости, на котором предполагается размещение рекламной конструкции, установленное подпунктом 6.6.4 Порядка, не имеет никакого отношения к территориальному размещению, внешнему виду и техническим характеристикам рекламной конструкции, соответственно противоречит части 12 статьи 19 Закона о рекламе. Ответчик обосновывает указанное требование необходимостью проверки правомочий владельца недвижимого имущества, на котором предполагается размещение рекламной конструкции. По мнению комиссии, данное требование является чрезмерным,

т.к. правомочие владельца может быть подтверждено также иными документами, как правоудостоверяющими (свидетельство о регистрации), так и правоустанавливающими, имеющими не меньшую юридическую силу. В тоже время требование исключительно только представления выписки из ЕГРП влечет необоснованное препятствование деятельности хозяйствующих субъектов, т.к. возлагает на них бремя получения выписки из ЕГРП, в т.ч. внесения платы за представление сведений из ЕГРП.

Необходимо отметить, что по результатам проведенной проверки Администрации г. Вологды большая часть разрешений на установку рекламных конструкций выдавалась без представления выписки из ЕГРП, вместо нее представлялись либо правоустанавливающие документы, либо правоудостоверяющие. Таким образом, требование подпункта 6.6.4 пункта 6.6 Порядка является чрезмерным, влекущим необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами, особенно субъектами малого предпринимательства, что может повлечь ограничение конкуренции на рынке услуг по распространению наружной рекламы, и является нарушением части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции.

Пункты 5.19, подпункты 6.6.3 и 6.6.4 пункта 6.6 Порядка при их реализации необоснованно препятствуют осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами и могут повлечь ограничение конкуренции на рынке услуг по распространению наружной рекламы, чем нарушается часть 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции.

Кроме того, в ходе проведения проверки Администрации г. Вологды в исследованных инспекцией обстоятельствах выявлены признаки нарушения требований антимонопольного законодательства со стороны Администрации г. Вологды в части предоставления преимуществ определенным хозяйствующим субъектам на рынке услуг по распространению наружной рекламы (часть 1 статьи 15 Федерального закона «О защите конкуренции»). Кроме того, действия Администрации г. Вологды по выдаче разрешений на установку рекламных конструкций с нарушением требований п. 6.1 ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территории городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», утвержденного постановлением Госстандарта России от 22.04.2003г. № 124-ст, нарушают Федеральный закон «О рекламе». Однако, в целях более полного, объективного рассмотрения указанных случаев, дела о данных нарушениях необходимо выделить в отдельное производство.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Федерального закона «О защите конкуренции», комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать Администрацию г. Вологды нарушившей часть 1 статьи 15 Федерального закона «О защите конкуренции».

2. Выдать Администрации г. Вологды предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства и совершения действий, направленных на обеспечение конкуренции, в том числе исключить из Порядка установки и эксплуатации рекламных конструкций и средств наружной информации на территории муниципального образования «Город Вологда», утвержденного постановлением Администрации г. Вологды от 24.02.2010г. № 434, пункт 5.19, подпункты 6.6.3 и 6.6.4 пункта 6.6.

Настоящее решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд Вологодской области.

Председатель Комиссии

Члены
Комиссии:

отсутствует

Т.Б.
Тихомирова

М.И. Докшин

А.С.
Кораблев

Д.С.
Анпилов