

Решение 667

АО "Газпромбанк"

117420, г. Москва, ул. Наметкина, дом  
16, корпус 1. mailbox@gazprombank.ru  
mailbox@voronezh.gazprombank.ru

<...>

<...>

## **РЕШЕНИЕ**

01 сентября 2023 года г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 30 августа 2023 года

Решение в полном объеме изготовлено 01 сентября 2023 года

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

Председатель комиссии:

<...> заместитель руководителя управления - начальник отдела защиты  
конкуренции,

Члены комиссии:

<...> главный специалист-эксперт отдела защиты конкуренции,

<...> ведущий специалист-эксперт отдела защиты конкуренции,

при рассмотрении дела № 048/05/18-667/2023, возбужденного по признакам нарушения акционерным обществом «Газпромбанк» (ИНН: 7744001497, ОГРН: 1027700167110, дата регистрации ЮЛ — 13.11.2001; юр. адрес: 117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 16, к.1) части 1 статьи 18, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

после объявления перерыва в рассмотрении дела,

## **УСТАНОВИЛА:**

В Липецкое УФАС России 21.07.2023 года вх. №5937/23 поступило обращение <...> о том, что 04.05.2023 в 10:42; 04.05.2023 в 13:20; 02.06.2023 в 17:34; 09.06.2023 в 12:07; 07.07.2023 в 12:09 на принадлежащий заявителю номер 8(903)643-07-31, от абонента, имеющего обозначение "Gazprombank", поступили смс-сообщения рекламного характера, содержащие признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:

04.05.23 в 13:20 смс-сообщение: «Андрей, кредит до 7 млн. руб. от 4%. Получите решение за 5 минут: [grb.ru/ccash/](http://grb.ru/ccash/) Банк "ГПБ" (АО)»;

02.06.2023 в 09:04 час. и 17:34 час. смс-сообщение: «Андрей, для вас кредитная О возбуждении дела карта «180 дней» без % и обслуживание 0 руб. на год, снятие наличных 50 000 руб. ежемесячно без комиссии : <https://s.grb.ru/m/3> ГОHkOuf1 до 30.06. Банк "ГПБ" (АО)»;

07.07.23 в 12:09: «Андрей, кредит до 7 млн. руб. от 3,9%. Получите решение за 5 минут: [grb.ru/ccash/](http://grb.ru/ccash/) Банк "ГПБ" (АО)»;

09.06.23 в 12:07 «Андрей, кредит до 7 мл н. руб. от 4%. Получите решение за 5 минут: [grb.ru/ccash/](http://grb.ru/ccash/) Банк "ГПБ" (АО)».

В обращении заявитель так же указывает, что данные рекламные сообщения направлены на его номер 8(903)643-07-31 без согласия Банку.

Для полного и всестороннего рассмотрения данного обращения Липецким УФАС России были сделан запрос о представлении информации в АО «Газпромбанк», в ответ на который были представлены документы и пояснения, согласно которым установлено следующее:

Согласно пояснениям Банка Заявитель является клиентом Банка с 2006 г.

При этом согласие на отправку рекламной информации предоставлено

Заявителем при приеме в Банк на обслуживание в 2006 г., однако в настоящее время подтверждение наличия согласия не может быть предоставлено по причине истечения срока хранения документов.

Заявление об отказе от получения рекламы, направляемой посредством сетей электросвязи, в адрес Банка от Заявителя не поступало.

В ходе внутренней проверки, проведенной Банком по факту поступления Запроса, было установлено, что 04.05.2023, 02.06.2023, 09.06.2023 и 07.07.2023 Банком на номер телефона, предоставленный Заявителем Банку, на основании полученного ранее от Заявителя Согласия были направлены SMS-сообщения с информацией рекламного характера по продуктам Банка.

По факту поступления Запроса Липецкого УФАС России, в целях урегулирования ситуации, 31.07.2023 в автоматизированной системе Банка была установлена соответствующая отметка об отказе Заявителя от получения рекламы и предложений Банка, в том числе посредством использования телефонной связи, а также Номер телефона был исключен из перечня абонентских номеров Банка, по которым Банком осуществляется телефонные звонки рекламного характера.

По определению, данному статьей 3 Федерального закона "О рекламе":

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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 - это 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 - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

При этом термин "реклама", обозначенный в части 1 статьи 18 Федерального закона "О рекламе", предполагает значение, отличающееся от общего понятия "реклама", данного в статье 3 Федерального закона "О рекламе", а именно, в нем отсутствует такой признак рекламы, как ее адресованность неопределенному кругу лиц.

Информация, передаваемая посредством использования телефонной,

факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, всегда предполагает индивидуализированного посредством абонентского номера или уникального кода идентификации абонента, который ее получает. Рассылка смс-сообщений по каналам телефонной связи не может быть произведена иначе как на конкретный абонентский номер.

Таким образом, в силу специфики способа распространения, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный абонентский номер, предполагается нормами законодательства о рекламе (часть 1 статьи 18 Федерального закона "О рекламе") и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер распространенной информации.

При этом стоит отметить, в случае направления посредством смс-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.

Кроме того, обращение к абоненту по имени не является фактором, определенно идентифицирующим получателя распространяемой информации. Подобное обращение к потенциальному клиенту является нормальным общепринятым поведением в обществе, соответствующим правилам обычного и делового этикета и лишь свидетельствует о клиентоориентированной направленности деятельности рекламораспространителя при продвижении своей продукции на рынке.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Рассматриваемая информация не являлась информацией, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательной в соответствии с федеральным законодательством.

Таким образом, распространенная Банком посредством смс-сообщений 04.05.2023 в 10:42; 04.05.2023 в 13:20; 02.06.2023 в 17:34; 09.06.2023 в 12:07; 07.07.2023 в 12:09 в адрес заявителя на абонентский номер 8(903)643-07-31 информация является рекламой в соответствии с

критериями и понятиями определенными в Законе о рекламе.

При этом указанная реклама распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе:

По утверждению заявителя, рекламная информация была направлена без его предварительного согласия на получение рекламы, что является нарушением части 1 статьи 18 Федерального закона "О рекламе", согласно которой 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 именно на рекламораспространителя возложена обязанность доказать наличие согласия абонента на получение рекламы, и именно он несет ответственность за распространение ненадлежащей рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 44.1 Федерального закона "О связи" рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи 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, не докажет, что такое согласие было получено.

Из анализа норм Федерального закона "О связи" и Федерального закона "О рекламе" следует, что заказчик 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.

В пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, что согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

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.

При этом, в целях соблюдения баланса частных и публичных интересов, стабильности публичных правоотношений, а также в целях защиты прав и законных интересов абонента как более слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях, при получении такого согласия абоненту должна быть предоставлена 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.

Следует отметить, что 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, что недопустимо в контексте части 2 статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Указание Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации на то, что согласие абонента **может быть выражено в любой форме**, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя, означает, что оно может быть получено не только в бумажном виде с истечением срока хранения.

Таким образом, то обстоятельство, что у документа истек срок хранения, не является основанием отсутствия указанного согласия как такового.

Учитывая изложенное, рекламная информация в адрес заявителя от абонента, имеющего обозначение «Газпромбанк» была распространена без согласия абонента на получение рекламы, что нарушает требования части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в силу части 3 статьи 28 Федерального закона "О рекламе" если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы

одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с абзацем 2 пункта 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.)".

В нарушение части 3 статьи 28 Федерального закона "О рекламе" в сообщениях, направленных заявителю 09.06.23, 07.07.23, 04.05.23, содержится информация только о сумме кредита и процентной ставке (до 7 млн. руб., от 4%, от 3,9%) при отсутствии сведений об иных условиях, влияющих на стоимость кредита для заемщика.

А в сообщениях от 02.06.23 не раскрыты сведения при которых выполняются условия 180 дней без%, обслуживание 0 руб. на год и снятие наличных 50 000 т.р.

При этом наличие в смс-сообщении гиперссылки, не является достаточным для исполнения требований части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», исходя из следующего.

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя к такой рекламе.

В пунктах 24, 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано:

- "рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг";

- "наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации, предоставляющей такие услуги, или иных консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях оказания данных услуг, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении условий оказания банковских, страховых и иных финансовых услуг, влияющих на их стоимость, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий".

Таким образом, при распространении рекламы посредством смс-сообщений при указании источника размещения сведений и/или пути к нему (гиперссылки) рекламодатель не может быть уверен, что абонент будет ознакомлен со всей информацией, предусмотренной законодательством о рекламе.

Учитывая изложенное, предоставление потребителю возможности ознакомления с существенными условиями рекламируемого кредита посредством перехода по гиперссылке, указанной в смс-сообщении, не освобождает Банк от обязанности в рекламе финансовых услуг выполнять требования, предусмотренные частью 3 статьи 28 Федерального закона "О рекламе".

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона "О рекламе") ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В пункте 5 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" установлено, рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 5 статьи 3 Федерального закона "О рекламе", АО «Газпромбанк» (ИНН: 7744001497, ОГРН: 1027700167110, дата регистрации ЮЛ — 13.11.2001; юр. адрес: 117420, г. Москва, ул. Наметкина, д. 16, к.1) является рекламодателем.

Также исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона "О рекламе", рекламодателем при направлении указанных смссообщений рекламного характера заявителю выступает АО «Газпромбанк» (ИНН: 7744001497, ОГРН: 1027700167110, дата регистрации ЮЛ — 13.11.2001; юр. адрес: 117420, г. Москва, ул.



Наметкина, д. 16, к.1).

Частью 6 статьи 38 Федерального закона "О рекламе" установлено, что рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 28 Федерального закона "О рекламе".

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона "О рекламе" рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 18 Федерального закона "О рекламе".

Определением от 11.08.2023 № ТБ/5462/23 в отношении АО «Газпромбанк» возбуждено дело по признакам нарушения законодательства о рекламе № 048/05/18-667/2023, рассмотрение дела назначено на 23.08.2023 на 14 часов 10 минут.

На рассмотрение дела 23.08.2023 явился представитель АО «Газпромбанк» <...> (по доверенности № Д-Ф049-28.0.0/199 от 28.03.2023).

В ходе рассмотрения дела представитель ранее представленную позицию Банка поддержала, заявила ходатайство о приобщении к делу материалов: письменных пояснений Банка, копия заявления <...> о заключении депозитарного договора, скриншоты экрана автоматизированной системы Банка с отметкой о согласии Клиента на получение информации и отсутствием согласия на получение информации. Ходатайство удовлетворено, материалы приобщены к делу.

В письменных пояснениях Банк полагает необоснованным и не соответствующим действующему законодательству указание на нарушение Банком нарушения ч. 1 ст. 18, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» и, следовательно, возражает против возбуждения дела о нарушении законодательства о рекламе.

В обоснование своей позиции Банк приводит следующие доводы:

1) <...> является клиентом Банка ГПБ (АО) с 2006 г. в рамках заключенного депозитарного договора и договора на открытие банковского счета/счета депо. Согласие клиента на отправку рекламной информации было предоставлено в Банк <...> при приеме на обслуживание в 2006 г.

На основании полученного в 2006 году <...> согласия на отправку рекламной информации от Банка были проставлены отметки о наличии такового в автоматизированной системе Банка.

По факту поступления запроса Липецкого УФАС России, в целях урегулирования ситуации, 31.07.2023 в автоматизированной системе

Банка была установлена соответствующая отметка об отказе Заявителя от получения рекламы и предложений Банка, в т.ч. посредством использования телефонной связи был исключен из перечня абонентских номеров Банка, по которым осуществляются телефонные звонки рекламного характера.

Согласно положений Регламента архивной работы в Банке ГПБ (АО) от 30.04.2021 № И/60 заявление на открытие банковского счета физического лица/счета депо, договор банковского счета, депозитарный договор не являются документами постоянного хранения.

Срок хранения документов по заключению депозитарных договоров (заявления о заключении договоров, об открытии счета депо, договоры счета депо и др.) составляет шесть лет.

В связи с тем, что с момента заключения с <...> депозитарного договора прошло более шести лет, у Банка ГПБ (АО) отсутствует возможность предоставления согласия клиента на отправку рекламной информации в виде документа, составленного в простой письменной форме.

2) СМС-сообщения с информацией, направленные в адрес <...>, содержат обращение к абоненту по имени, а также уточнение по тексту информации о том, что именно для получателя информации имеется предложение у Банка «... для Вас кредитная карта...».

Таким образом, информация, направленная Банком ГПБ (АО) в адрес клиента, <...>, была адресована определенному лицу — получателю информации и является персонализированной, поскольку возможно определить заранее, какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации. Возможно определить и конкретный субъект правоотношений, возникающих по поводу реализации объекта распространения информации.

Информация, представленная в СМС-сообщениях, обращена к конкретному потребителю, из текста сообщений следует, что они были адресованы определенному лицу.

Таким образом, доведенная до сведения заявителя информация не относится к категории той информации, на которую Закон о рекламе распространяет свое действие в соответствии со ст. 3 Закона о рекламе.

В рассмотрении дела № 048/05/18-667/2023 был объявлен перерыв до 30.08.2023 14 часов 10 минут.

После перерыва Комиссия, рассмотрев дело № 048/05/18-667/2023, пришла к следующим выводам.

Доводы АО «Газпромбанк» признаны необоснованными ввиду следующего.

1) В соответствии частью 1 статьи 18 Закона о рекламе, реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Следовательно, принятие мер по обеспечению сохранности полученного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи является законным интересом рекламодателя, поскольку направлено на доказывание факта добросовестного исполнения им обязанностей, возложенных Законом. Соответственно, непринятие Банком достаточных мер для обеспечения сохранности согласия абонента <...> на получение им рекламы, не является основанием для признания действий Банка надлежащим исполнением обязанности по получению согласия на распространение рекламы по сетям электросвязи.

Более того, согласно пояснениям Банка, заявление на открытие банковского счета физического лица/счета депо, также является документом с ограниченным сроком хранения в шесть лет, в соответствии с Регламентом архивной работы в Банке от 30.04.2021 № И/60. При этом заявление <...> о заключении депозитарного договора **от 11.07.2006 года** представлено в антимонопольный орган. В заявлении <...> отсутствует как его согласие на получение рекламы, так и абонентский номер.

Согласно ответу ПАО «Вымпелком» (оператор связи «Билайн») на запрос договор с <...> на оказание услуг связи по абонентскому номеру 8<...> был заключен 23.11.2006, номер с момента заключения договора не менялся.

Таким образом, у Банка не имелось препятствий для обеспечения сохранности договора и, как указывает Банк, имеющемся в нем согласии <...> на получение рекламы по сетям электросвязи, однако Банком не предпринято мер по соблюдению возложенной на рекламодателя Законом о рекламе обязанности.

2) Информация, передаваемая посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, всегда предполагает индивидуализированного посредством абонентского номера или уникального кода идентификации абонента, который ее получает. Рассылка смс-сообщений по каналам телефонной связи не может быть произведена иначе как на конкретный абонентский номер.

Поэтому реклама, содержащая объект рекламирования, на привлечение внимания и формирование интереса к которому она

направлена реклама (в рассматриваемом деле — договоры кредитования АО ГБП) является рекламой независимо от наличия личного обращения к клиенту, которое является элементом делового стиля общения и не позволяет достоверно идентифицировать абонента.

Сам текст рекламы, в том числе указание «для Вас» не является персонализированной информацией и может быть адресовано неопределенно широкому кругу лиц, что подпадает под понятие рекламы в соответствии со ст. 3 Закона о рекламе.

Таким образом, реклама АО «Газпромбанк» с предложением финансовых услуг — договоров кредитования, распространенная по сетям электросвязи на абонентский номер Заявителя 04.05.2023 в 10:42; 04.05.2023 в 13:20; 02.06.2023 в 17:34; 09.06.2023 в 12:07; 07.07.2023 в 12:09 противоречит требованиям части 1 статьи 18, части 3 статьи 28 Закона о рекламе, поскольку распространена без согласия абонента на получение рекламы и не содержит всех условий, определяющих полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее, при наличии хотя бы одного из таких условий, и, в силу пункта 4 статьи 3 названного Закона, является ненадлежащей рекламой.

Согласно имеющейся информации, рассматриваемая реклама не распространяется, номер Заявителя исключен из списка обзвона/рассылки. В связи с этим, необходимость в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствует.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

## **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу АО «Газпромбанк» с предложением услуг банка — договоров кредитования, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодателем которой является акционерное общество «Газпромбанк» (ИНН: 7744001497, ОГРН: 1027700167110, дата регистрации ЮЛ — 13.11.2001; юр. адрес: 117420, г.

Москва, ул. Наметкина, д. 16, к.1).

2. Не выдавать предписание об устранении нарушения Закона о рекламе.

3. Передать материалы дела для решения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лиц, допустивших нарушение рекламного законодательства Российской Федерации.

**Решение может быть обжаловано в течение трёх месяцев со дня его принятия в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.**

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии:

<...>

<...>

Исп.<...>

τηλ.8(4742) <...>

2023-7324