

## РЕШЕНИЕ по делу № 06-03-12/26

21 ноября 2012 года  
Мурманск

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

рассмотрев материалы дела №06-03-12/26 от 31.10.2012г. по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии представителя филиала ЗАО «Издательский дом «Комсомольская правда» <П...> по доверенности б/н от 19 ноября 2012 года, и в отсутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе индивидуального предпринимателя Волковой О.Г.<...>, не получает корреспонденцию, индивидуального предпринимателя Голоцван Нелли Васильевны (<...>)

### УСТАНОВИЛА:

В адрес управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение гражданки <З...> по поводу рекламы «Бальзам Егерь», распространявшейся в газете «Комсомольская правда» от 23.08.2012 г на странице 14 с признаками нарушения рекламного законодательства.

В № 34-т (25937-т) от 23-30 августа 2012 года на стр.14 еженедельной газеты «Комсомольская правда» распространялась рекламная статья следующего содержания:

*«...Бальзам «Егерь» - настоящий природный эликсир здоровья, долголетия и красоты. Результаты его использования заметны уже в первые дни, отмечается очевидное улучшение состояния здоровья, особенно при острых формах заболеваний. Ярко выраженный эффект наблюдается при повторной схеме приема через 2-3 месяца. Наблюдения различных врачей о своих выздоравливающих пациентах весьма интересные. Вот их мнения. Нормализует внутричерепное давление, в результате исчезают звон в ушах и голове, улучшает слух, зрение, в том числе при глаукоме. Благодаря такому воздействию регулярно и практически полностью обновляет кровь, восстанавливается эластичность капилляров, что*

*благоотворно влияет на сердечнососудистую систему, давление, ишемию, стенокардию и внутренние органы человеческого организма. Новый шаг в терапии мочеполовых органов: нормализуется работа репродуктивной системы, помогает при аденоме, простатите и эрозии шейки матки. Уникальная методика позволяет очень быстро получить очевидные результаты, как при ангине, бронхите, астме, так и в устранении самых сложных инсультов, болезни мозга и нервной системы, сахарном диабете, болезнях Паркинсона и Альцгеймера, слабоумии...»*

**Далее идут заметки многочисленных людей об излечении от болезней при помощи бальзама «Егерь», а также мнение врачей.** Пишет <Б...>: «После приема «Егеря» перестали мучить адские головные боли, не болят суставы и печень...»; <В...>: «Цирроз печени, хронический панкреатит, язва желудка, холецистит, простатит и т.д. Результат: с печенью порядок, язвы просто нет, геморрой исчез, стул нормализовался, в мужском плане просто класс!»; <Н...>: «...Давление нормализовалось, прошла отдышка и грыжа окольцевалась...» и т.д.

В соответствии со статьей 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.

Согласно пункту 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Согласно пункту 4 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование **образов медицинских и фармацевтических работников**, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его потребительских свойствах.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе **ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.**

Рекламная статья «*Бальзам Егерь*», размещенная в газете «Комсомольская правда» от 23.08.2012 г на странице 14 , содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве: предназначена для неопределенного круга лиц; преследуют строго заданные цели информирования и продвижение продукции - «*Бальзам Егерь*», побуждает воспользоваться данным продуктом.

Объектом рекламирования является продукт «*Бальзам Егерь*».

«**Бальзам Егерь**» отсутствует в государственном реестре лекарственных средств (в сети Интернет <http://grls.rosminzdrav.ru>) и в Федеральном реестре биологически активных добавок к пище (в сети Интернет <http://obad.ru>).

Согласно представленных документов «*Бальзам «Егерь»*», произведен в г. Перми ООО «РусьМед». Сертификат соответствия №РОСС RU.АГ66.Н00035 от 21.05.2012 года, выдан на продукцию Медовый бальзам «Егерь» и соответствует требованиям нормативных документов СанПин 2.3.2.1078-01(Прил.1, индекс 1.5.6), ГОСТ Р 51074-2003 разд.3, п.4.20.

ГОСТ Р 51074-2003 разд.3, п.4.20. стандарт распространяется на пищевые продукты отечественного и зарубежного производства, фасованные в потребительскую тару, реализуемые на территории Российской Федерации в оптовой и розничной торговле, поставляемые предприятиям общественного питания, школам, детским, лечебным учреждениям и другим предприятиям, непосредственно связанным с обслуживанием потребителей, и устанавливает общие требования к информации о них для потребителя.

Согласно пункту 4.20 ГОСТа настоящая продукция «*Бальзам «Егерь»*» относится к продуктам пчеловодства.

Согласно представленным материалам «*Бальзам «Егерь»*» не является биологической активной добавкой к пище и лекарственным препаратом.

Однако в рекламной статье «Бальзам «Егерь» говорится о многочисленных случаях излечения людей от широкого спектра заболеваний, ссылаются на мнение врачей, рекомендуются курсы приема : « *Наблюдения различных врачей о своих выздоравливающих пациентах весьма интересные. Вот их мнения. Нормализует внутричерепное давление, в результате исчезают звон в ушах и голове, улучшает слух, зрение, в том числе при глаукоме. Благодаря такому воздействию регулярно и практически полностью обновляет кровь, восстанавливается эластичность капилляров, что благотворно влияет на сердечнососудистую систему, давление, ишемию, стенокардию и внутренние органы человеческого организма. Новый шаг в терапии мочеполовых органов: нормализуется работа репродуктивной системы, помогает при аденоме, простатите и эрозии шейки матки. Уникальная методика позволяет очень быстро получить очевидные результаты, как при ангине, бронхите, астме, так и в устранении самых сложных инсультов, болезни мозга и нервной системы, сахарном диабете, болезнях Паркинсона и Альцгеймера, слабоумии...»*

Образ – форма отражения в сознании объекта материального мира.

В данном случае у потребителя рекламы формируется впечатление присутствие образа врача, который высказывает свое положительное мнение по поводу продукта «Бальзам Егерь».

Согласно пункту 4 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование **образов медицинских и фармацевтических работников**, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 22.06.1998 года № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» лекарственные средства - это вещества, применяемые для профилактики, диагностики, лечения болезни, предотвращения беременности, полученные из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животного, растений, минералов, методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся также вещества растительного, животного или синтетического происхождения, обладающие фармакологической активностью и предназначенные для производства и изготовления лекарственных средств (фармацевтические субстанции).

Согласно статье 19 Федерального закона от 22.06.1998 года № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» лекарственные средства могут производиться,

продаваться и применяться на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы федеральным органом исполнительной власти, в компетенцию которого входит осуществление государственного контроля и надзора в сфере обращения лекарственных средств.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 30.10.2006 года № 736 утвержден административный регламент Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по исполнению государственной регистрации лекарственных средств. В соответствии с этим регламентом документом, подтверждающим факт государственной регистрации лекарственного средства, является регистрационное удостоверение.

Таким образом, закон предусматривает, что **именно лекарственные средства могут применяться для профилактики, диагностики и лечения болезни.**

Указанный в рекламе продукт «Бальзам Егерь», как лекарственное средство не зарегистрировано, то есть лекарственным средством не является, что исключает возможность указания в рекламе на его лечебное, профилактическое и иное восстановительное воздействие на организм человека, в связи с чем, отсутствуют правовые основания для распространения иных сведений об указанном продукте, кроме как имеющихся в сертификате соответствия на рекламируемый продукт.

Согласно пункту 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его потребительских свойствах.

Комиссия Мурманского УФАС России, изучив рекламную статью, полагает, что текст рекламного сообщения свидетельствует о намерении рекламодателя привлечь внимание покупателей к рекламируемому продукту именно как к средству лекарственного воздействия на организм человека, т.к. в рекламе содержатся ссылки на конкретные случаи улучшения состояния здоровья человека в результате применения продукта «Бальзам Егерь».

Газета «Комсомольская Правда» зарегистрирована как средство массовой информации, о чем выдано свидетельство о государственной регистрации ПИ «712692 от 17.05.2002г.. Учредителем газеты является ЗАО «Издательский дом «Комсомольская правда»» (далее -Общество).

Издание региональной вкладки осуществляет Мурманский филиал ЗАО «Издательский дом «Комсомольская правда». В соответствии с Положением о Мурманском филиале, филиал осуществляет деятельность от имени Общества. В соответствии с доверенностью от 06.02.2012г. выданной директору Мурманского филиала, директор имеет право вести дела от имени и в интересах ЗАО «ИД»Комсомольская правда».

Мурманский филиал ЗАО «ИД»Комсомольская правда» заключил договор б/н от 01.01.2012г. с ИП Голоцван на размещение рекламы«Бальзам Егерь».

Согласно предмету договора Мурманский Филиал закрытого акционерного общества «Издательский дом «Комсомольская правда» принимает на себя обязательства оказывать услуги ИП Голоцван Нелли Васильевне по размещению рекламных материалов в печатных СМИ. Кроме того в представленных материалах имеется заявка ИП Голоцван Н.В. и счет №MUR00002862 от 16.08.2012г. оформленный на покупателя услуг: ИНН 616832147746, ИП Голоцван Нелли Васильевны, <...>. Акт об оказании услуг №MUR00008236 от 23 августа 2012 года подписан без претензий к объему, качеству, срокам и заверен печатью индивидуального предпринимателя Голоцван Н.В.

На рассмотрение данного дела ИП Голоцван Н.В. не явилась, но представила Комиссии запрашиваемые определением о возбуждении дела № 06-03-12/26 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 31.10.2012 г. документы и письменные объяснения (от 20.11.2012г. вх. № 7056).

ИП Голоцван Н.В. в своем письме пояснила, что она не является рекламодателем и не является рекламопроизводителем. Она занимается подбором печатных СМИ для размещения рекламы по запросу рекламодателя. Данная реклама размещается только в печатных СМИ.

Как сказано в письменном объяснении размещает указанную рекламу ИП Волкова О.Г. при помощи рекламного агентства, которое представляет ИП Голоцван Н.В.

ИП Голоцван Н.В. представила договор об оказании рекламных услуг № 22 от 01.10.2011г. заключенный между ИП Волковой О.Г. и ИП Голоцван Н.В., в соответствии с которым ИП Голоцван Н.В.(Исполнитель) принимает на себя обязательства оказывать услуги по размещению рекламных материалов ИП Волковой О.Г. (Заказчику) в печатных СМИ.

Согласно пункту 2.2.1. договора № 22 от 01.10.2011 Исполнитель самостоятельно без предварительного согласия с Заказчиком имеет право внести в оригинал-макет Заказчика информацию, обязательную к опубликованию, согласно действующему законодательству Российской Федерации.

Согласно пункту 2.2.2. указанного договора исполнитель имеет право отказать в приеме оригинал – макета в том случае, если оригинал-макет, по мнению Исполнителя противоречит действующему Российскому законодательству.

Однако <Г...> пренебрегла требованиям Закона о рекламе и разместила оригинал-макеты с нарушением рекламного законодательства.

Представитель Мурманского Филиала закрытого акционерного общества «Издательский дом «Комсомольская правда» в ходе заседания сообщил, что рекламодатель ИП Голоцван Н.В. сознательно шли на нарушения Закона о рекламе.

Сотрудники газеты «Комсомольская правда» неоднократно предупреждали ИП Голоцван Н.В. о том, что их рекламные статьи содержат признаки нарушения рекламного законодательства и что ответственность за данные нарушения несет рекламодатель. Однако рекламодатель настаивал на первоначальном тексте макета рекламы и не предпринимал мер для предотвращения нарушения.

Согласно материалов дела ИП Голоцван Нелли Васильевна определила содержание рекламы и сознательно разместила рекламную статью «Бальзам Егерь» в № 34-т (25937-т) от 23-30 августа 2012 года на стр.14 еженедельной газеты «Комсомольская правда» с нарушением пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 и пункта 4 части 5 статьи 5 Закона о рекламе. А именно продукт пчеловодства позиционировался в рекламе, как лекарственный препарат, помогающий при различных серьезных заболеваниях, при этом использовался образ врача, который высказывал свое положительное мнение.

Комиссия, изучив материалы дела и заслушав пояснения представителя Мурманского Филиала закрытого акционерного общества «Издательский дом «Комсомольская правда», участвующего в рассмотрении, приходит к выводу о том, что рекламная статья «Бальзам Егерь» нарушает требования пункта 6 части 5

статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 и пункта 4 части 5 статьи 5 Федерального Закона о рекламе является недостоверной, ненадлежащей и недобросовестной.

Согласно договору возмездного оказания услуг на размещение рекламы б/н от 01.01.2012г. заказал публикацию рекламы «Бальзам «Егерь», индивидуальный предприниматель Голоцван Нелли Васильевна (<...>), разместил в газете «Комсомольская правда» рекламу заказчика Мурманский Филиал закрытого акционерного общества «Издательский дом «Комсомольская правда».

Рекламораспространителем является ЗАО «ИД «Комсомольская правда» 127287, г. Москва, Петровско-Разумовский Старый проезд, 1/23, стр.1.

В соответствии с пунктом 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 и пункта 4 части 5 статьи 5 Закона возложена на **рекламодателя**.

Согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем является индивидуальный предприниматель Голоцван Нелли Васильевну (<...>).

ИП Голоцван Н.В. имела возможность предотвратить нарушение рекламного законодательства, согласно договору №22 от 01.10.2011г. Голоцван Н.В. самостоятельно без предварительного согласия с Заказчиком имеет право внести в оригинал-макет Заказчика информацию, обязательную к опубликованию, согласно действующему законодательству Российской Федерации, либо отказать в приеме оригинал – макета в том случае, если оригинал-макет, противоречит действующему Российскому законодательству.

Доказательств прекращения ненадлежащей рекламы в заседание Комиссии не представлено.

Согласно статье 1 Закона о рекламе одной из целей данного федерального закона является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требование законодательства не допускать указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники, а также не допускать использование в рекламе образов медицинских работников - служат целям защиты потребителя от недобросовестной рекламной информации, и направлено на охрану здоровья потребителя и соблюдения его Конституционных прав.

**Несоблюдение требований законодательства о рекламе имеет высокую степень общественной опасности, поскольку создаёт предпосылки для возможных злоупотреблений со стороны рекламодателей, распространяющих продукцию, не имеющую ничего общего с лекарственными препаратами, и подвергает опасности здоровье населения.**

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламную статью «Бальзам Егерь» в № 34-т (25937-т) от 23-30 августа 2012 года на стр.14 еженедельной газеты «Комсомольская правда» недобросовестной, ненадлежащей и недостоверной, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 4 части 5 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 и Закона о рекламе.

2. Выдать предписание ИП Голоцван Нелли Васильевна и ЗАО «ИД «Комсомольская правда» о прекращении распространения рекламы с нарушением пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 4 части 5 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях, в отношении ИП Голоцван Н.В.

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в течение трех месяцев со дня изготовления решения в полном объеме.

Резолютивная часть решения объявлена 21.11.2012 года.

Решение в полном объеме изготовлено 29.11.2012 года.

### **ПРЕДПИСАНИЕ о прекращении нарушения**

#### **законодательства Российской Федерации о рекламе по делу № 06-03-12/26**

21.11.2012 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

на основании своего решения от 21.11.2012 года по делу № 06-03-12/26 о признании рекламной статьи: «Бальзам Егерь» в № 34-т (25937-т) от 23-30 августа 2012 года на стр.14 еженедельной газеты «Комсомольская правда» недобросовестной, ненадлежащей и недостоверной, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 4 части 5 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Рекламодателю индивидуальному предпринимателю Голоцван Нелли Васильевне (<...>) прекратить размещение рекламной статьи «Бальзам Егерь» и обеспечить соблюдение требований пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 4 части 5 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе».

А именно, исключить возможность рекламирования продукта пчеловодства «Бальзам Егерь» не зарегистрированного как лекарственное средство с указанием в рекламе на его лечебное, профилактическое и иное восстановительное воздействие на организм человека, с указанием на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения такого продукта, а также прекратить использовать в рекламе не лекарственных средств образы медицинских работников.

2. Исполнить предписание и известить УФАС по Мурманской области до 29 декабря 2012 года.

Предписание оглашено 21.11.2012 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

**ПРЕДПИСАНИЕ о прекращении нарушения законодательства  
Российской Федерации о рекламе по делу № 06-03-12/26**

21.11.2012 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

на основании своего решения от 21.11.2012 года по делу № 06-03-12/26 о признании рекламной статьи: «Бальзам Егерь» в № 34-т (25937-т) от 23-30 августа 2012 года на стр.14 еженедельной газеты «Комсомольская правда» недобросовестной, ненадлежащей и недостоверной, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 4 части 5 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Рекламораспространителю ЗАО «Издательский дом «Комсомольская правда» (127287, г. Москва, Петровско-Разумовский Старый проезд, 1/23, стр.1), Мурманскому Филиалу ЗАО «ИД «Комсомольская правда» (183038, г. Мурманск, ул. Володарского, д.1) прекратить размещение рекламной статьи «Бальзам Егерь», с содержанием макета, представленного ИП Голоцван Н.В. и обеспечить соблюдение требований пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 4 части 5 статьи 5, пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе».

2. Исполнить предписание и известить УФАС по Мурманской области до 29 декабря 2012 года.

Предписание оглашено 21.11.2012года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

