

РЕШЕНИЕ
по делу № 13-Р-2018

16 июля 2018 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 03.07.2018

Решение в полном объеме изготовлено 16.07.2018

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

«...»

Члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 13-Р-2018, возбужденное в отношении Кредитного потребительского кооператива "Приволжский" (ИНН 2130191430, г.Чебоксары, ул.Эльмена, д.17, корп.1) по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, [п. 20 ч. 3 ст. 5](#) п.2 ч.2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в связи с отсутствием в рекламе части существенной для потребителя информации и указанием недостоверного названия организации, предоставляющей финансовые услуги,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - представителя КПК "Приволжский" – «...»

в отсутствие заявителя, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

03.04.2018 (вх. № 04-21/2110) в Чувашское УФАС России поступило перенаправленное из Управления Службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг в Приволжском федеральном округе Центрального банка России заявление гр. «...» (далее – Заявитель) в связи с обнаружением в СМИ признаков нарушения Закона о рекламе в части оказания финансовых услуг.

Согласно заявлению, рекламная информация, размещаемая на 4 странице газеты "Пенсионер Чувашии" от 06.02.2018 № 5 (868) не содержит требования, установленные Законом о рекламе, в части рекламы финансовых услуг.

Таким образом, в данной рекламе присутствуют два наименования лица, оказывающего финансовые услуги, а именно, в левом верхнем углу рекламного материала указано наименование организации: "Финансово - Консультационный Центр ПРИВОЛЖСКИЙ", при этом, внизу данного рекламного материала указано: "Кредитный потребительский кооператив ПРИВОЛЖСКИЙ".

Кроме того, в данной рекламе отсутствует существенная информация о размере вступительного и обязательного взноса при вступлении в члены КПК, а также об обязанности члена кредитного кооператива (пайщика) солидарного несения субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кредитного кооператива (пайщиков).

При этом, указание в рекламе условия "до 15,5 % годовых ПО ВКЛАДАМ" является недостоверной информацией, поскольку потребительские кооперативы в своей деятельности привлекают личные сбережения пайщиков по сберегательным вкладам, но не принимают, указанные в рекламе, ВКЛАДЫ.

Помимо этого, рекламируемые условия привлечения денежных средств, указанные в тексте: "Всю зиму до 15,5 % годовых по вкладам" существенно превосходят ограничения, установленные п.3.8.2 Базового Стандарта, установленного Банком России. Таким образом, средства пайщиков на момент распространения рекламы не могли привлекаться по ставке выше, чем 13,5%. При этом, в рекламе указано "до 15,5 % годовых по

ВКЛАДАМ".

Факт размещения указанной информации подтвержден копией страницы газеты "Пенсионер Чувашии" от 06.02.2018 № 5 (868).

Из представленного ответа учредителя газеты "Пенсионер Чувашии" (вх. от 13.04.2018 № 04-10/2371) следует, что размещение рассматриваемой рекламы осуществлялось в выпусках газеты "Пенсионер Чувашии" от 23.01.2018 № 3, от 06.02.2018 № 5 согласно предоставленного рекламного модуля КПК "Приволжский" (ИНН 2130191430, г.Чебоксары, ул.Эльменя, д.17, корп.1).

В связи с чем, из представленных пояснений КПК "Приволжский" (вх. от 02.07.2018 № 04-10/3935) следует.

Размещение спорной рекламы осуществлялось в выпусках газеты «Пенсионер Чувашии» в вышеуказанных выпусках газеты согласно предоставленной КПК "Приволжский" заявке, содержащей рекламно - информационный материал, и счету на оплату размещения рекламы.

1. По факту, указанному в заявлении о наличии в рекламе нескольких лиц, оказывающих финансовые услуги ("Финансово - Консультационный Центр ПРИВОЛЖСКИЙ" и "Кредитный потребительский кооператив ПРИВОЛЖСКИЙ"), КПК "Приволжский" пояснил следующим образом.

Основным видом деятельности потребительского кооператива, согласно сведениям ЕГРЮЛ ФНС, КПК "Приволжский" является деятельность по финансовой взаимопомощи.

При этом, сведения о дополнительных видах деятельности, содержат деятельность в области права.

В связи с чем, в рекламе, помимо указания правильных реквизитов организации, в том числе, своего зарегистрированного наименования, в соответствии с требованиями законодательства: КПК "Приволжский" (ИНН 2130191430), КПК "Приволжский" указал на оказание финансово - консультационных услуг рассматриваемым в рекламе образом: "Финансово - Консультационный Центр ПРИВОЛЖСКИЙ".

2. На довод заявителя о не указании в рекламе потребительского кооператива существенной информации, связанной с необходимостью уплаты взносов при вступлении в кооператив и не указанием обязанности члена кредитного кооператива (пайщика) солидарного несения субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кредитного кооператива (пайщиков), КПК "Приволжский" пояснил следующим образом.

По мнению кооператива, денежная сумма внесения средств для вступления в кооператив и обязанности члена кредитного кооператива (пайщика) солидарного несения субсидиарной ответственности определены учредительными документами КПК "Приволжский", в связи с чем, указанная информация в рекламе не обозначена.

3. В части указания в рекламе выражения: «до 15,5 годовых ПО ВКЛАДАМ», КПК "Приволжский" указал, что рассматриваемый текст рекламы, содержащий выражение: «до 15,5 годовых ПО ВКЛАДАМ», предполагает, что КПК "Приволжский" осуществляя свою деятельность, привлекает личные сбережения пайщиков по сберегательным вкладам.

В связи с чем, КПК "Приволжский" полагал, что значение слова «Вклад» и «Сберегательный вклад» имеют признаки идентичности, так как обозначают внесение денежных средств физическим, либо юридическим лицом в финансовое учреждение.

Таким образом, осуществляя рекламу своих услуг, с использованием слогана "Всю зиму до 15,5 % годовых **по вкладам**", общество не полагало, что тем самым может нарушить требования деятельности потребительских кооперативов.

4. По факту, изложенной в рекламе информации, в связи с указанием привлечения средств пайщиков по ставке 13,95% годовых, которая существенно превосходит ограничения п. 3.8.2. Базового стандарта Банка России, КПК "Приволжский" указал на то, что при утверждении макета рассматриваемой рекламы работником кооператива была допущена опечатка, в связи с чем, вместо должной информации 13,5 % годовых, им было указано 15,5 % годовых.

В рамках рассмотрения дела представитель кооператива согласился с выявленными Комиссией нарушениями, указав, в том числе, что спорная рекламная информация, с ошибочным вышеуказанным содержанием, кроме как в вышеуказанных источниках, в иных местах не распространялась.

Оценив и проанализировав представленные в заседании Комиссии материалы и заявленные доводы сторон, Комиссия приходит к следующему.

Рассматриваемая информация соответствует определению понятия рекламы, указанному в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе, согласно которому реклама – информация, распространенная любым способом, в любой

форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечения внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является финансовая услуга.

Таким образом, кредитный потребительский кооператив вправе оказывать финансовые услуги, и в случае рекламирования названных услуг, должен соблюдать требования [Закона](#) о рекламе.

В силу требований [п. 20 ч. 3 ст. 5](#) Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

В рассматриваемой рекламе финансовых услуг КПК "Приволжский", наряду с указанием достоверных сведений, предусмотренных законодательством в обязательном порядке, о лице, оказывающем финансовые услуги: Кредитный потребительский кооператив "Приволжский" (ИНН 2130191430), указано иное лицо, именуемое "Финансово - Консультационный Центр ПРИВОЛЖСКИЙ".

При этом, согласно Уставу КПК "Приволжский", утвержденному решением Общего собрания КПК "Приволжский" согласно протоколу от 02.08.2017 № 01, установлено полное наименование Кооператива: Кредитный потребительский кооператив "Приволжский" и сокращенное наименование Кооператива: КПК "Приволжский".

Следовательно, указанный в рекламе "Финансово - Консультационный Центр ПРИВОЛЖСКИЙ" не является лицом, в том числе, официально зарегистрированным, имеющим право на осуществление указанных в рекламе услуг.

В связи с чем, потребителю рекламы, на момент ознакомления с текстом рекламы, не представляется возможным определить конкретное (достоверное) лицо, предлагающее финансовые услуги, что может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование правильного, не вводящего его в заблуждение, представления об организации, которая делает предложение об оказании тех или иных финансовых услуг.

В связи с чем, в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг (в рассматриваемом случае КПК) в обязательном порядке следует указывать полное наименование лица, оказывающего данные услуги, без содержания какой-либо искаженной информации, с целью формирования у потребителя правильного, не вводящего его в заблуждение, представления об организации, предлагающей рекламу оказания финансовой услуги.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама, с содержанием в рекламе указания наименования двух лиц, в том числе, одно из которых не является официально зарегистрированным в качестве такового, не соответствует требованиям [п. 20 ч. 3 ст. 5](#) Закона о рекламе.

В соответствии с [частью 7 статьи 5](#) Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводится в заблуждение потребители рекламы.

При этом оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В рассматриваемой рекламе усматривается выражение: «до 15,5 % годовых ПО ВКЛАДАМ».

В данном случае КПК "Приволжский" ошибочно полагает, что рассматриваемый текст рекламы привлекает личные сбережения пайщиков по сберегательным вкладам.

Деятельность такой организации как рассматриваемый КПК "Приволжский" определена, в том числе, требованиями Федерального закона от 18.07.2009 № 190 – ФЗ «О кредитной кооперации» (далее - Закон о кооперации).

Закон о кооперации определяет правовые, экономические и организационные основы создания и деятельности кредитных потребительских кооперативов различных видов и уровней, союзов (ассоциаций) и иных объединений кредитных потребительских кооперативов.

Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) (п. 1 ст. 3 Закона).

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 4 Закона, кредитный кооператив привлекает денежные средства своих членов на основании договоров передачи личных сбережений, заключаемых с физическими лицами.

В соответствии с ч. 2 ст. 30 Закона, по договору передачи личных сбережений физическое лицо, являющееся членом кредитного кооператива (пайщиком), передает кредитному кооперативу денежные средства на условиях возвратности, платности, срочности.

В силу ч. 3 ст. 30 Закона, условия договора передачи личных сбережений определяются положением о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков), принятым общим собранием членов кредитного кооператива (пайщиков) в предусмотренном настоящим Федеральным законом порядке.

Предметом деятельности кооператива, в том числе, является организация финансовой взаимопомощи членов (пайщиков) кооператива посредством:

- объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств, в том числе, членов (пайщиков) кооператива;

- размещения вышеуказанных денежных средств путем предоставления займов членам (пайщикам) кооператива для удовлетворения их финансовых потребностей.

Таким образом, КПК " Приволжский " не вправе принимать вклады граждан (пайщиков), а осуществляет прием сбережений в порядке указанного Закона о кооперации.

Исходя из анализа положений [ст. 1](#) Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности" вклад - это размещение денежных средств физических и юридических лиц в кредитной организации от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности.

[Ст. 36](#) ФЗ от 02.12.1990 N 395-1 дает легальное определение банковского [вклада](#) физического лица: вклад - денежные средства в [валюте Российской Федерации](#) или иностранной валюте, размещаемые физическими лицами в целях хранения и получения дохода.

Доход по вкладу выплачивается в денежной форме в виде процентов. Вклад возвращается вкладчику по его первому требованию в порядке, предусмотренном для вклада данного вида федеральным законом и соответствующим договором.

Термин «вклад» в рекламе финансовых продуктов может использовать только кредитная организация, которой является банк. При этом, гарантировать доход от вклада возможно только в рекламе банковского вклада.

Таким образом, осуществляя рекламу своих услуг, с использованием слогана "Всю зиму до 15,5 % годовых **по вкладам**", КПК "Приволжский" тем самым указал недостоверную информацию о деятельности потребительских кооперативов.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Присутствие в рекламе не достоверной информации о тех услугах, которые оказывает рассматриваемый кооператив, влечет, в соответствии с требованиями ч.7 ст.5 Закона о рекламе, признания недостоверной рекламы.

Кроме того, указанное в рекламе условие "Всю зиму до 15,5 % годовых по вкладам" существенно превосходят ограничения, установленные п.3.8.2 Базового Стандарта, установленного Банком России.

15.12.2017 Центральный банк РФ изменил ключевую ставку, установив ее в размере 7,75% годовых. Решением Правления Кооператива (протокол № 04 от 15.12.2017) в Кооперативе были утверждены условия привлечения личных сбережений (займов) пайщиков, размеры начислений и выплат по ним года, в котором по виду взноса среднесрочный со сроком на 24 месяца размер начислений % годовых составляет 13,5 % годовых.

В рамках дела установлено, что решением Правления Кооператива (протокол № 04 от 15.12.2017) в Кооперативе были утверждены условия привлечения личных сбережений (займов) пайщиков, где размеры начислений и выплат по ним составили 13,5% годовых.

Таким образом, рекламный модуль в выпуске газеты от 23.01.2018 № 3 должен был содержать рекламу, с указанием размера начислений % годовых не превышающую сумму в 13,5%, поскольку средства пайщиков на момент распространения рекламы, не могли привлекаться по ставке выше, чем, 13,5%.

При этом реклама содержала текст, с содержанием недостоверной информации: " Всю зиму до 15,5 % годовых по вкладам".

18.12.2017 Центральный банк РФ изменил ключевую ставку, установив ее в размере 7,75 % годовых.

В связи с чем, максимальный размер процентов не должен был превышать 13,95 % годовых.

Таким образом, указание в рекламной информации в выпуске газеты от 06.02.2018 "Всю зиму до 15,5 % годовых по вкладам" превосходит ограничения, установленные Центральным банком РФ.

В данном случае, существенной является не только информация привлекательная для потребителей, но и

информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы финансовых услуг, не обладающих специальными познаниями в сфере деятельности КПК.

По факту изложенной в рекламе информации, в связи с указанием привлечения средств пайщиков по ставке 15,5 % годовых, КПК "Приволжский" сослался на допущение в рекламном модуле технической ошибки непосредственно работником кооператива на момент направления его в издательство газеты.

При этом, в рассматриваемой рекламе существенная для потребителей информация о том, что рекламируемыми финансовыми услугами могут воспользоваться только члены кооператива, а также информация о необходимости уплаты паевого взноса, и об обязанности члена кредитного кооператива (пайщика) солидарного несения субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кредитного кооператива (пайщиков), отсутствует.

В соответствии с ч.3 ст. 11 "Порядок приема в члены кредитного кооператива (пайщики)" Закона о кооперации установлено, что членство в кредитном кооперативе возникает на основании решения правления кредитного кооператива со дня внесения соответствующей записи в реестр членов кредитного кооператива (пайщиков). Такая запись в реестр членов кредитного кооператива (пайщиков) вносится после уплаты обязательного паевого взноса, а также после уплаты вступительного взноса в случае, если внесение вступительного взноса предусмотрено уставом кредитного кооператива.

Согласно требованиям п. 7.2.4 Устава КПК "Приволжский" установлено, что лицо, претендующее на вступление в члены (пайщики) Кооператива оплачивает в обязательном порядке обязательный паевый взнос и вступительный взнос. Таким образом, информация, установленная требованиями законодательства о том, что кредитный кооператив оказывает услуги исключительно членам кредитного кооператива (пайщикам), что пайщики кооператива солидарно с другими членами кооператива несут субсидиарную ответственность по обязательствам кооператива в пределах невнесенной части дополнительного взноса, в том числе, необходимости уплаты взносов при вступлении в кооператив, в спорной рекламе отсутствует.

Согласно [пункту 2 части 2 статьи 28](#) Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

При этом, доведение рекламодателем до всеобщего сведения неопределенного круга лиц (потребителей рекламы) существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из потребителей рекламы воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

В силу требований статьи 6 Принципов предоставления информации рекламного характера о деятельности кредитного кооператива "Базового стандарта защиты прав и интересов физических и юридических лиц - получателей финансовых услуг, оказываемых членами саморегулируемых организаций в сфере финансового рынка, объединяющих кредитные потребительские кооперативы", утвержденного Банком России от 14.12.2017 установлено следующее.

1. Основными принципами предоставления информации рекламного характера являются добросовестность и достоверность сообщаемых сведений.

2. Информация рекламного характера должна быть оформлена таким образом, чтобы не злоупотреблять доверием получателей финансовой услуги и (или) не эксплуатировать недостаток у получателя финансовой услуги опыта и знаний.

3. Информация рекламного характера не должна содержать каких-либо текстовых, звуковых или визуальных обращений или заявлений, которые прямо или косвенно, посредством замалчивания, двусмысленности или преувеличения, могут ввести получателя финансовой услуги в заблуждение, в частности, в отношении условий финансовой услуги, которые могут повлиять на выбор получателя финансовой услуги.

4. Кредитный кооператив в материале рекламного характера обязан указывать следующую информацию:

1) об обязанности члена кредитного кооператива (пайщика) солидарного несения субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кредитного кооператива (пайщиков) в следующих случаях:

1.1. размещение рекламы с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» («онлайн реклама»);

1.2. раскрытие информации о процентных ставках по договору передачи личных сбережений и договору займа.

2) о том, что кредитный кооператив оказывает услуги исключительно членам кредитного кооператива (пайщикам).

Таким образом, поскольку рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителя желания воспользоваться рекламой финансовых услуг, то существенной является не только информация привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе отсутствует менее привлекательная, но существенная для потребителей рекламы информация - все остальные условия, определяющие возможность использования

предлагаемых услуг.

Необходимость уплаты пайщиками при вступлении в КПК обязательного паевого взноса предусмотрена пунктом 11 части 3 статьи 1 Закона о кооперации и закреплена в уставе КПК.

Кроме того, в соответствии с пунктом 8 части 3 статьи 1 Закона о кооперации уставом КПК предусмотрена необходимость уплаты пайщиками при вступлении в КПК вступительного взноса.

Таким образом, существенная для потребителей информация о необходимости уплаты взносов при вступлении в кооператив и обязательного паевого взноса не доводится до сведения потребителей.

В то время как данные условия являются существенными и не должны умалчиваться в рекламе.

Таким образом, установленные обстоятельства указывают на нарушение [пункта 2 части 2 статьи 28](#) Закона о рекламе, в силу которой реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Проанализировав вышеуказанную рекламу КПК "Приволжский", размещаемую в выпусках газеты "Пенсионер Чувашии" от 23.01.2018 № 3, от 06.02.2018 № 5, Комиссия приходит к следующему выводу.

В связи с отсутствием в рекламе существенной для потребителя информации - всех условий, определяющих, в частности, рекламу финансовых услуг кооператива и предоставлением недостоверной информации деятельности кооператива, данная реклама противоречит требованиям ч. 7 ст. 5, [п. 20 ч. 3 ст. 5](#) п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с [ч. 6 ст. 38](#) Закона о рекламе, ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5, [п. 20 ч. 3 ст. 5](#) п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно [ч. 5 ст. 3](#) Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание лицо.

С учетом установленных обстоятельств, рекламодателем рассматриваемой рекламы является Кредитный потребительский кооператив "Приволжский" (ИНН 2130191430).

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что рамках дела установлено о не распространении в настоящее время рассматриваемой рекламы, Комиссия приходит к выводу об отсутствии оснований для выдачи КПК "Приволжский" предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения Закона

о рекламе,
Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу КПК "Приволжский", распространяемую в выпусках газеты "Пенсионер Чувашии" от 23.01.2018 № 3, от 06.02.2018 № 5, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, [п. 20 ч. 3 ст. 5](#) п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Признать КПК "Приволжский" нарушившим требования ч. 7 ст. 5, [п. 20 ч. 3 ст. 5](#) п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе.

3. Не выдавать КПК "Приволжский" предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении КПК "Приволжский".

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»