

Рекламный образ показался оскорбительным

На прошлой неделе Ростовское УФАС признало ненадлежащей наружную рекламу ЖК «Дом на Береговой» застройщика ООО «Донинвестстрой», содержащую, по мнению УФАС, оскорбительный образ в отношении известного советского военачальника Семена Буденного. По словам юриста, эти выводы строятся на домыслах, поэтому не будут учитываться судом в случае, если до него дойдет дело. Другой эксперт полагает, что факт «оскорбления» в суде можно доказывать только на основании экспертизы.

«В апреле этого года в Ростовское УФАС России поступили многочисленные обращения граждан, в том числе от ветеранов Великой Отечественной войны, возмущенных фактами распространения в г. Ростове-на-Дону наружной рекламы ЖК «Дом на Береговой», содержащей оскорбительный образ в отношении известного советского военачальника, маршала СССР, трижды Героя Советского Союза Буденного Семена Михайловича, — говорится в сообщении ведомства. — Данная реклама содержала сведения о строящемся жилищном комплексе с рекламным слоганом «Дон Буден», а также образ мужчины в буденовке и с двумя рыбками вместо усов. Образ С. М. Буденного особенно памятен и значим для жителей Ростовской

области, поскольку родился он в этих местах».

В целях объективной оценки рекламы Ростовский УФАС провел опрос жителей Ростова, согласно которому 69% граждан посчитали используемый в рекламе образ С. М. Буденного оскорбительным. Рассмотрев дело, сотрудники антимонопольной службы признали рекламу застройщика ненадлежащей и вынесли предписание о прекращении ее распространения. Ведомство также рассмотрит вопрос о привлечении виновного лица к административной ответственности.

Комментарии застройщика о том, согласен ли он с обвинениями и будет ли оспаривать предписание УФАС в суде, на прошлой неделе получить не удалось.

Как пояснила старший юрист адвокатской фирмы «Ревякины и партнеры» Юлия Зайцева, принятие УФАС решения о признании образа оскорбительным на основании опроса жителей соответствует предоставленным данному органу полномочиям.

— «Оскорбительность» образа является оценочной категорией, не требующей обязательного проведения лингвистической экспертизы, что следует из разъяснений ФАС РФ и позиции арбитражных судов, — уверена Юлия Зайцева. — В свою очередь, рекламодатель при несогласии с вынесенным предписанием вправе оспорить его в суде, заявив ходатайство о назначении экспертизы.



Спорная реклама.

При этом уже при обращении в суд он может самостоятельно выполнить досудебное экспертное исследование по вопросу о том, является ли изображенный в рекламе образ оскорбительным, которое будет убедительным доводом для назначения судебной экспертизы по этому вопросу и будет оцениваться судом наравне с другими доказательствами по делу.

Управляющий партнер юридического альянса «VARENIKOVGRUPP» Игорь Вареников никакого нарушения рекламного законодательства со стороны строительной компании не заметил.

— Кто сказал, что человек, изображенный на рекламном щите, — это трижды Герой Советского Союза Семен Михайлович Буденный? —

удивился слишком серьезному подходу УФАС к рекламе Игорь Вареников. — Соответствующей подписи там нет, внешнего сходства я не нахожу: усы может носить кто угодно, а буденовка — это всего лишь атрибут военной формы. Мне этот образ вообще напоминает Сальвадора Дали. Мнения же отдельно взятых жителей Ростова субъективны. Они увидели образ и домысливают, кто изображен на рекламной конструкции. Однако чьи-то домыслы, догадки и предположения не могут ложиться в основу доказательств. Так что если рекламодатель сам не признает, что изображал именно маршала Буденного, у Ростовского УФАС практически нулевые шансы отстоять свою позицию в суде.

Татьяна Дудник

КРУПНЕЙШИЕ КОМПАНИИ

Белокалитвинские металлурги заключили контракт с производителем самолетов на 203 млн рублей

Белокалитвинское АО «Алюминий металлург рус» заключило госконтракт на поставку металлопродукции для ПАО «Компания «Сухой»» на сумму 203,4 млн рублей. Информация об этом появилась на ресурсе «СПАРК-Интерфакс».

По данным компании, АО «Алюминий Металлург Рус» владеет группа российских собственников, от их имени выступает управляющая компания «АМР», головной офис которой находится в Москве.

Предприятие выпускает алюминиевые полуфабрикаты для авиостроения, автомобилестроения, судостроения, приборостроения, электронной и других отраслей промышленности.

По итогам 2015 года выручка предприятия, согласно данным «СПАРК-Интерфакса», выросла на 22%, составив 6,3 млрд рублей. При этом завод получил чистую прибыль в размере 744,4 млн рублей.

Любовь Кононова

Средиземноморский вкус с донским качеством

Кафе «Олива's», расположенное в таганрогском ТРЦ «Мармелад», стало первым донским предприятием общественного питания, прошедшим добровольную сертификацию в системе «Сделано на Дону». Управляет заведением ООО «Таганрог Сакура» (предприятие входит в группу «ИНПРОМ») и помимо «Олива's» владеет рестораном «Сакура» и ночным клубом Stage).



Специалисты ростовского Центра стандартизации и метрологии внимательно наблюдали за работой персонала кафе, бизнес-процессами и всеми этапами производственного цикла. Заведение прошло тотальную проверку.

— Сомнений, успешно она пройдет или нет, у нас не было, поскольку к моменту проверки в «Олива's» уже действовала жесткая система анализа риска и контроля критических точек ХАССП, — сообщила генеральный директор ООО «Таганрог Сакура» Екатерина Чернобай. — Говоря простыми словами, ХАССП — система, снижающая до минимума вероятность отравления едой, система, обеспечивающая безопасность приготовленных блюд для тех, кто их ест. Выявленные в ходе проверки несущественные ошибки мы оперативно устранили, требуемые документы подготовили и теперь получили право маркировать свою продукцию знаком «Сделано на Дону», — рассказала Екатерина Чернобай.

Знак подтверждает качество приготовленных блюд, а также местное

происхождение большинства ингредиентов. Г-жа Чернобай отмечает, что в «Олива's» традиционно готовят на 80% из продуктов, произведенных в Ростовской области. В меню добавлена специальная вкладка с блюдами, приготовленными исключительно из донских продуктов. В ней 15 позиций — от закусок до горячих блюд — и три сорта вина азовского винодельческого хозяйства «Эльбезд». Туристов среди посетителей «Олива's» немало, особенно с апреля по сентябрь, когда работает летняя терраса, с которой открывается красивый вид на город и залив. Они хотят попробовать аутентичную кухню региона, в котором гостят. Но основу меню «Олива's» составляют блюда разных стран средиземноморского побережья. Зал рассчитан на

250 посетителей, средний чек заведения — около 900 рублей с учетом напитков. Большинство гостей кафе являются посетителями ТРЦ «Мармелад», среди которых много семей с детьми. Для них «Олива's» предлагает отдельное детское меню.

По словам Екатерины Чернобай, в кафе можно увидеть знаменитых гостей — российских и зарубежных актеров, спортсменов, представителей шоу-бизнеса. В последние годы они все чаще посещают родину Чехова во время проведения кино- и театральных фестивалей, концертных программ.

Кафе «Олива's»:
Таганрог, пл. Мира, дом 7,
ТРЦ «Мармелад», 3-й уровень.
Тел.: +7 8634 38 28 38

Недвижимость «Молота» распродается

На прошлой неделе появилось объявление о продаже трехэтажного здания издательства «Молот», расположенного на ул. Пушкинской, рядом с пр. Буденновским. Его предлагают как офисы площадью почти 2800 кв. м, по цене 180 млн руб. (64,3 тыс. руб. за кв. м).

— Это очень дорого, — считает директор КУН «Время» Алексей Попов. — Мне неизвестно состояние этого здания, есть ли там лифт, какие перекрытия, но при таком объеме цена не должна быть выше 50 тыс. руб. за кв. м. К желаемой продавцом сумме можно приблизиться, лишь продавая здание покомнатно. Сейчас рынок востребованы офисы площадью 20–50 кв. м. Здание целиком всегда было сложно продать, а в кризис — тем более.

В объявлении не говорится о на-

личии парковки. Если ее нет, то, по мнению эксперта, достоинства расположения здания в центре на этом и заканчиваются, поскольку после введения платных парковок начнется миграция офисов из центра на окраины города.

Недвижимость типографского комплекса «Молот» принадлежит владелице DIY «Мир ремонта» Татьяне Шишкиной, которая купила его осенью 2016 года за 448 млн руб. В мае этого года она говорила о планах строительства гипермаркета на месте типографии. Остальную недвижимость она собиралась в течение полугодия привести в порядок.

— Офисы и сейчас сдаются в аренду, но слабо: они в не очень хорошем состоянии, — говорила г-жа Шишкина.

Татьяна Дудник

КОМПАНИИ СООБЩАЮТ РЕКЛАМА

ВТБ Пенсионный фонд заключил договор с АО «Донэнерго»

ВТБ Пенсионный фонд и Акционерное общество «Донэнерго» заключили договор о негосударственном пенсионном обеспечении, в рамках которого сотрудники компании получили возможность стать участниками корпоративной пенсионной программы. Численность сотрудников компании составляет более 7700 человек.

Лариса Горчаковская, генеральный директор ВТБ Пенсионный фонд, прокомментировала:

— «Донэнерго» — один из крупнейших операторов услуг в Ростовской области по передаче электроэнергии. Социальная политика предприятия «Донэнерго» включает в себя программы и мероприятия, направленные на решение наиболее актуальных задач: улучшение условий труда, обеспечение социальной за-

щиты работников, организацию их отдыха и медицинского обслуживания. Сегодня этот список дополнен корпоративной пенсионной программой.

— Главный капитал «Донэнерго» — это люди, работающие на предприятии, профессионалы, для которых энергетика стала основным делом жизни и настоящим призванием. Компания предоставляет своим работникам и членам их семей дополнительные льготы, относящиеся к элементам материального стимулирования, за счет выделенных на эти цели средств из фондов социального развития предприятия. Теперь работнику доступна дополнительная поддержка в виде корпоративной пенсии, — отметил исполнительный директор АО «Донэнерго» Сергей Сизиков.