

Управление Федеральной антимонопольной службы  
по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

20 января 2020 года

(изготовление решения в полном объеме)

27 декабря 2019 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/407

г. Сыктывкар

**ООО «ТМ - Система»**

Удмуртская ул., д. 205, офис 2,  
г. Ижевск, Удмуртская  
республика, 426004

<...>

**ООО «Технология»**

Удмуртская ул., д. 205, офис 1,  
г. Ижевск, Удмуртская

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

<...>;

рассмотрев дело № 011/05/18-605/2019, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «ТМ-Система» (далее - ООО «ТМ-Система») по факту распространения 01.09.2018 в 10 часов 11 минут посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде SMS-сообщения на абонентский номер <...> с абонентского номера <...> рекламы следующего содержания: «Открыта запись к ведущим врачам Сыктывкара! <...> МеркуриМед» (далее - рассматриваемая реклама), с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя, надлежащим образом извещённого о времени и месте рассмотрения дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в свое отсутствие;
- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - ООО «ТМ-Система», ООО «Технология», надлежащим образом извещённых о времени и месте рассмотрения дела;

### **УСТАНОВИЛА:**

В Коми УФАС России поступило обращение <...> (далее – <...>, заявитель) от 07.08.2019 (вход. № 3301-э от 07.08.2019) о распространении 01.09.2018 в 10 часов 11 минут посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде SMS-сообщения на абонентский номер <...> с абонентского номера <...> рекламы следующего содержания: «Открыта запись к ведущим врачам Сыктывкара! <...> МеркуриМед» (далее - рассматриваемая реклама).

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № 011/05/18-605/2019 в отношении ООО «ТМ-Система» по признакам нарушения ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/7659 от 07.10.2019.

Из материалов дела № 011/05/18-605/2019 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с 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 SMS-сообщения;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: записи к ведущим врачам Сыктывкара в МеркуриМед, формирование или поддержание интереса к ней, и её продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная в сети оператора связи «Ростелеком» посредством SMS-сообщения на абонентский номер <...>, является рекламой.

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.

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 согласие на получение рассматриваемой рекламы им не давалось.

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

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч.ч. 6, 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 рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

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 рекламодателе. При этом рекламодателем 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, рекламодателем не является.

Как следует из письменных пояснений ООО «ТМ-Система», имеющихся в материалах рекламного дела, телефонный номер <...> был выделен ООО «ТМ-Система» на основании договора, заключенного с ПАО «Ростелеком». ООО «ТМ-Система» оказывает услуги по конвертированию телематических протоколов, используемых заказчиками для отправки СМС-сообщений, в протоколы сетей подвижной связи на основании соответствующих договоров, заключаемых с третьими лицами. Для оказания таких услуг ООО «ТМ-Система» предоставляет выделенные ему телефонные номера своим заказчикам, которые, в свою очередь, осуществляют распространение СМС-сообщений через такие телефонные номера. Указанное означает, что рекламодателем СМС-сообщений является не само ООО «ТМ-Система», а конкретные заказчики, осуществляющие такое распространение. Применительно к настоящему делу ООО «ТМ-Система» провело проверку и установило, что спорное СМС-сообщение было распространено ООО «Технология», с которым был заключен договор № 908 от 10.06.2018 на оказание услуг. ООО «ТМ-Система» рекламодателем не выступало, а, подобно ПАО «Ростелеком» лишь предоставило свой телефонный номер своему заказчику ООО «Технология».

ООО «ТМ-Система» в материалы дела представлено письмо ООО «ТМ-

Система» № 55 от 14.10.2019 об основании произведения рассматриваемой СМС-рассылки, направленное в адрес ООО «Технология». Из ответного письма ООО «Технология» № 43 от 16.10.2019 следует, что ООО «Технология» было получено согласие <...> на СМС-уведомление 10.03.2018 при заполнении соответствующей анкеты. В качестве доказательства ООО «ТМ-Система» представлена анкета о согласии на получение информации по каналам связи (СМС-рассылка) и обработку персональных данных от 10.03.2018, из содержания которой следует, что <...> предоставил ООО «Технология» согласие на получение информации по каналам связи, а именно на информацию об услугах ООО «Технология» в виде СМС-сообщений на указанный номер сотового телефона <...>, кроме того, <...> указал, что его особо интересует информация об акциях, проводимых компанией, скидках, новостях компании, любая возможная информация.

Из п. 2.5 договора предоставления услуг № 908 от 10.06.2018, заключенного между ООО «ТМ-Система» (ИСПОЛНИТЕЛЬ) и ООО «Технология» (ЗАКАЗЧИК), далее – Договор, следует, что формирование текста СМС-сообщения и набор абонентского номера для доставки Абоненту производится ЗАКАЗЧИКОМ с соблюдением требований действующего законодательства Российской Федерации и Правил предоставления Услуг (Приложение № 1 к настоящему договору) и не включается в Услуги по настоящему Договору.

В силу п. 3.2.3 Договора ЗАКАЗЧИК обязан в обязательном порядке получить предварительное письменное согласие от Абонента, на абонентский номер которого будет производиться отправка СМС-сообщений с информацией ЗАКАЗЧИКА.

В соответствии с п. 3.2.5 Договора ЗАКАЗЧИК обязан осуществлять рассылку СМС-сообщений в соответствии с законодательством РФ, в том числе о рекламе.

Согласно п. 5.9 Договора в связи с тем, что ИСПОЛНИТЕЛЬ не является создателем (изготовителем) и распространителем СМС-сообщений, начиная с момента подготовки текста СМС-сообщения, его редактирования и заканчивая отправкой СМС-сообщений Абонентам, всю ответственность, предусмотренную действующим законодательством за ненадлежащее или незаконное распространение СМС-сообщений, отправленных с Комплекса ЗАКАЗЧИКА, их содержание и присваиваемый адрес отправителя (А-номер <...> в полном объеме несет ЗАКАЗЧИК.

В связи с вышеуказанным, Комиссией Коми УФАС России к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, определением № 03-01/8685 от 07.11.2019 привлечено ООО «Технология».

В материалы рекламного дела <...> представлены письменные пояснения, согласно которым анкету о согласии на получение информации по каналам связи (СМС рассылка) и обработку персональных данных ООО «Технология»

заявитель не предоставлял. Как указал заявитель, почерк, которым заполнена анкета, а также подпись не принадлежат заявителю. Кроме того, <...> указано на рукописное изменение даты в верхнем углу анкеты, а также на то, что его отчество написано с ошибкой, пропущена вторая буква «н». По мнению заявителя, если бы анкета заполнялась им собственноручно, то это предполагало бы факт его присутствия в г. Ижевске Республики Удмуртия. Вместе с тем, в указанный в анкете период заявитель находился в г. Ухте Республики Коми, поскольку обучается в <...> на <...>.

Таким образом, Комиссией Коми УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Технология».

Определением № 03-01/9370 от 03.12.2019 Коми УФАС России у ООО «ТМ-Система», ООО «Технология», <...> были запрошены письменная информация и копии документов, необходимые для рассмотрения настоящего дела.

Вышеуказанным определением Коми УФАС России запрашивало у ООО «ТМ-Система», ООО «Технология» необходимые для рассмотрения дела копии документов и письменную информацию, в том числе письменные пояснения относительно вышеуказанных доводов заявителя.

На дату рассмотрения Комиссией рекламного дела (27.12.2019) истребованные материалы ООО «ТМ-Система», ООО «Технология» не представлены.

Таким образом, ООО «ТМ-Система», ООО «Технология» при рассмотрении дела № 011/05/18-605/2019 уклонились от содействия Коми УФАС России в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по рекламному делу, и от своей защиты.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела не установлено обстоятельств, указывающих на то, что нарушение ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе произошло не по вине рекламодателя – ООО «Технология».

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя – ООО «Технология».

Из материалов рекламного дела усматривается, что ООО «Технология» не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ООО «Технология» нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

<...> в материалы рекламного дела представлена выписка из <...>, из

содержания которой следует, что 10.03.2018 в <...> заявителем была совершена покупка в розничной сети магазина «<...>» в г. Ухте на сумму <...> рублей <...> копеек.

Комиссия рассмотрела вышеуказанные объяснения <...>, ООО «ТМ-Система», ООО «Технология», изучила представленные в материалы дела выписку заявителя из <...>, копию анкеты о согласии на получение информации по каналам связи (СМС-рассылка) и обработку персональных данных от 10.03.2018, и установила следующее.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах применения практики арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Таким образом, по смыслу приведенного положения, в целях соблюдения требований действующего законодательства на рекламораспространителя возложена безусловная ответственность за объективность данных о согласии на получение рекламы, данным непосредственно тем лицом, на чей номер телефона направляется реклама посредством электронной связи.

В соответствии с п. 1 ст. 2 Федерального закона № 126-ФЗ от 07.07.2003 «О связи» абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Согласно ч. 1 ст. 44.1 Федерального закона № 126-ФЗ от 07.07.2003 «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

В соответствии с частью 4 статьи 9 Федерального закона № 152-ФЗ от 27.07.2006 «О персональных данных» в случаях, предусмотренных федеральным законом, обработка персональных данных осуществляется только с согласия в письменной форме субъекта персональных данных.

Равнозначным содержащему собственноручную подпись субъекта персональных данных согласию в письменной форме на бумажном носителе признается согласие в форме электронного документа, подписанного в соответствии с федеральным законом электронной подписью. Согласие в

письменной форме субъекта персональных данных на обработку его персональных данных должно включать в себя, в частности:

1) фамилию, имя, отчество, адрес субъекта персональных данных, номер основного документа, удостоверяющего его личность, сведения о дате выдачи указанного документа и выдавшем его органе;

2) фамилию, имя, отчество, адрес представителя субъекта персональных данных, номер основного документа, удостоверяющего его личность, сведения о дате выдачи указанного документа и выдавшем его органе, реквизиты доверенности или иного документа, подтверждающего полномочия этого представителя (при получении согласия от представителя субъекта персональных данных);

3) наименование или фамилию, имя, отчество и адрес оператора, получающего согласие субъекта персональных данных;

4) цель обработки персональных данных;

5) перечень персональных данных, на обработку которых дается согласие субъекта персональных данных;

6) наименование или фамилию, имя, отчество и адрес лица, осуществляющего обработку персональных данных по поручению оператора, если обработка будет поручена такому лицу;

7) перечень действий с персональными данными, на совершение которых дается согласие, общее описание используемых оператором способов обработки персональных данных;

8) срок, в течение которого действует согласие субъекта персональных данных, а также способ его отзыва, если иное не установлено федеральным законом;

9) подпись субъекта персональных данных.

В соответствии с частью 1 статьи 15 Федерального закона № 152-ФЗ от 27.07.2006 «О персональных данных» обработка персональных данных в целях продвижения товаров, работ, услуг на рынке путем осуществления прямых контактов с потенциальным потребителем с помощью средств связи, а также в целях политической агитации допускается только при условии предварительного согласия субъекта персональных данных. Указанная обработка персональных данных признается осуществляемой без предварительного согласия субъекта персональных данных, если оператор не докажет, что такое согласие было получено.

Таким образом, в силу действия правовых принципов и условий обработки персональных данных, установленных Федеральным законом № 152-ФЗ от 27.07.2006 «О персональных данных», при обработке персональных данных



должны быть обеспечены точность персональных данных, их достаточность, а в необходимых случаях и актуальность по отношению к целям обработки персональных данных.

Из анализа норм Федерального закона «О связи», Федерального закона «О рекламе» следует, что заказчик рассылки СМС-сообщений должен принять меры по однозначной идентификации именно абонента (а не лица, указавшего телефонный номер при заполнении документов, дающих согласие на направление рекламных и информационных материалов), а также получить предварительное согласие абонента на направление ему рекламной информации посредством использования сетей электросвязи, то есть получить согласие непосредственно перед направлением конкретного сообщения рекламного характера определенному абоненту.

Комиссия, изучив копию анкеты о согласии на получение информации по каналам связи (СМС-рассылка) и обработку персональных данных от 10.03.2018, установила, что она содержит рукописные исправления в дате анкетирования, грамматическую ошибку в отчестве заявителя. Кроме того, как указал заявитель, почерк, которым заполнена анкета, и подпись ему не принадлежат, также заявителем представлены доказательства, а именно выписка из <...>, подтверждающая факт его присутствия в указанную дату - 10.03.2018 в г. Ухте Республики Коми.

Таким образом, у Комиссии отсутствуют достаточные основания полагать, что указанная анкета содержит волеизъявление заявителя на получение рекламы.

Исходя из вышеизложенного, доказательств того, что ООО «Технология» было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, материалы рекламного дела не содержат.

Документов, материалов, указывающих, что ООО «Технология» приняты все достаточные меры по соблюдению требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе при распространении 01.09.2018 в 10 часов 11 минут посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде SMS-сообщения на абонентский номер <...> с абонентского номера <...> рассматриваемой рекламы, Коми УФАС России при рассмотрении дела не получено, ООО «Технология» не представлено.

Таким образом, доказательств того, что ООО «Технология» было получено предварительное согласие заявителя на получение рассматриваемой рекламы, материалы рекламного дела не содержат.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодатель - ООО «Технология», 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 распространяемой посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде СМС-сообщения рекламы Закону о рекламе, что является исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц, размещенной на официальном сайте ФНС России, ООО «Технология» осуществляет, в том числе следующие виды деятельности: 63.11 Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность; 63.11.1 Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов; 73.11 Деятельность рекламных агентств; 73.20 Исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ООО «Технология» для получения прибыли при осуществлении вышеуказанных видов деятельности.

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 «Технология».

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

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц, размещенной на официальном сайте ФНС России, <...> ООО «Технология» является <...> (далее – <...>).

Таким образом, из материалов рекламного дела следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение ООО «Технология» законодательства о рекламе в рассматриваемый период, являлся <...> ООО «Технология» <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло как по вине ООО «Технология», так и должностного лица ООО «Технология» - <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ООО «Технология», <...> должных мер по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ООО «Технология», должностным лицом ООО «Технология» <...> нарушены требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

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/](http://www.rossvyaz.ru/activity/num_resurs/registerNum/)), абонентский номер заявителя <...> входит в диапазон номеров, выделенный оператору сотовой связи на территории 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 «Технология» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) установлена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса.

В соответствии со статьёй 4.5 КоАП РФ срок привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении не может быть начато, а начатое производство подлежит прекращению при истечении сроков давности привлечения к административной ответственности.

Учитывая изложенное, материалы дела не подлежат передаче уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в

отношении ООО «Технология», должностного лица ООО «Технология» <...> дел об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 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 следующего содержания: «Открыта запись к ведущим врачам Сыктывкара! <...> МеркуриМед», распространенную 01.09.2018 в 10 часов 11 минут посредством использования подвижной радиотелефонной связи в виде SMS-сообщения на абонентский номер <...> с абонентского номера <...>, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Технология» (ОГРН 1141841008110, ИНН 1841046510) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

Решение в полном объеме изготовлено 20 января 2020 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 \_\_\_\_\_ <...>

<...>

