

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 42-2014

об административном правонарушении

14 июля 2014 года г. Челябинск

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области, <.....>, рассмотрев материалы дела № 42-2014, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Миссия» (ИНН 7453095317, КПП 745301001, ОГРН 1027403884848, зарегистрировано по адресу 454080, г. Челябинск, ул. Красная, д. 4, оф. 211) (далее — ООО «Издательский дом «Миссия») по факту размещения в журнале «Миссия» № 6 (107) от августа 2013 года рекламы Баварского клубного ресторана «Maximilian's», рекламы алкогольных напитков «Taste of Diamonds», «Henri IV Dudognon Heritage», «Utopias» и производителей алкогольной продукции «Gout de Diamants», «Samuel Adams» с нарушением требований пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», рекламы клиники «Жемчужина» и рекламы ДНК-Клиники, в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний, с нарушением требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», рекламы фильма «Малавита» без указания категории данной информационной продукции с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», рекламы журнала «Миссия» с изображением товарных знаков «AppStore» и товарного знака в виде надкушенного яблока в отсутствие прав на использование данных товарных знаков, с нарушением требований пункта 7 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

в присутствии: представителя ООО «Издательский дом «Миссия» <.....>, действующей на основании доверенности от 14 июля 2014 года № 1-14-07/14,

ведущего специалиста-эксперта отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России <.....>

разъяснив представителю лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, права, а именно: знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы и иные процессуальные права и обязанности, предусмотренные Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 51 Конституции РФ никто не обязан свидетельствовать против самого себя, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом,

УСТАНОВИЛ:

В Челябинское УФАС России обратился житель г. Екатеринбурга с заявлением о размещении в журнале «Миссия» № 6 (107) от августа 2013 года (далее – журнал «Миссия») рекламы с нарушением требований Федерального закона «О рекламе».

Из представленных заявителем материалов следует, что издателем журнала «Миссия» № 6 (107) от августа 2013 года является ООО «Издательский дом «Миссия» (г. Челябинск, ул. Елькина, д. 45 «А», офис-центр «ВИПР», 13-й этаж).

В ходе проверки указанного журнала Челябинским УФАС России выявлено следующее.

На странице 096 журнала «Миссия» размещена статья под названием «СВЕТСКИЕ хроники» о Баварском клубном ресторане «Maximilian's» следующего содержания: «18 июля в Челябинске распахнул свои двери Баварский Клубный Ресторан «Maximilian's... На открытии гости наслаждались вкуснейшим пивом... ул. Труда, 183 ТРК «Гагарин Парк» +7 (351) 220-35-10», а также изображены люди, употребляющие пиво, и человек, держащий в руке шланг с мундштуком от кальяна, который используется для курения.

В указанном журнале на странице 036 размещена статья под названием «Бесценные брызги шампанского», в которой содержатся сведения о конкретных компаниях, производящих алкогольную продукцию, – «Gout de Diamants», «Samuel Adams», а также о торговых марках алкогольных напитков, а именно, о шампанском «Taste of Diamonds», коньяке «Henri IV Dudognon Heritage», пиве «Utopias», с изображением бутылок указанной алкогольной продукции и бокалов.

На страницах 064 – 065 журнала «Миссия» под заголовком «Стиль жизни секреты красоты «Жемчужина» семейного здоровья» размещена информация о клинике «Жемчужина» и оказываемых ею услугах, и рекламный модуль указанной клиники, при этом, предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов содержится только в отдельном рекламном модуле и напечатано светлым шрифтом, что затрудняет прочтение.

В указанном журнале на странице 066 размещена рекламная статья под названием «Стиль жизни секреты красоты Проверить здоровье за 1 день» о ДНК-клинике, в содержании которой также отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

На странице 089 рассматриваемого журнала размещена реклама фильма «Малавита» без указания категории данной информационной продукции (фильма).

В этом же журнале на странице 097 размещены сведения об iPad-версии журнала «Миссия» с использованием товарного знака «AppStore» и товарного знака в виде надкушенного яблока.

В соответствии с выпиской из реестра товарных знаков и знаков обслуживания, размещенного на сайте Федерального государственного бюджетного учреждения «Федеральный институт промышленной собственности» http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru, правообладателем товарного

знака «AppStore», зарегистрированного под номером 400377, и товарного знака, изображенного в виде надкушенного яблока, зарегистрированного под номером 248052, является Эппл Инк., 1 Инфинит Луп, Купертино, Калифорния 95014, Соединенные Штаты Америки (US) (Адрес для переписки: 127006, Москва, Долгоруковская ул., 7, Садовая Плаза, 11 этаж, фирма "Бейкер и Макензи", Е.А.Ариевичу).

На этой же странице журнала «Миссия» присутствуют сведения: «Единственный журнал Челябинска в ТОП 20 киоска AppStore». Использование в рекламе слова «Единственный» в превосходной степени указывает на преимущество журнала «Миссия» перед другими журналами.

По факту распространения указанной рекламы Челябинским УФАС России было возбуждено и рассмотрено дело № 2-2014 по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 21, части 7 статьи 24, части 10.1 и пункта 7 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в отношении ООО «Издательский дом «Миссия».

При рассмотрении настоящего дела представитель ООО «Издательский дом «Миссия» настаивал на доводах, изложенных при рассмотрении дела № 2-2013 по признакам нарушения законодательства о рекламе, возбужденного в отношении ООО «Издательский дом «Миссия». Представитель ООО «Издательский дом «Миссия» также пояснил, что директор ООО «Издательский дом «Миссия» <.....> добросовестно заблуждался в том, что размещенная в журнале «Миссия» № 6 (107) от августа 2013 года информация о Баварском клубном ресторане «Maximilian's», алкогольных напитках «Taste of Diamonds», «Henri IV Dudognon Heritage», «Utopias» и производителях алкогольной продукции «Gout de Diamants», «Samuel Adams», о клиниках «Жемчужина» и ДНК-Клиники, о кино «Малавита», об AppStore не является рекламой. Вместе с тем, ООО «Издательский дом «Миссия» полностью признает вину в совершенном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Рассмотрение материалов приводит к следующим выводам.

В журнале «Миссия» на странице 096 размещен информационный материал под заголовком «СВЕТСКАЯ хроника» о Баварском клубном ресторане «Maximilian's».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального 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.

Информация под заголовком «СВЕТСКАЯ хроника», размещенная в периодическом печатном издании, в журнале «Миссия», в форме статьи, адресована всем читателям журнала «Миссия», а, следовательно, неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания потребителя к Баварскому клубному ресторану «Maximilian's», а также к продаваемой им алкогольной продукции, (пиву). Из указанных обстоятельств следует, что такая информация является рекламой, и на нее распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

При этом, не имеет значения, что информация о Баварском клубном ресторане

«Maximilian's» размещалась в указанном журнале на безвозмездной основе, поскольку указанная информация соответствует всем требованиям пункта 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», а возмездность не является обязательным признаком рекламы.

Кроме того, в указанном информационном материале содержатся контактные сведения Баварского клубного ресторана «Maximilian's», а именно адрес и телефон, что также направлено на привлечение внимания именно к Баварскому клубному ресторану «Maximilian's».

В силу части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

По мнению Челябинского УФАС России, если из рекламы общественного питания следует, что в данном заведении реализуется алкогольная продукция, в том числе в случае, если в названии данного заведения присутствуют слова, указывающие на алкогольную продукцию (например «»пиво», «вино» и т.п), реклама такого заведения общественного питания не может быть признана явно не относящейся к товару, в отношении рекламы которого Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

В связи с тем, что из рекламы явно следует, что в Баварском клубном ресторане «Maximilian's» реализуется алкогольная продукция (пиво), такая реклама является рекламой продавца алкогольной продукции, следовательно, на нее распространяются специальные требования и ограничения, установленные статьей 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях.

Таким образом, размещение в журнале «Миссия» рекламы Баварского клубного ресторана «Maximilian's», являющегося продавцом алкогольной продукции, противоречит требованиям пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В информации под заголовком «Бесценные брызги шампанского», размещенной на странице 036 журнала «Миссия», содержатся сведения об алкогольных напитках «Taste of Diamonds», «Henri IV Dudognon Heritage», «Utopias» и производителях алкогольной продукции «Gout de Diamants», «Samuel Adams».

Поскольку указанная информация доступна неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к конкретной алкогольной продукции и к конкретным производителям алкогольных напитков, такая информация является рекламой.

В связи с тем, что указанные в рекламе компании «Gout de Diamants», «Samuel Adams» являются производителями алкогольной продукции, то на рекламу этих компаний в силу части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» распространяются специальные требования и ограничения, установленные статьей 21 Федерального закона «О рекламе».

Распространение рекламы алкогольной продукции «Taste of Diamonds», «Henri IV Dudoignon Heritage», «Utopias» и производителей алкогольных напитков «Gout de Diamants», «Samuel Adams» в журнале «Миссия» противоречит требованиям пункта 1 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Информация под заголовком «Стиль жизни секреты красоты «Жемчужина» направлена на привлечение внимания к клинике «Жемчужина», при этом предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов присутствует только в отдельном рекламном модуле клиники «Жемчужина» и представлено в нечитаемой форме.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Поскольку вся информация, размещенная на развороте страниц 064 – 065 журнала «Миссия», является рекламой клиники «Жемчужина», поэтому предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов должно занимать не менее 5% от площади всего разворота

Из указанных обстоятельств следует, что содержащееся в рекламе клиники «Жемчужина» предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов составляет менее 5% рекламной площади, что противоречит части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Часть 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» нарушена также в рекламе ДНК-Клиники, размещенной в форме статьи «Стиль жизни секреты красоты Проверить здоровье за 1 день» на странице 066 указанного журнала, в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

На странице 089 этого же журнала рекламируется фильм «Малавита» без указания категории данной информационной продукции (фильма).

Согласно части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Федеральный закон № 436-ФЗ), без указания категории данной информационной продукции.

В соответствии с частью 5 статьи 6 Федерального закона № 436-ФЗ классификация фильмов осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона и законодательства Российской Федерации о государственной поддержке кинематографии.

Таким образом, отсутствие категории информационной продукции (фильма) в рекламе фильма «Малавита» противоречит требованиям части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На странице 097 журнала «Миссия» содержится информация о том, что данный журнал одновременно с печатной продукцией выходит в iPad версии, а также изображены товарный знак «AppStore» и товарный знак в виде надкушенного яблока.

Согласно пункту 7 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара.

Изображение ООО «Издательский дом «Миссия» в рекламе указанных товарных знаков создает впечатление о том, что ООО «Издательский дом «Миссия» обладает правами, предоставленными правообладателем на их использование.

Поскольку правообладателем товарного знака «AppStore» и товарного знака в виде надкушенного яблока является Эппл Инк., 1 Инфинит Луп, Купертино, Калифорния 95014, Соединенные Штаты Америки (US), а у ООО «Издательский дом «Миссия» отсутствуют права на пользование указанными товарными знаками, то их изображение в рекламе не соответствует сведениям о наличии прав у ООО «Издательский дом «Миссия» на использование данных товарных знаков, что противоречит пункту 7 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» предусмотрено, что ответственность за нарушение пункта 7 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

На основании части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 21, частью 7 статьи 24, частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в

любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем рекламы журнала «Миссия», в которой использованы товарный знак «AppStore» и товарный знак в виде надкушенного яблока, является ООО «ИД «Миссия» как лицо, определившее содержание рекламы.

Рекламораспространителем рекламы, размещенной в журнале «Миссия» № 6 (107) от августа 2013 года, является ООО «Издательский дом «Миссия» как издатель указанного журнала.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-5 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятьсот рублей; должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

По факту совершения ООО «Издательский дом «Миссия» правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, должностным лицом Челябинского УФАС России 16 июня 2014 года составлен протокол об административном правонарушении в отсутствие представителя юридического лица, заявившего ходатайство о составлении протокола в его отсутствие. Протокол получен ООО «Издательский дом «Миссия» 25 июня 2014 года, что подтверждается почтовым уведомлением.

Действия ООО «Издательский дом «Миссия» по распространению в августе 2013 года в журнале «Миссия» № 6 (107) рекламы Баварского клубного ресторана «Maximilian's», рекламы алкогольных напитков «Taste of Diamonds», «Henri IV Dudognon Heritage», «Utopias» и производителей алкогольной продукции «Gout de Diamants», «Samuel Adams», рекламы клиники «Жемчужина» и рекламы ДНК-Клиники, в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний, рекламы фильма «Малавита» без указания категории данной информационной продукции, рекламы журнала «Миссия» с изображением товарных знаков «AppStore» и товарного знака в виде надкушенного яблока в отсутствие прав на использование данных товарных знаков, носят противоправный характер, поскольку противоречат требованиям пункта 1 части 2 статьи 21, части 7 статьи 24, части 10.1 и пункта 7 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях.

У ООО «Издательский дом «Миссия» отсутствовали препятствия и имелась возможность для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно – для соблюдения требований пункта 1 части 2 статьи 21, части 7 статьи 24, части 10.1 и пункта 7 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении указанной рекламы. Однако ООО «Издательский дом «Миссия» не приняло необходимых и достаточных мер по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе.

При таких обстоятельствах ООО «Издательский дом «Миссия» признается виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Обстоятельств, исключающих вину ООО «Издательский дом «Миссия» в совершении данного административного правонарушения, обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, а также обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Обстоятельством, смягчающим административную ответственность, предусмотренным пунктом 7 части 1 статьи 4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в данном случае, является исполнение ООО «Издательский дом «Миссия» до вынесения постановления по делу об административном правонарушении предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему Челябинским УФАС России.

С учетом изложенного, ООО «Издательский дом «Миссия» может быть назначено минимальное наказание, предусмотренное санкцией части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно – административный штраф в размере ста тысяч рублей.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Миссия» (ИНН 7453095317, КПП 745301001, ОГРН 1027403884848, зарегистрировано по адресу 454080, г. Челябинск, ул. Красная, д. 4, оф. 211) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к ООО «Издательский дом «Миссия» административное наказание в виде административного штрафа за нарушение требований пункта 1 части 2 статьи 21, части 7 статьи 24, части 10.1 и пункта 7 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», за которое предусмотрена административная

ответственность по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в размере **100 000 (ста тысяч) рублей**.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа должна быть перечислена в доход федерального бюджета по следующим реквизитам: КБК 16111626000016000140, ОКТМО 75701000 на счет органа федерального казначейства: УФК по Челябинской области (для Челябинского УФАС России) ГРКЦ ГУ Банка России по Челябинской области, БИК 047501001, р/с 40101810400000010801, ИНН 7453045147, КПП 745301001.

В силу части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

Согласно части 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

После уплаты штрафа копии документов, свидетельствующих об уплате

административного штрафа, просим представить в Челябинское УФАС России по факсу (351) 263-18-39 либо по адресу г. Челябинск, пр. Ленина, д. 59, каб. 325.

Настоящее постановление объявлено 14 июля 2014 года в присутствии представителя ООО «Издательский дом «Миссия» <.....>.