

ООО «Сеть Связной»

2-й Хорошевский пр-зд, д. 9,
к. 2, эт. 5, ком. 4,
г. Москва, 123007

Беговая ул., д. 3, стр. 1, эт. 36,
г. Москва, 125284

ООО «Майндбокс»

Правды ул., д. 26, эт. 12, пом. ХХХ,
г. Москва, 125124

РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/18-1593/2019

«08» мая 2019 года

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) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/18-1593/2019 по признакам нарушения ООО «Сеть Связной» (ОГРН 1057748288850, ИНН 7714617793), ООО «Майндбокс» (ОГРН: 1097746380380; ИНН/КПП: 7713688880/771401001) части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении на адрес электронной почты <...> посредством e-mail-сообщений рекламы следующего содержания:

«Honor 10 lite в продаже! Всего от 23 р./день в Связном», поступившего 06.02.2019 в 18:58 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone XR от 39 990 р. по Trade-in!», поступившего 07.02.2019 в 17:10 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«А в Связном — подарок к Honor View20! Восторг, а не покупка!», поступившего 08.02.2019 в 18:14 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«Ого! Смартфон за 15 490 р. в подарок! Дарим Galaxy J6», поступившего 09.02.2019 в 10:53 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone X как новый! Скоро 14 февраля...», поступившего 10.02.2019 в 11:49 от

отправителя subs@svyaznoy.ru.

в присутствии представителей ООО «Майндбокс» в лице <...> (по доверенности<...>), ООО «Сеть Связной» в лице <...> (по доверенности<...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/18-1593/2019 возбуждено в отношении ООО «Сеть Связной» (место нахождения: 2-й Хорошевский пр-зд, д. 9, к. 2, эт. 5, ком. 4, г. Москва, 123007), ООО «Майндбокс» (место нахождения: Правды ул., д. 26, эт. 12, пом. ХХХ, г. Москва, 125124), на основании обращения физического лица и материалов по факту распространения на адрес электронной почты <...> посредством e-mail-сообщений рекламы следующего содержания:

«Honor 10 lite в продаже! Всего от 23 р./день в Связном», поступившего 06.02.2019 в 18:58 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone XR от 39 990 р. по Trade-in!», поступившего 07.02.2019 в 17:10 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«А в Связном — подарок к Honor View20! Восторг, а не покупка!», поступившего 08.02.2019 в 18:14 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«Ого! Смартфон за 15 490 р. в подарок! Дарим Galaxy J6», поступившего 09.02.2019 в 10:53 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone X как новый! Скоро 14 февраля...», поступившего 10.02.2019 в 11:49 от отправителя subs@svyaznoy.ru. в отсутствие предварительного согласия абонента.

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.

ООО «Сеть Связной» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.09.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057748288850, ИНН: 7714617793.

ООО «Майндбокс» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 06.03.2012 за основным государственным регистрационным номером 1097746380380; ИНН: 7713688880.

Каждое из указанных юридических лиц является действующим, сведений о прекращении деятельности не имеется.

Каждое из указанных юридических лиц является действующим, сведений о прекращении деятельности не имеется.

Согласно материалам дела № 077/05/18-1593/2019 на адрес электронной почты <...> 06.02.2019 в 18:58, 07.02.2019 в 17:10, 08.02.2019 в 18:14, 09.02.2019 в 10:53, 10.02.2019 в 11:49 поступила спорная реклама от отправителя subs@svyaznoy.ru.

Поступление указанной рекламы на адрес электронной почты <...> подтверждается снимками экрана, содержащими текст рассматриваемых сообщений, представленными заявителем, а также сведениями о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе и получателе.

Принимая во внимание тот факт, что заявитель представил в адрес Московского УФАС России изображения рекламы, содержащие полный текст электронного письма, а также сведения о дате и времени поступления рекламы, ее отправителе, получателе,

специалисты отдела приходят в выводу о принадлежности электронной почты <...> заявителю.

Заявитель прямо указал на то, что не давал согласие на получение рекламной рассылки.

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.

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 адрес электронной почты лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер распространенных e-mail-сообщений.

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 спорных e-mail-сообщений 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 сообщений, в которых содержится информация о товарах, предлагаемых магазином «Связной», Комиссия приходит к выводу, что спорная

информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки на адрес электронной почты <...> e-mail-сообщений отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством e-mail-сообщений; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из текста информационного сообщения не представляется возможным установить, для кого именно созданы данные сообщения и на восприятие кого они направлены; 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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель 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 ВАС 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 рекламодателя. 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 рекламодателя.

В целях защиты прав и законных интересов абонента, при получении такого согласия абоненту должна быть предоставлена возможность изначально отказаться от получения рекламных рассылок, а сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной и обусловленной ознакомлением с правилами оказания (предоставления) услуг.

Следует отметить, что предоставленное распространителю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны распространителей рекламы, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности.

Также, в соответствии с Письмом ФАС России № АК/13563/16 от 03.03.2016

согласие должно носить явно выраженный характер и не может быть выполнено в форме согласия на получение какой-либо иной информации.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы. По мнению Комиссии Московского УФАС России, включение обязательного условия о даче согласия при заключении договора на оказание каких-либо услуг, в данном случае — банковских услуг, противоречит принципу добровольности, на котором строятся гражданские правоотношения.

Представляется, что при регистрации на сайте, однозначно идентифицировать лицо, осуществляющее регистрацию, и, как следствие, дающее согласие на получение рекламной информации (путем проставления «галочки»), не представляется возможным. Таким образом, сам по себе факт регистрации на сайте не является свидетельством надлежащего согласия гражданина.

Исходя из вышеизложенного, при оформлении заказа на сайте, подтверждая свое согласие с условиями оферты, пользователь фактически лишен возможности отказаться от распространения в его адрес рекламы.

В данном случае у лица, заключившего договор, возникает необходимость для отказа от получения рекламных сообщений совершить ряд дополнительных действий. В то время, когда для их получения достаточно лишь заключить договор. Подобное положение, по мнению Комиссии, прямо противоречит самой цели установленного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе правила предварительного получения согласия абонента, и нарушает его право на возможность не соглашаться на распространение на его телефон (электронную почту и т. п.) рекламы.

В силу специфики способа распространения рекламы по сетям электросвязи следует исходить из возможности направления однообразных предложений с несколько отличающимися условиями разным абонентам.

При этом сам факт автоматического формирования такой информации и направления ее абоненту свидетельствует о цели продавца по привлечению внимания неопределенного круга лиц к собственным услугам, в том числе путем предоставления определенных предложений, бонусов, скидок и т. п., формируемых на основании заключенных договоров с отдельным абонентом.

Представляется безусловным существенное изменение со временем условий распространения рекламы с использованием автоматизированных систем и иного программного обеспечения, а также учитывая наличие у рекламораспространителя большого объема персональных данных лиц (абонентов, адресатов). Подобная «клиентоориентированность» и способность видоизменять рекламу под конкретного получателя (абонента, адресата) представляется логичным развитием способов распространения рекламы и не может свидетельствовать о нерекламном характере таких сообщений.

Вместе с тем распространяемая посредством e-mail-сообщений информация о дополнительных услугах продавца тем покупателям, которые заключили договор-оферту при регистрации на сайте, может рассматриваться в качестве рекламы, если такая услуга выступает в качестве объекта рекламирования. Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что подобное навязывание клиенту услуг, прямо не связанных с основным предметом договора, не может рассматриваться в качестве надлежащего согласия абонента на получение рекламной информации.

Таким образом, в настоящем случае отсутствует выраженное согласие абонента именно на получение рекламы, в том числе от конкретного рекламодателя.

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

Таким образом, распространение рекламы посредством e-mail-сообщений следующего содержания:

«Honor 10 lite в продаже! Всего от 23 р./день в Связном», поступившего 06.02.2019 в 18:58 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone XR от 39 990 р. по Trade-in!», поступившего 07.02.2019 в 17:10 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«А в Связном — подарок к Honor View20! Восторг, а не покупка!», поступившего 08.02.2019 в 18:14 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«Ого! Смартфон за 15 490 р. в подарок! Дарим Galaxy J6», поступившего 09.02.2019 в 10:53 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone X как новый! Скоро 14 февраля...», поступившего 10.02.2019 в 11:49 от отправителя subs@svyaznoy.ru, направленных с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе, является ненадлежащим.

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

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 определение распространителя рекламы в зависимости от обязательной осведомленности им относительно ее содержания не поставлено.

В соответствии с письменными пояснениями ООО «Сеть Связной» рассылка от отправителя «subs@svyaznoy.ru» осуществлялась на основании гражданско-правовых отношений, в том числе между ООО «Майндбокс» и ООО «Сеть Связной».

Исходя из материалов дела № 077/05/18-1593/2019, указанная реклама распространялась на основании абонентского договора оказания услуг № 499 от 01.10.2018, заключенного между ООО «Майндбокс» и ООО «Сеть Связной» (далее — Договор).

В соответствии с пунктом 1.1 Договора ООО «Майндбокс» оказывает услуги по предоставлению ООО «Сеть Связной» онлайн-доступа (далее — услуги) к сервису для осуществления ООО «Сеть Связной» рассылки электронных сообщений клиентам, в том числе, в рекламных целях.

В соответствии с пунктом 1.3 Приложения № 3 к Договору клиентом является физическое или юридическое лицо, являющееся потенциальным, действующим либо бывшим клиентом ООО «Сеть Связной». Сервисом является компьютерная программа, созданная оператором и являющаяся его интеллектуальной собственностью, предназначенная для размещения и обработки данных клиентов.

В соответствии с пунктом 5.1 Договора ООО «Майндбокс» предоставляет ООО «Сеть Связной» возможность использовать сервис для рассылки электронных сообщений клиентам, в том числе в рекламных целях. ООО «Сеть Связной» является

рекламодателем и рекламодателем всех сообщений, отправленных через сервис.

В соответствии с пунктом 5.3 Договора ООО «Сеть Связной» гарантирует соответствие всех материалов, отправляемых им через аккаунт собственноручно или любым иным лицом, законодательству Российской Федерации, в том числе законодательству о рекламе.

Согласно пункту 5.4 Договора ООО «Сеть Связной» гарантирует наличие юридически значимого, информированного и добровольного согласия клиентов на получение сообщений рекламного, информационного, маркетингового или любого другого характера, отправляемых через сервис.

Таким образом, ООО «Сеть Связной» не исполнил надлежащим образом обязательство перед ООО «Майндбокс», а именно: электронный адрес subs@svyaznoy.ru был использован ООО «Сеть Связной» в целях распространения рекламы.

На основании изложенного ООО «Сеть Связной» является рекламодателем рекламы, распространенной посредством e-mail-сообщений:

«Honor 10 lite в продаже! Всего от 23 р./день в Связном», поступившего 06.02.2019 в 18:58 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone XR от 39 990 р. по Trade-in!», поступившего 07.02.2019 в 17:10 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«А в Связном — подарок к Honor View20! Восторг, а не покупка!», поступившего 08.02.2019 в 18:14 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«Ого! Смартфон за 15 490 р. в подарок! Дарим Galaxy J6», поступившего 09.02.2019 в 10:53 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone X как новый! Скоро 14 февраля...», поступившего 10.02.2019 в 11:49 от отправителя subs@svyaznoy.ru.

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,

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Сеть Связной» установлено нарушение части 1 статьи 18 Закона о рекламе, выразившееся в распространении на адрес электронной почты <...> рекламы посредством e-mail-сообщений:

«Honor 10 lite в продаже! Всего от 23 р./день в Связном», поступившего 06.02.2019 в 18:58 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone XR от 39 990 р. по Trade-in!», поступившего 07.02.2019 в 17:10 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«А в Связном — подарок к Honor View20! Восторг, а не покупка!», поступившего 08.02.2019 в 18:14 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«Ого! Смартфон за 15 490 р. в подарок! Дарим Galaxy J6», поступившего 09.02.2019 в 10:53 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone X как новый! Скоро 14 февраля...», поступившего 10.02.2019 в 11:49 от отправителя subs@svyaznoy.ru, направленных без предварительного согласия абонента на ее получение.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, ООО «Сеть Связной» 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 (пускай 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 «Сеть Связной» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Кроме того, в соответствии с пунктом 5.4 Договора в случае нарушения ООО «Сеть Связной» гарантий, предусмотренных пунктами 5.3, 5.4 Договора, ООО «Майндбокс» вправе незамедлительно приостановить услуги с сохранением тарификации по Договору, уведомив об этом ООО «Сеть Связной» не позднее дня приостановки.

Таким образом, исходя из положений договора, учитывая все обстоятельства данного дела, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписания ООО «Майндбокс» о принятии мер по предотвращению использования ООО «Сеть Связной» адреса электронной почты subs@svyaznoy.ru в целях распространения рекламы на адрес электронной почты <...>.

Выдача предписания ООО «Майндбокс» направлена на дополнительную защиту владельца электронного адреса <...> от нежелательной рекламы, поступающей от ООО «Сеть Связной».

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об

административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

При этом местом и временем совершения правонарушения является место и время получения каждым конкретным абонентом данной рекламы. Согласно представленным в материалы дела документам и сведениям, спорные сообщения были распространены 06.02.2019, 07.02.2019, 08.02.2019, 09.02.2019, 10.02.2019.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности на дату оглашения резолютивной части решения не истек.

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 «Сеть Связной» нарушившим часть 1 статьи 18 Закона о рекламе при распространении на адрес электронной почты <...> рекламы посредством e-mail-сообщений:

«Honor 10 lite в продаже! Всего от 23 р./день в Связном», поступившего 06.02.2019 в 18:58 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone XR от 39 990 р. по Trade-in!», поступившего 07.02.2019 в 17:10 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«А в Связном — подарок к Honor View20! Восторг, а не покупка!», поступившего 08.02.2019 в 18:14 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«Ого! Смартфон за 15 490 р. в подарок! Дарим Galaxy J6», поступившего 09.02.2019 в 10:53 от отправителя subs@svyaznoy.ru;

«iPhone X как новый! Скоро 14 февраля...», поступившего 10.02.2019 в 11:49 от отправителя subs@svyaznoy.ru.,

направленных без предварительного согласия абонента на их получение.

2. Выдать ООО «Сеть Связной» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Майндбокс» предписание по принятию мер по предотвращению нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исполнитель: <...>