

ПАО «Мегафон»

Оружейный пер., д. 41,

г. Москва, 127006

ООО «ЗОЖ»

Партийный пер., д. 1, корп. 57,

стр. 3, ком. 30,

г. Москва, 115093

РЕШЕНИЕ

«23» января 2018 г. г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-18-216/77-17, возбужденное по факту распространения на телефонный номер +<...> посредством СМС сообщения рекламы:

«Нам год! 2 фитнес-карты по цене 1+подарки, бонусы. До 31 мая 84953574737», поступившего 29.05.2017 в 14:40 от отправителя «AQUAFIRST»;

«Все лето в подарок уже сегодня! Фитнес-акция года 84953574737 aqqua1.ru», поступившего 01.06.2017 в 12:06 от отправителя «AQQUAFIRST»;

«ТОЛЬКО 3 ДНЯ! ФИТНЕС+25м.БАССЕЙН+ПАРКОВКА. 24900р. 15мес! 84953574737», поступившего 29.06.2017 в 17:05 от отправителя «AQQUAFIRST»;

«BLACK FRIDAY сегодня с22! Фитнес карта -55%!Бронь;84953574737 СПЕШИТЕ!», поступившего 13.07.2017 в 14:07 от отправителя «AQQUAFIRST»;

«Только до25.08 фитнес-карта от 14500!Финальная акция лета! 84953574737», поступившего 21.08.2017 в 15:47 от отправителя «AQQUAFIRST»,

с признаками нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в отсутствие представителей ПАО «Мегафон», ООО «ЗОЖ» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-18-216/77-17 возбуждено в отношении ПАО «Мегафон». ООО «ЗОЖ» на основании обращения физического лица по факту распространения на телефонный номер <...> посредством СМС сообщения рекламы:

«Нам год! 2 фитнес-карты по цене 1+подарки, бонусы. До 31 мая 84953574737», поступившего 29.05.2017 в 14:40 от отправителя «AQQUAFIRST»;

«Все лето в подарок уже сегодня! Фитнес-акция года 84953574737 aqqua1.ru», поступившего 01.06.2017 в 12:06 от отправителя «AQQUAFIRST»;

«ТОЛЬКО 3 ДНЯ! ФИТНЕС+25м.БАССЕЙН+ПАРКОВКА. 24900р. 15мес! 84953574737», поступившего 29.06.2017 в 17:05 от отправителя «AQQUAFIRST»;

«BLACK FRIDAY сегодня с22! Фитнес карта -55%!Бронь;84953574737 СПЕШИТЕ!», поступившего 13.07.2017 в 14:07 от отправителя «AQQUAFIRST»;

«Только до25.08 фитнес-карта от 14500!Финальная акция лета! 84953574737», поступившего 21.08.2017 в 15:47 от отправителя «AQQUAFIRST». с признаками нарушения части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ПАО «Мегафон» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 15.07.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027809169585, ИНН 7812014560, КПП 770601001.

ООО «ЗОЖ» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 05.07.2016 за основным государственным регистрационным номером 1167746627806, ИНН 7725322382, КПП 772501001.

Согласно материалам дела № 3-18-216/77-17 рассматриваемая реклама поступила .

Поступление указанной рекламы на номер телефона +<...> подтверждается фотографиями экрана мобильного телефона, содержащими текст рассматриваемых сообщений, а также латентизированной выпиской от оператора связи, представленной заявителем в материалы дела.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126 ФЗ «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: электросвязь – любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер распространенного смс-сообщения.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

В тексте рекламы отсутствуют персональные данные лица, на

восприятие которого направлена распространенная информация. Реклама не содержит в себе указания на конкретного адресата. В связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

В материалы дела не представлено доказательств направления спорного смс-сообщения исключительно в адрес одного физического лица — заявителя.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из текста сообщения, в котором содержатся информация об акциях, проводимых фитнес-центром, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки смс-сообщений на номер телефона <...>, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством смс-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из текста информационного сообщения не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого оно направлено; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 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. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного

рекламораспространителя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы.

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.

Подтверждения наличия согласия абонента телефонного номера <...> на получение рекламы сторонами по делу не представлено.

Каких-либо документов, свидетельствующих об объективной невозможности получения ПАО «Мегафон», ООО «ЗОЖ» информации о наличии либо отсутствие согласия гражданина, подавшего обращение в Московское УФАС России, на распространение рекламы, лицами, участвующими в деле, также не представлено.

Исходя из материалов дела № 3-18-216/77-17, указанная реклама распространялась на основании Договора об оказании услуг связи № CSN-54944127 от 07.03.2017, заключенного между ПАО «Мегафон» и ООО «ЗОЖ».

В рамках указанного договора ООО «ЗОЖ» подало заявления на подключение услуги «Мобильное информирование Лайт» от 24.03.2018.

В соответствии с Условиями оказания услуги «Мобильное информирование Лайт» (далее — Условия), под услугой «Мобильное информирование Лайт» понимается деятельность оператора по рассылке SMS/MMS сообщений, содержащих рекламно-информационные материалы ООО «ЗОЖ», от ООО «ЗОЖ» до оборудования связи ПАО «Мегафон», а также деятельность ПАО «Мегафон» по размещению рекламно-информационных материалов корпоративного клиента среди абонентов иных операторов связи России в каналах коммуникации.

Согласно пункту 2.2. при размещении рекламно-информационных материалов среди конечных получателей из перечня абонентский номеров ООО «ЗОЖ» посредством интерфейса отправляет ПАО «Мегафон» заявку в срок не позднее, чем за 3 (три) рабочих дня до планируемой даты размещения.

В соответствии с пунктом 5.1 Условий, ПАО «Мегафон» имеет право не принимать к размещению рекламно-информационные материалы, незамедлительно прекращать размещение рекламно-информационных материалов или ограничить возможность использования ООО «ЗОЖ» какой-либо индивидуальной подписи отправителя если рекламно-информационных материалов не соответствуют действительности, требованиям действующего законодательства Российской Федерации, внутренним стандартам ПАО «Мегафон», могут нанести ущерб деловой репутации ПАО «Мегафон»; не получено либо отозвано согласие конечного получателя на получение рекламы.

Согласно пункту 5.11 Условий, ООО «ЗОЖ» до размещения рекламно-информационных материалов среди конечных получателей из перечня абонентских номеров ООО «ЗОЖ» обязан получить согласие конечного получателя на получение рекламно-информационных материалов посредством SMS/MMS-сообщений от ООО «ЗОЖ».

В соответствии с пунктом 5.13 Условий, в случае размещения рекламно-информационных материалов среди конечных получателей из перечня абонентских номеров ООО «ЗОЖ» ООО «ЗОЖ» обязано в течении 3 рабочих дней со дня момента получения требования ПАО «Мегафон» предоставить документальное подтверждение предварительного согласия конечного

получателя на получение рекламно-информационных материалов посредством SMS/MMS-сообщений от ООО «ЗОЖ».

Исходя из анализа упомянутых положений договоров представляется возможным сделать вывод о том, что распространение смс-сообщений осуществляется путем их передачи от ООО «ЗОЖ» к ПАО «Мегафон» в целях непосредственного доведения таких сообщений до их конечных получателей.

Таким образом, каждое лицо, участвующее в деле, является неотъемлемой частью правоотношений, складывающихся в процессе передачи смс-сообщений конечным потребителям. Отсутствие любого из них в этих правоотношениях сделает распространение указанных сообщений невозможным.

Согласно статье 309 ГК РФ, обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований — в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» в настоящем случае не предприняли достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Кроме того, исходя из положений договоров, следует, что субъекты приняли на себя обязанность по соблюдению требований законодательства Российской Федерации, в том числе законодательства о рекламе, при распространении рекламных сообщений, а также по осуществлению отправки сообщений только тем пользователям, которые выразили свое согласие на их получение.

В этой связи действия лиц, участвующих в деле, противоречат ранее приведенным положениям договоров и, кроме того, не имеют правового значения, поскольку данные лица были осведомлены о цели использования предоставляемых ими услуг, а именно о рассылке смс-сообщений информационного и рекламного характера неопределенному кругу лиц.

Обратного ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» не доказано, в связи с чем не представляется возможным говорить о том, что на Общества не могут быть возложены обязанности, предъявляемые к рекламодателям. Дополнительным квалифицирующим признаком является также и то, что заявителем направлялось заявление в адрес рекламодателя с требованиями прекратить рекламную рассылку на его телефонный номер.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Желание лиц, участвующих в деле, получать обусловленную договором плату за оказание услуг по передаче смс-сообщений, в том числе, рекламного характера и при этом избегать ответственности за нарушение законодательства о рекламе при их передаче представляет собой исключительное злоупотребление правом, которое в силу части 2 статьи 10 ГК РФ не подлежит защите.

Кроме того, согласно части 1 статьи 2 Гражданского кодекса Российской Федерации, предпринимательская деятельность направленная на систематическое извлечение прибыли осуществляется субъектом на свой

риск. Право общества на осуществление предпринимательской деятельности не должно нарушать права и интересы лица, не изъявившего желание получать рекламные сообщения.

В этой связи, заключив вышеупомянутый договор ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» приняли на себя все обязательства по указанному договору (в том числе по направлению сообщений только лицам, изъявившим согласие на их получение) со всеми вытекающими правовыми последствиями их исполнения, в том числе и в случае, когда исполнение этих обязательств нарушает требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению смс-сообщений до их конечных получателей осуществлены лицами, участвующими в деле, а также то, что они были осведомлены относительно передаваемых сообщений и о цели оказания ими соответствующих услуг, в данном случае имеются все основания считать ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» рекламодателями в понимании пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение рекламы на телефонный номер <...> с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе от отправителя «AQUAFIRST» является ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несут рекламодатель и рекламодатель.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

При этом законодательно установленное определенное распространение рекламы не поставлено в зависимость от обязательной осведомленности им относительно ее содержания.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что распространение рассматриваемой рекламы на телефонный номер <...> осуществлено в силу имеющихся между ООО «ЗОЖ» и ПАО «Мегафон» гражданско-правовых отношений.

Каждый из хозяйствующих субъектов осуществил конкретное фактическое действие, в силу и исключительно в совокупности которых рассматриваемая реклама была доставлена конечному адресату — заявителю. В случае отсутствия последовательности вышеуказанных действий данными лицами рассматриваемое сообщение не достигло бы конечного адресата — потребителя рекламы. На основании изложенного, ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» являются рекламодателями рекламы:

«Нам год! 2 фитнес-карты по цене 1+подарки, бонусы. До 31 мая 84953574737», поступившего 29.05.2017 в 14:40 от отправителя «AQUAFIRST»;

«Все лето в подарок уже сегодня! Фитнес-акция года 84953574737

ааqua1.ru», поступившего 01.06.2017 в 12:06 от отправителя «AQUAFIRST»;

«ТОЛЬКО 3 ДНЯ! ФИТНЕС+25м.БАССЕЙН+ПАРКОВКА. 24900р. 15мес! 84953574737», поступившего 29.06.2017 в 17:05 от отправителя «AQUAFIRST»;

«BLACK FRIDAY сегодня с22! Фитнес карта -55%!Бронь:84953574737 СПЕШИТЕ!», поступившего 13.07.2017 в 14:07 от отправителя «AQUAFIRST»;

«Только до25.08 фитнес-карта от 14500!Финальная акция лета! 84953574737», поступившего 21.08.2017 в 15:47 от отправителя «AQUAFIRST».

Объективных доводов, свидетельствующих о невозможности соблюдения требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе, в том числе в части нераспространения рекламы, законной по содержанию, но не по способу распространения потребителю рекламы, ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» не представлено. Более того, такая возможность напрямую следует из совокупности прав и обязанностей, принятых на себя сторонами в силу соглашений (договоров).

Ссылки лиц, участвующих в деле, на Федеральный закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее — Закон о связи), в частности на тот факт, что данным законом исключается ответственность оператора связи за рассылку его клиентами смс-сообщений, не соответствующих требованиям закона и условиям договора, не может быть приняты Комиссией Московского УФАС России в связи со следующим.

Согласно части 3 статьи 3 Закона о связи, отношения в области связи, не урегулированные Законом о связи, регулируются другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в области связи.

Так отношения по распространению посредством средств связи рекламной информации регулируется законодательством Российской Федерации о рекламе, в том числе в части ответственности лиц, признаваемых рекламодателями.

Нормы Закона о связи сами по себе не исключают ответственность того или иного лица в соответствии с Законом о рекламе.

Как установлено выше, лицами, участвующими в деле, осуществляется предпринимательская деятельность по осуществлению смс-рассылок, в том числе рекламного характера, подпадающих под понятие СПАМ. Осуществление любого рода деятельности с целью извлечения прибыли влечет за собой определенные последствия, включая набор определенных рисков.

Субъект договорных отношений, предполагая возможность нарушения контрагентом законодательства Российской Федерации, ответственность за которое будет нести он, может включить в договор условия о компенсации понесенных убытков. Однако, данные положения договора лишь регулируют взаимоотношения между лицами, заключившими такой договора, но не могут влиять на привлечение таких лиц к ответственности за нарушения законодательства Российской Федерации.

Таким образом, лица, участвующие в настоящем деле, в рамках рассмотрения данного дела признаются рекламодателями, а равно несут ответственность, предусмотренную Законом о рекламе для данного субъекта правоотношений.

Иное фактически выводило бы такого важного участника распространения рекламы по сетям электросвязи как оператор связи из под обязанности по соблюдению Закона о рекламе лишь на основании наличия соответствующей лицензии.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на телефонный номер <...> от отправителя «AQUAFIRST», без предварительного согласия абонента на ее получение.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, в материалы дела не представлено.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» нарушившими часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на телефонный номер <...> посредством смс-сообщения рекламы:

«Нам год! 2 фитнес-карты по цене 1+подарки, бонусы. До 31 мая 84953574737», поступившего 29.05.2017 в 14:40 от отправителя «AQUAFIRST»;

«Все лето в подарок уже сегодня! Фитнес-акция года 84953574737 aqua1.ru», поступившего 01.06.2017 в 12:06 от отправителя «AQUAFIRST»;

«ТОЛЬКО 3 ДНЯ! ФИТНЕС+25м.БАССЕЙН+ПАРКОВКА. 24900р. 15мес! 84953574737», поступившего 29.06.2017 в 17:05 от отправителя «AQUAFIRST»;

«BLACK FRIDAY сегодня с22! Фитнес карта -55%!Бронь;84953574737 СПЕШИТЕ!», поступившего 13.07.2017 в 14:07 от отправителя «AQUAFIRST»;

«Только до25.08 фитнес-карта от 14500!Финальная акция лета! 84953574737», поступившего 21.08.2017 в 15:47 от отправителя «AQUAFIRST», без согласия абонента на её получение.

2. Выдать ООО «ЗОЖ», ПАО «Мегафон» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

Исполнитель: <...>

тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. <...>)