



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы
по Свердловской области**

ул. Московская, 11, г. Екатеринбург, 620014
тел. (343) 377-00-83, факс (343) 377-00-84
e-mail: to66@fas.gov.ru

ООО «Медиагород-плюс»

2-ая Белореченская, 12, г. Серов,
Свердловская обл., 624992

№ _____

На № _____ от _____

РЕШЕНИЕ
по делу № 066/05/14-2923/2021

Резолютивная часть оглашена 01.10.2021

В полном объеме изготовлено 05.10.2021

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,

<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти, член Комиссии,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

рассмотрев дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения 04.06.2021 рекламы в эфире СМИ «Канал-С», содержащей признаки нарушения п. 4 ч. 5 ст. 5, ч. 1, ч. 3 ст. 14 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

при участии в качестве:

- заявителя – Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу, (Управление Роскомнадзора по УрФО) – извещено, не явилось, подключение к видеоконференцсвязи не осуществлено,

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- рекламораспространитель: ООО «Медиагород-плюс» (ОГРН: 1136680000280, ИНН: 6680002050, юр. адрес: 624992, Свердловская обл., г. Серов, ул. 2-я Белореченская, 12) – <...> (директор),

УСТАНОВИЛА:

Дело возбуждено определением от 18.08.2021 на основании сведений, содержащихся в заявлении Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. № 01-17990 от 21.06.2021).

Рассмотрение дела определением от 18.08.2021 назначено на 14.09.2021 в 16 час. 00 мин. с отложением до 01.10.2021 в 11:00. Рассмотрения дела проводились путем видеоконференцсвязи с использованием программы «TrueConf».

При рассмотрении дела установлено следующее.

В Свердловское УФАС России поступило обращение Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. № 01-17990 от 21.06.2021) о превышении общей продолжительности распространяемой в телепрограмме рекламы в течение суток в эфире СМИ «Канал-С» (свидетельство о регистрации СМИ ЭЛ № ТУ 66-01772) за 04.06.2021.

Из обращения следует, что по результатам проведенного Управлением Роскомнадзора по УрФО планового систематического наблюдения в отношении ООО «Медиагород-плюс» по лицензии ТВ № 29874 установлено, что рекламные сообщения в эфире телеканала «Канал-С» **04.06.2021** транслируются в объеме: **01:00:24** – объем вещания в течение суток, **10:22** (17,2%) – объем рекламы.

ООО «Медиагород-плюс» в письменных пояснениях (вх. № 01-25020 от 09.09.2021), а также при рассмотрении дела, сообщило следующее.

04.06.2021 в составе блока новостей «ИКС: информация, комментарии, события» вышел в эфир новостной сюжет о юбилее стоматологической клиники «Персона». Данный сюжет не был оплачен стоматологической клиникой «Персона», так как вышел в эфир в качестве новости о том, что клиника «Персона» является надежным социальным партнером Серовского городского округа, поддерживает реабилитационный центр «Надежда» (долгие годы клиника лечит зубы детям из неблагополучных семей на безвозмездной основе). Также в рамках сюжета вышло поздравление с юбилеем клиники от коллег из сферы здравоохранения. Данный сюжет не был отмечен отбивкой «Реклама», информационным знаком «на правах рекламы», а также сведениями, направленными на привлечения клиентов - таких как фактический или юридический адрес клиники «Персона», часы работы учреждения, телефоны, сайт контакты организации в телекоммуникационной сети «Интернет», слоганом учреждения.

Письмо от руководителя центра «Надежда» в адрес главного редактора СМИ «Канал С» о трансляции поздравления в эфире:





Таким образом, общая продолжительность вещания СМИ «Канал-С» 04.06.2021 не превышала 20% времени вещания в течение часа.

1. с 07.00 по 08.00 объем вещания СМИ «Канал-С» составил 30 мин. 35 сек. Объем рекламы составил 5 мин. 14 сек., что соответствует 16,9% времени вещания в течение часа.

2. С 07:13:59 (1.55) реклама: Старый Хлебозавод, магазин Сантехстройбаза, магазин Доброцен, магазин Реал, компания ООО Стромос-С, магазин «Ковры-паласы»;

3. С 07:24:30 (01.30) реклама: магазин Сантехстройбаза, магазин Доброцен, магазин реал, компания ООО Стромос-С;

4. С 07:27:59 (01.43) реклама магазина «Доброцен»;

5. С 21.00 по 22.00 объем вещания СМИ «Канал-С» составил 21 мин. 24 сек. Объем рекламы составил 4 мин. 1 сек, что соответствует 18,8% времени вещания в течение часа;

6. С 21:10:20 (2.08) реклама: старый хлебозавод, магазин сантехстройбаза, магазин доброцен, магазин реал, компания ООО Стромос-С, магазин «ковры-паласы»;

7. С 21:18:33 (1.53) реклама: старый хлебозавод, магазин сантехстройбаза, магазин доброцен, магазин реал, компания ООО Стромос-С.

Директор ООО «Медиагород-плюс» сообщил, что объем рекламы в течение суток 04.06.2021 превышен на 57 секунд. Директор Общества относительно обстоятельств отсутствия «подводки», озвученной ведущим программы», перед трансляцией сюжета о юбилее стоматологической клиники «Персона» пояснил, что ведущий отказался озвучивать «подводку», а также не знает перед всеми ли сюжетами программы она озвучивается.

ООО «Медиагород-плюс» в письменных пояснениях (вх. № 01-26939 от 30.09.2021), а также при рассмотрении дела, сообщило следующее.

Сюжет про 15-летие клиники «Персона» не является рекламным, так как был изготовлен в рамках взаимодействия с социальным учреждением «Надежда» на безвозмездной основе. Цель сюжета – отметить социально-значимую роль клиники в жизни Серовского городского округа. Клиника «Персона» – это не только учреждение здравоохранения, но и надежный социальный партнер, который ведет активную благотворительную работу, направленную на поддержку социально-незащищённых слоев населения. В данном материале не содержится отбивки «на правах рекламы», а также

знака возрастного ограничения, так как данный сюжет является частью гармонично интегрированного материала в информационную ежедневную программу новостей «ИКС». Кроме того, перечисленные клиники, указанные в определении Свердловского УФАС, не занимаются благотворительной деятельностью на территории Серовского городского округа.

Расчет:

В определении об отложении с продлением срока рассмотрения дела № 066/05/14-2923/2021 указано, что 04.06.2021 объем вещания СМИ «Канал-С» составил 1 час 24 секунды.

Объем рекламы с 07.00 - 08.00 составил: 5 минут 08 секунд.

С 07:13:59 (01.55) реклама: Старый Хлебозавод, магазин Сантехстройбаза, магазин Доброцен, магазин Реал, компания ООО Стромос-С, магазин «Ковры-паласы» С 07:24:30 (01.30) реклама: магазин Сантехстройбаза, магазин Доброцен, магазин Реал, компания ООО Стромос-С С 07:27:59 (01.43) реклама магазина «Доброцен».

С 21.00 по 22.00 объем рекламы составил 4 минуты 1 секунду.

С 21:10:20 (02.08) реклама: Старый хлебозавод, магазин Сантехстройбаза, магазин Доброцен, магазин Реал, компания ООО Стромос-С, магазин «Ковры-паласы»

С 21:18:33 (01.53) реклама: Старый хлебозавод, магазин Сантехстройбаза, магазин Доброцен, магазин Реал, компания ООО Стромос-С

Общий объем рекламы составил 9 минут, 09 секунд, что соответствует 15,1% от общего времени вещания СМИ «Канал-С» - 1ч.,24сек.

Таким образом, продолжительность рекламы в эфире СМИ «Канал-С» 4 июня 2021 года превысила 0,1% времени вещания в течение суток. ООО «Медиагород-плюс» считает данное нарушение настолько ничтожным, что оно не может рассматриваться даже как малозначительное. И не может квалифицироваться как нарушение законодательства о рекламе. Данный факт указывает на предвзятое отношение надзорного ведомства и административное давление на субъект МСП, а именно на ООО «Медиагород-плюс».

ООО «Медиагород-плюс» принято решение о закрытии СМИ «Канал-С» ввиду несоизмеримого со здравым смыслом административным давлением. На основании Постановления Правительства РФ СМИ вошли в отдельный реестр как пострадавшая вследствие пандемии отрасль. В 2020 году банки даже предоставляли СМИ кредиты на специальных условиях, премьер-министр РФ <...> ввел мораторий на проверки субъектов МСП. Но, как видно на практике, надзорные органы в лице Роскомнадзора в буквальном смысле второй год подряд продолжают «терроризировать» ООО «Медиагород-плюс», пытаясь найти нарушения, которые не признал ни один суд, начиная от мирового и заканчивая Арбитражным. Однако, представители Роскомнадзора, видимо боясь гнева вышестоящего руководства, решили пойти дальше, и направили иски в Семнадцатый арбитражный апелляционный суд г. Перми. Данные действия ООО «Медиагород-плюс» квалифицирует как административное давление на субъект МСП, учитывая доказанное судами различных инстанций отсутствие правонарушений в действиях должностных лиц ООО «Медиагород-плюс». В связи с вышеизложенным ООО «Медиагород-Плюс» направлено письмо Заместителю Генерального Прокурора РФ по УрФО с просьбой провести прокурорскую проверку законности действий должностных лиц Управления Роскомнадзора по Уральскому Федеральному округу.

Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующих в деле лиц, Комиссия приходит к следующим выводам.

В Федеральном законе от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об информации) под информацией

понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1 ст. 2), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений (ч. 1 ст. 5). Законодательством Российской Федерации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

Законодательством Российской Федерации, согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации, могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

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 (п. 1 ст. 3 Закона о рекламе).

Объект рекламирования – 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 (п.2 ст.3 Закона о рекламе).

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п. 3 ст. 3 Закон о рекламе).

Из определения понятия «реклама» следует, что для признания информации рекламой она должна одновременно выполнять несколько условий, а именно:

- быть распространенной любым способом, в любой форме;
- быть адресованной неопределенному кругу лиц;
- быть направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования,

формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В данной норме под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена. Соответственно, распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представить вниманию потребителей объект рекламы. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его

на рынке, формировании к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя. Под рекламой следует понимать сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям. Реклама призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения купли-продажи по поводу рекламируемой продукции. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

Материалами дела установлено, что 04.06.2021 в телепрограмме СМИ «Канал-С» (свидетельство о регистрации СМИ Эл № ТУ 66-01772 от 27.05.2019) была распространена следующая реклама:

С 07:12:43 (01:07)	Рекламный сюжет в эфире телепередачи «ИКС» про день рождения стоматологической клиники «Персона»
С 07:13:59 (01:55)	Реклама «Старого хлебозавода», магазина «Сантехстройбаза», магазина «Доброцен», магазина «Реал», компании ООО «Стромос-С», магазина «Ковры-паласы»
С 07:24:30 (01:30)	Реклама магазина «Доброцен», компании ООО «Стромос-С», магазина «Реал», магазина «Сантехстройбаза»
С 07:27:59 (01:43)	Реклама магазина «Доброцен»
С 21:09:04 (01:08)	Рекламный сюжет в эфире телепередачи «ИКС» про день рождения стоматологической клиники «Персона»
С 21:10:20 (02:08)	Реклама «Старого хлебозавода», магазина «Доброцен», магазина «Сантехстройбаза», магазина «Ковры-паласы», магазина «Реал», компании ООО «Стромос-С»
С 21:18:33 (01:53)	Реклама магазина «Доброцен», «Старого хлебозавода», компании ООО «Стромос-С», магазина «Реал», магазина «Сантехстройбаза»

Кроме того, в конце передачи «ИКС» 04.06.2021 в 07:12:43 (длительность сюжета 01:07) и в 21:09:04 (длительность 01:08), распространяется рекламный сюжет про юбилей стоматологической клиники «Персона», который состоит из меняющегося тематического видеоряда, и сопровождается следующим текстовым и словесным описанием:

*ТЕКСТОВАЯ ЧАСТЬ:
«ПЕРСОНА 15 ЛЕТ»*

- **Новейшие технологии** (визуальная демонстрация медицинского оборудования, похожего на микроскоп, за которым сидит человек в белом халате);
- **Постоянное развитие** (фотоизображение людей, похожих на преподавателя и учеников);
- **Социальный вектор** (фотоизображения детских рисунков с тематикой, связанной с лечением зубов);
- **Профессиональная команда** (фотоизображения группы людей в медицинских халатах, стоящих спиной; группы людей в футболках с изображением красных сердец на спине предположительно на фоне здания, в которой располагается стоматологическая клиника «Персона»);
- **Высокий сервис, уютная атмосфера, персональное внимание** (фотоизображение девушек в одинаковой одежде предположительно на ресепшене клиники.).

СЛОВЕСНАЯ ЧАСТЬ:

<...>, главный врач медицинского центра «Дельта-мед»: Уважаемые сотрудники клиники «Персона». От медицинской компании «Дельта-мед» мы поздравляем вас с юбилеем. Желаем крепкого здоровья, исполнения всех желаний, новых инноваций, движения только вперед. С юбилеем!

Воспитанники ГОУ Социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних «Надежда»: день рождения у вас – это раз. Мы волнуемся с утра – это два. Мы поздравить вас пришли – это три. Чистим, чистим, чистим зубы по утрам и вечерам. С юбилеем поздравляем, и сердечки дарим вам. Спасибо (каждый ребенок держит сердце с одной буквой в нем – спасибо).

Данный сюжет формирует интерес к стоматологической клинике «Персона», так как стимулирует интерес к объекту рекламирования, формирует к нему положительное отношение за счет использованных в сюжете словесного описания и видеоряда («Новейшие технологии», «Постоянное развитие», «Социальный вектор», «Профессиональная команда», «Высокий сервис, уютная атмосфера, персональное внимание») и возможности закрепления его образа в памяти потребителя.

ООО «Медиагород-плюс» сообщило, что сюжет про стоматологическую клинику «Персона» является новостным сюжетом с информацией о юбилее стоматологической клиники «Персона». Сюжет изготовлен в рамках взаимодействия с социальным учреждением «Надежда» на безвозмездной основе. Цель сюжета – отметить социально-значимую роль клиники в жизни Серовского городского округа. Данный сюжет является частью гармонично интегрированного материала в информационную ежедневную программу новостей «ИКС».

В связи с чем, комиссия отмечает, что новостной сюжет предполагает четкое донесение до зрителя информации. При этом в данном случае, упоминание о юбилее клиники «Персона» имеется дважды – текст «ПЕРСОНА 15 ЛЕТ» на первых секундах рекламного ролика и в фрагменте ролика, где главный врач медицинского центра «Дельта-мед» произносит фразу: Уважаемые сотрудники клиники «Персона», от медицинской компании «Дельта-мед» мы поздравляем вас с **юбилеем**. Какое-либо упоминание о юбилее клиники помимо указанных случаев отсутствует.

Так, например, в сети «Интернет» имеется следующая информация:

Новости – оперативная информация, которая представляет политический, социальный или экономический интерес для аудитории в своей свежести, то есть сообщения о событиях, произошедших недавно или происходящих в данный момент (Свободная энциклопедия Википедия <https://ru.wikipedia.org/>).

Новостной сюжет – это короткий видеоролик непосредственно с места событий или посвященный предстоящему мероприятию. Новостные сюжеты являются основой многих телевизионных программ, но они часто используются и как отдельные ролики в рамках телепередач и при проведении различных мероприятий (<https://www.videoglobal.ru/>).

«Новостной сюжет» о юбилее стоматологической клиники «Персона», являющейся одной из многих организаций оказывающих подобные стоматологические услуги в г. Серове Свердловской области (согласно информации в сети Интернет, в г. Серове также имеются стоматологические клиники «Ферростом», «Жемчуг», «Логистика», «Клиника семейной стоматологии», «Смайлл», «Дуалис»), не представляет политический, социальный или экономический интерес для зрителя, кроме как заинтересованность в рекламной информации, формирующей интерес к стоматологической клинике «Персона», поддержание такого интереса и продвижения клиники на рынке.

Учитывая указанные обстоятельства, сюжет является завуалированной рекламой стоматологической клиники «Персона» под новостной сюжет.

Согласно **ч. 1 ст. 14 Закона о рекламе**, прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

Рекламный сюжет, распространенный в конце передачи «ИКС» 04.06.2021 в 07:12:43 и в 21:09:04, про юбилей стоматологической клиники «Персона» не предваряется сообщением о последующей трансляции рекламы.

Таким образом, рекламный сюжет про юбилей стоматологической клиники «Персона» распространен в конце передачи «ИКС» 04.06.2021 в 07:12:43 и в 21:09:04 с нарушением требования ч. 1 ст. 14 Закона о рекламе.

В соответствии с **ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе**, *общая продолжительность* распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки» или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы не может превышать **двадцать процентов** времени вещания в течение часа и **пятнадцать процентов** времени вещания в течение суток, за исключением случаев, предусмотренных частями 3.4 и 3.5 настоящей статьи.

Согласно ч. 3.4 ст. 14 Закона о рекламе, в телепрограмме телеканала, который в соответствии с лицензией на вещание распространяется на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации, дополнительная продолжительность совмещения рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки» **не может превышать пять процентов времени вещания в течение часа** сверх общей продолжительности рекламы, предусмотренной частью 3 настоящей статьи.

В информационных и развлекательных телепередачах телеканала, который в соответствии с лицензией на вещание распространяется на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации, дополнительная продолжительность совмещения рекламы с каждой такой телепередачей способом «бегущей строки» не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа сверх продолжительности рекламы в телепрограмме, предусмотренной частями 3 и 3.4 настоящей статьи (ч. 3.5 ст. 14 Закона о рекламе).

Из указанных норм следует, что при определении предельной продолжительности рекламы законодатель исходит из *телепрограммы телеканала*.

Согласно абз. 3 ст. 2 Закона о СМИ, под **средством массовой информации** понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием);

Под **продукцией средства массовой информации** понимается тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск телеканала, радиоканала, радиопрограммы, телепрограммы, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы, отдельный выпуск либо обновление сетевого издания, отдельный выпуск иного средства массовой информации (абз. 6 ст. 2 Закона о СМИ).

Под **телепрограммой** понимается совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год (абз. 5 ст. 2 Закона о СМИ).

Под **телеканалом** понимается сформированная в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность телепрограмм и (или) соответственно иных аудиовизуальных, звуковых сообщений и материалов. **Правила**, установленные настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации для телепрограммы, радиопрограммы, применяются в отношении телеканала, если иное не установлено настоящим Законом (абз. 14 ст. 2 Закона о СМИ).

Согласно абз. 1 ст. 31 Закона о СМИ телевизионное вещание, радиовещание (далее также - вещание) осуществляются вещателем на основании лицензии на вещание, предоставленной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации (далее - лицензирующий орган). Получение лицензии на вещание не требуется в случае, если распространение телеканала или радиоканала осуществляется в неизменном виде по договору с вещателем, имеющим лицензию на вещание телеканала, радиоканала.

Вещатель, являющийся редакцией телеканала или радиоканала, в соответствии с лицензией на вещание вправе осуществлять распространение телеканала или радиоканала на всей территории Российской Федерации в любых средах вещания, в том числе осуществлять наземное эфирное вещание, спутниковое вещание, кабельное вещание (универсальная лицензия).

Вещатель, не являющийся редакцией телеканала или радиоканала, в соответствии с лицензией на вещание вправе осуществлять распространение телеканала или радиоканала на территории Российской Федерации в определенных среде или средах вещания в пределах прав, полученных таким вещателем в установленном порядке от редакции телеканала или радиоканала.

В соответствии с абз. 8 ст. 31 Закона о СМИ в лицензии на телевизионное вещание, радиовещание содержатся:

- 1) сведения, предусмотренные законодательством Российской Федерации о лицензировании отдельных видов деятельности;
- 2) наименование (название) распространяемого телеканала или радиоканала;
- 3) программная направленность телеканала, радиоканала (основные тематические направления вещания - информационный, музыкальный, спортивный и подобные);
- 4) территория распространения телеканала или радиоканала;
- 5) объем вещания (в часах);

6) дата начала вещания;

7) срок действия лицензии на телевизионное вещание, радиовещание, отметка о продлении срока ее действия в случае, предусмотренном статьей 31.4 настоящего Закона;

8) сведения о среде вещания телеканала или радиоканала (наземное эфирное вещание, спутниковое вещание, кабельное вещание, иные среды вещания) в случаях, предусмотренных частью четвертой настоящей статьи;

9) сведения об используемых радиочастотах, о месте установки и мощности используемых передатчиков, позиции телеканала или радиоканала в мультиплексе (за исключением наземного эфирного аналогового вещания), параметры спутникового вещания, программная концепция вещания, заявленная при проведении торгов (конкурса, аукциона), в случаях, предусмотренных частью пятой настоящей статьи.

В соответствии с абз. 2 ст. 27 Закона о СМИ, вещание телеканала, радиоканала должно сопровождаться объявлением (не реже четырех раз в сутки при непрерывном вещании) наименования (названия) телеканала или радиоканала. Каждый выход в эфир телепрограммы, радиопрограммы должен сопровождаться объявлением наименования (названия) телепрограммы или радиопрограммы.

В соответствии с п. 1 абз. 3 ст. 27 Закона о СМИ, каждая копия радио-, теле-, видео- или кинохроникальной программы должна содержать, в том числе наименование (название) программы.

Исходя из анализа приведенных норм следует, что *телепрограмма может* являться как самостоятельным средством массовой информации, так и частью телеканала. При этом сам по себе телеканал также является средством массовой информации. Однако при этом телепрограмма *не может быть совокупностью средств массовой информации*.

Исходя из буквального толкования, ограничения ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе установлены в отношении *времени вещания телепрограммы*, а, следовательно, должны соблюдаться *применительно к продукции (телепрограммам) каждого средства массовой информации* (в том числе телеканала), а не совокупности вещания всех средств массовой информации (телеканалов) в рамках вещания одного эфирного канала.

Вещатель осуществляет формирование телеканала как совокупности телепрограмм, в том числе в рамках средств массовой информации и его распространение на основании лицензии на вещание в рамках определенной сферы вещания и на определенной радиочастоте.

Часть 3 статьи 14 Закона о рекламе не устанавливает предельную продолжительность рекламы ни по отношению к вещателю, ни по отношению к телеканалу, а ограничивает время вещания отдельных телепрограмм.

Таким образом, в случае вещания на одной частоте двух и более средств массовой информации, на вещание которых выдана соответствующая лицензия, объем рекламы в телепрограмме рассчитывается для вещания телепрограмм каждого из них, исходя из времени вещания данного средства массовой информации в определенный промежуток времени.

Соответственно, объем рекламы в каждой телепрограмме, как в средстве массовой информации, не должен превышать двадцать процентов времени вещания в течение часа и пятнадцать процентов времени вещания в течение суток, если такая телепрограмма не зарегистрирована как специализирующаяся на сообщениях и материалах рекламного характера. При этом в объем рекламы, транслирующейся в телепрограмме, включается любая реклама, распространявшаяся в период трансляции данной телепрограммы.

Не допускается изменение операторами связи, оказывающими услуги связи для целей телевизионного вещания и (или) радиовещания (за исключением услуг связи для

целей проводного радиовещания), телеканалов и (или) радиоканалов, включая совокупность теле-, радиoproграмм и (или) иных аудиовизуальных, звуковых, текстовых сообщений и материалов, транслируемых в эксплуатируемых операторами связи сетях, кроме случаев предварительного согласования возможности такого изменения с вещателями телеканалов и (или) радиоканалов и случаев, установленных законодательством Российской Федерации (абз. 7 ст. 25 Закона о СМИ).

Согласно абз. 1 ст. 31.9 Закона о СМИ, лицензиат представляет в лицензирующий орган сведения об операторах связи, осуществляющих трансляцию телеканала, радиоканала по договору с вещателем таких телеканала или радиоканала, и о лицах, распространяющих телеканал, радиоканал в неизменном виде по договору с вещателем таких телеканала или радиоканала, в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

В соответствии со ст. 2 Закона о связи, **оператором связи** признается юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги связи на основании соответствующей лицензии (п. 12); **услугой связи** – деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи или почтовых отправлений (п. 32); **электросвязью** – любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам (п. 35).

Лицензионными условиями осуществления оператором связи деятельности в области оказания соответствующих услуг связи применительно к телевизионному вещанию согласно Перечней лицензионных условий (утв. Постановлением Правительства РФ от 18.02.2005 № 87 «Об утверждении перечня наименований услуг связи, вносимых в лицензии, и перечней лицензионных условий») являются:

1) Для целей эфирного вещания (раздел XVIII) – обеспечение предоставления пользователю:

- а) Приема сигналов программы (программ) телевизионного вещания от вещателей (пп. «а» п. 4);
- б) Трансляции сигналов программы (программ) в эфире (пп. «б» п. 4);

2) Для целей кабельного вещания (раздел XVII) – обеспечение предоставления абоненту:

- а) доступа к сети связи оператора (пп. «а» п. 4);
- б) распространения (доставки) сигналов программ телевизионного вещания по кабельной сети связи до пользовательского (оконечного) оборудования (пп. «б» п. 4).

В отношениях с оператором связи согласно п. 2 Правил оказания услуг связи вещатель может участвовать в качестве пользователя услуг связи, который составляет телепрограммы для их приема неопределенным кругом лиц, и, на основании лицензии на вещание, распространяет их либо обеспечивает их распространение в полной и неизменной форме третьим лицом. В договоре оператора с вещателем согласно п. 38 Правил оказания услуг связи предусматривается прием и передача сигнала телепрограммы до пользовательского (оконечного) оборудования. Вещателю в договоре может быть предусмотрено оказание такой услуги связи, как доставка сигнала телепрограммы до пользовательского (оконечного) оборудования абонента с оплатой этой услуги за счет средств вещателя.

В договоре абонента с оператором согласно п. 15 Правил оказания услуг связи предусматривается доставка сигнала телерадиопрограммы до пользовательского (оконечного) оборудования абонента. При этом в случае, если оказание этой услуги

предусмотрено в договоре оператора с вещателем и за его счет, то в договоре оператора с абонентом условие об оплате этой услуги не предусматривается.

Под сигналом телепрограммы в п. 2 Правил оказания услуг связи понимается электрический сигнал программы телерадиовещания, технологические параметры которого определены вещателем в соответствии с техническими нормами и стандартами.

Условиями осуществления деятельности в области оказания услуг связи в соответствии с п. 9 раздела XVII и п. 8 раздела XVIII Перечня лицензионных условий (утв. Постановлением Правительства РФ от 18.02.2005 № 87 «Об утверждении перечня наименований услуг связи, вносимых в лицензии, и перечней лицензионных условий») соответственно для целей кабельного и эфирного вещания является наличие лицензии (лицензий) на вещание или договоров с лицензиатами-вещателями. При этом указанным требованием исходя из Правил оказания услуг связи обуславливаются только те случаи, когда оператор связи одновременно выполняет функцию вещателя соответственно путем изменения объема транслируемых (доставляемых) программ телевизионного вещания или их содержания.

В рассматриваемом случае, в соответствии с лицензией на осуществление телевизионного вещания телеканала от 12.07.2019 серии ТВ № 29874 ООО «Медиагород-плюс» (ОГРН 1136680000280) осуществляет вещание двух телеканалов: «Канал-С» и «Телеканал 360». СМИ «Канал-С» не зарегистрировано в качестве средства массовой информации, специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера (направления вещания: информационно-аналитическое, информационное, музыкальное). Общий объем вещания телеканала: 168 часов в неделю (из них СМИ «Канал-С» - 13 часов в неделю, СМИ «Телеканал 360» - 155 часов в неделю).

По информации Управления Роскомнадзора по УрФО **04.06.2021** объем вещания СМИ «Канал-С» составил 1 час 24 сек., из которых объем рекламы составил 10 мин. 22 сек. что превышает предельно допустимый объем рекламы **в течение суток (15%)** и составляет 17,2%.

Объем времени вещания СМИ «Канал-С» 04.06.2021 ООО «Медиагород-плюс» не оспаривается.

По результатам *анализа* представленных Управлением Роскомнадзора по УрФО материалов *Свердловским УФАС России* установлено, что объем рекламы в телепрограмме СМИ «Канал-С» **04.06.2021 превышал 20% времени вещания в течение часа:**

- с **07:00 по 08:00** объем вещания СМИ «Канал-С» составил **30 мин. 35 сек.**, объем рекламы составил **6 мин. 22 сек. – 20,8%**;

- с **21:00 по 22:00** объем вещания СМИ «Канал-С» составил **21 мин. 24 сек.**, объем рекламы составил **5 мин. 9 сек. – 24%**.

В то же время установлено, что 04.06.2021 объем вещания СМИ «Канал-С» составил 1 час 24 сек. **в течение суток**, объем рекламы превышал 15% вещания *в течение суток* и составил **11 мин. 24 сек.**, что составляет **18,8%**.

Таким образом, общая продолжительность распространяемой в телепрограмме СМИ «Канал-С» рекламы 04.06.2021:

- с 07:00 по 08:00 превышает допустимые 20% времени вещания *в течение часа* и составляет 20,8%;

- с 21:00 по 22:00 превышает допустимые 20% времени вещания *в течение часа* и составляет 24%;

- *в течение суток* превышает допустимые 15% вещания и составляет 18,8%.

На основании изложенного, **общая продолжительность** распространяемой в телепрограмме СМИ «Канал-С» рекламы 04.06.2021 **превышает установленную частью**

3 статьи 14 Закона о рекламе максимально допустимую продолжительность рекламы в течение суток и в течение часа (с 07:00 по 08:00, с 21:00 по 22:00).

Признаки нарушения п. 4 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе в ходе рассмотрения дела не подтвердились.

Ответственность за нарушение требований, установленных ст. 14 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ТУ 66-01772 учредителем средства массовой информации «Канал-С» является ООО «Медиагород-Плюс».

ООО «Медиагород-плюс» имеет лицензию на осуществление телевизионного вещания ТВ № 29874 от 12.07.2019. В соответствии с приложением № 1 к лицензии №29874 от 12.07.2019 соотношение вещания продукции СМИ «Канал-С» к общему объему вещания – 13 часов в неделю, продукции СМИ «Телеканал 360» – 155 час в неделю.

В соответствии с п. 1.2 Устава редакции телеканала СМИ «Канал-С», принятого 10.09.2020, учредителем и редакцией телеканала является Общество с ограниченной ответственностью «Медиагород-Плюс».

По данным Управления Роскомнадзора по УрФО (ЕИС Роскомнадзора), СМИ «Канал-С» не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера, учредителем телеканала «Канал-С» заявлены информационно-аналитическое, информационное и музыкальное направления вещания.

Таким образом, **рекламодателем** является **ООО «Медиагород-плюс»** (ОГРН: 1136680000280, ИНН: 6680002050, юр. адрес: 624992, Свердловская обл., г. Серов, ул. 2-я Белореченская, 12).

Превышение объема рекламы произошло 04.06.2021, следовательно, в данный момент такая реклама не распространяется, в связи с чем, отсутствует необходимость в выдаче предписания.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Нарушение рекламного законодательства образует событие предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) административного правонарушения.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Учитывая установленные ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном

правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

При этом необходимо учитывать, что дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 11 и 12 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

Юридические лица, согласно ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ, подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями Особенной части КоАП РФ, а ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность юридических лиц.

Защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

Законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

В соответствии с ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (ст. 2.4 КоАП РФ), допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

Под должностным лицом понимается лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Под организационно - распорядительными функциями понимаются полномочия, которые связаны с руководством трудовым коллективом или находящимися в их служебном подчинении отдельными работниками, с формированием кадрового состава и определением трудовых функций работников, с организацией порядка прохождения службы, применения мер поощрения или награждения, наложения дисциплинарных взысканий и т.п. К организационно-распорядительным функциям относятся полномочия лиц по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия.

Под административно-хозяйственными функциями понимаются полномочия по управлению и распоряжению имуществом и (или) денежными средствами, находящимися на балансе и (или) банковских счетах организаций, учреждений, воинских частей и подразделений, а также по совершению иных действий (п. 4 и п. 5 Постановления Пленума

Верховного Суда РФ от 16.10.2009 №19 «О судебной практике по делам о злоупотреблении должностными полномочиями и о превышении должностных полномочий»).

В п. 11 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» разъяснено, что на основании статьи 19 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.91 № 2124-1 (в редакции ФЗ от 27.12.95 №11-ФЗ) ответственность за невыполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации законодательными актами, несет главный редактор. Решение о публикации в газете принимается главным редактором либо в ином, определенном уставом редакции порядке. Помимо этого, в силу статьи 42 того же Закона никто не вправе обязать редакцию (рекламораспространителя) опубликовать отклоненное ею произведение, письмо, другое сообщение или материал, если иное не предусмотрено законом.

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

Согласно ч. 3 ст. 25.15 КоАП РФ, место нахождения юридического лица, его филиала или представительства определяется на основании выписки из единого государственного реестра юридических лиц. Если юридическое лицо, участвующее в производстве по делу об административном правонарушении, ведет дело через представителя, извещение также направляется по месту нахождения (месту жительства) представителя.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.5 КоАП РФ, для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922), Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащим распространение рекламы в телепрограмме СМИ «Канал-С» 04.06.2021 в связи с нарушением ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе, поскольку общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы:

- с 07:00 по 08:00 превышает допустимые 20% времени вещания **в течение часа** и составляет 20,8%;
- с 21:00 по 22:00 превышает допустимые 20% времени вещания **в течение часа** и составляет 24%;
- превышает допустимые 15% вещания **в течение суток** и составляет 18,8%.

2. Признать ненадлежащей рекламу стоматологической клиники «Персона», распространенную 04.06.2021 в 07:12:43 и в 21:09:04 в телепрограмме СМИ «Канал-С», поскольку в ней нарушены требования ч. 1 ст. 14 Закона о рекламе, так как реклама не предварялась сообщением о последующей трансляции рекламы.

3. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

4. Законному представителю **ООО «Медиагород-плюс»** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **10 ноября 2021 г. в 15 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, и **в срок до 27 октября 2021 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

4. **Главному редактору СМИ «Серов-ТВ» (ООО «Медиагород-плюс»)** надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **10 ноября 2021 г. в 16 час. 00 мин.** для составления в отношении должностного лица протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, либо обеспечить ознакомление с данным решением и явку должностного лица, исполнявшего обязанности главного редактора лица в период распространения рассматриваемой рекламы, и **в срок до 27 октября 2021 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения (их надлежаще заверенные копии) в отношении ответственного должностного лица:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию паспорта (фотографию/скан страниц с ФИО, фотографией, серией и номером, адресом регистрации места жительства);
- документы, подтверждающие служебное положение (копии приказа о назначении/переводе на должность с отметкой об ознакомлении (на момент размещения рассматриваемой рекламы), должностной инструкции, иное);

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

Копии документов должны быть заверены надлежащим образом, направлены с приложением сопроводительного письма (с указанием перечня прилагаемых документов, количества листов и экземпляров). В случае невозможности представления каких-либо перечисленных документов и сведений, необходимо представить письменные объяснения о причинах такого отсутствия.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

В соответствии с ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составляется в их отсутствие.

Согласно ч. 6 ст. 19.8 КоАП РФ представление сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных таких сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>