



МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ГОРОДСКОЙ ОКРУГ ГОРОД СУРГУТ

ГЛАВА ГОРОДА

ул. Энгельса, 8, г. Surgut,
Тюменская область, Ханты-Мансийский
автономный округ – Югра, 628408
Тел. 522-175, факс 522-182
E-mail: gorod@admsurgut.ru

Председателю Думы города
С.А. Бондаренко

Администрация города



№01-11-4898/12-0-0
от 04.09.2012

На № 18-02-1978/12 от 09.07.2012

Уважаемый Сергей Афанасьевич!

Администрация города направляет информацию по вопросу «О порядке размещения социальной рекламы посредством настенных панно, расположенных на жилых домах. Взаимодействие Администрации города с управляющим компаниями, представляющими собственников многоквартирных жилых домов», подготовленную департаментом архитектуры и градостроительства, для рассмотрения на заседании постоянного комитета Думы города по нормотворчеству, информационной политике и правопорядку 13.09.2012.

Итого, что вы не решаете проблему, это вы решаете

Приложение: на 3 л. в 1 экз.

Глава города

Д.В. Попов

Е.И. Бойко
52 20 90



Информация

по вопросу, включённому в план работы постоянного комитета Думы города по нормотворчеству, информационной политике и правопорядку на 13.09.2012 «О порядке размещения социальной рекламы посредством настенных панно, расположенных на жилых домах. Взаимодействие Администрации города с управляющими компаниями, представляющими собственников многоквартирных жилых домов»

Все имеющиеся в городе настенные брендмауэрные панно социального содержания изготавливаются и монтируются за счет средств городского бюджета подрядными организациями департамента архитектуры и градостроительства в рамках муниципальных контрактов, заключаемых на праздничное оформление города по результатам соответствующих аукционов. Панно размещаются на имеющихся конструкциях, установленных также за счет средств городского бюджета 10 и более лет назад. Для установки конструкций под социальную рекламу выбирались и резервировались фасады жилых домов наиболее удачные с точки зрения просматриваемости, поддержки архитектурного ритма, пропорций и колористических решений.

Количество конструкций и количество самих панно с социальной рекламой постепенно уменьшается по причине их физического и морального износа или вынужденного демонтажа при ремонте или облицовке фасадов. Восстановить или заменить их получается далеко не всегда, и не только из-за отсутствия необходимых средств или технических возможностей, но, прежде всего, из-за активного противодействия или бездействия управляющих компаний, предпочитающих размещать более выгодную коммерческую рекламу и прикрывающихся при этом лозунгами о защите интересов собственников.

С введением в действие Жилищного кодекса РФ, который наделил собственников помещений многоквартирных домов правом самостоятельно распоряжаться общим имуществом, законное размещение любой рекламы на жилых домах стало крайне затруднительным, а рекламы социальной, – практически невозможным. Для подтверждения данного вывода предлагаем к рассмотрению конкретный, очень показательный пример законного размещения социальной рекламы на многоквартирных жилых домах, фактически единственный за весь период, происшедший с момента выхода Жилищного кодекса РФ.

Таким примером является размещение настенных панно с социальной рекламой на жилых домах, обслуживаемых ООО «УК ДЕЗ ВЖР».

С начала 2011 года, с целью соблюдения требований Жилищного кодекса, между департаментом архитектуры и градостроительства и ООО «УК ДЕЗ ВЖР» стали заключаться договоры на предоставление права пользования общим имуществом многоквартирных домов для эксплуатации настенных панно с социальной рекламой. В 2011 году договоры заключались в отношении 12-ти панно, в 2012 году – в отношении оставшихся 7-ми (уменьшение количества обусловлено тем, что на 3-х конструкциях стала размещаться коммерческая реклама, а 2 панно было демонтировано вместе с конструкциями, по требованию управляющих компаний, для плановой облицовки фасадов).

Заключение договоров «На предоставление права пользования общим имуществом многоквартирных домов для эксплуатации настенных панно с социальной рекламой» изначально оказалось возможным только на возмездной основе и только после предварительного заключения и исполнения договора «О возмездном оказании услуг по оформлению пакета документов в соответствии Жилищным кодексом РФ для эксплуатации настенных панно с социальной рекламой на многоквартирных домах». Оплата за оказанные услуги по данным договорам производилась и производится департаментом архитектуры и градостроительства за счет средств городского бюджета, предусмотренных в ведомственной программе «Декоративно-художественное оформление города».

При этом, если в 2011 году для определения стоимости пользования общим имуществом для эксплуатации настенных панно была применена методика, действующая для средств наружной рекламы, размещаемой на муниципальной собственности, позволившая заключить раз в полугодие один общий договор на все 12 панно на сумму, не превышающую 100 тыс. руб., то в 2012 году для заключения договора на новый срок ООО «УК ДЕЗ ВЖР» предъявил в департамент архитектуры и градостроительства новые протоколы общих собраний, согласно которым собственники единогласно проголосовали за увеличение стоимости сразу в 14-15 раз.

Выполнить новые условия собственников с соблюдением положений Федерального закона №94-ФЗ оказалось невозможно, так как разбивка общего договора на несколько отдельных противоречит положению данного закона о том, что заключение однотипных договоров допускается всего 1 раз в квартал на общую сумму, не превышающую 100 тыс.руб., а заключение договора (контракта) на сумму превышающую 100 тыс.руб. возможно только по результатам запроса котировок или аукциона, проведение которых для конкретных мест размещения на конкретных жилых домах и конструкциях исключено по определению.

Даже если гипотетически предположить возможность организации и объявления департаментом архитектуры и градостроительства подобного запроса котировок или аукциона, с соблюдением всех условий и формальностей, то его отрицательный результат можно спрогнозировать со 100-процентной долей вероятности. Ведь управляющие компании, которые обслуживают дома, расположенные в наиболее интересных местах традиционного размещения социальной рекламы, просто не заинтересованы в участии в аукционах и запросах котировок, пока у них отбоя нет от предложений коммерческих распространителей рекламы. А при действующих расценках на размещение коммерческой рекламы конкурировать с ней, размещая рекламу социальную, - неоправданно разорительное для городского бюджета дело.

С большим удивлением и непониманием таких, с его точки зрения, искусственно создаваемых проблем и сложных способов их решения, ООО «УК ДЕЗ ВЖР» отказался от дальнейшего сотрудничества и потребовал демонтировать все панно с социальной рекламой с подведомственных жилых домов.

С большим трудом, в результате длительной переписки, разъяснений и убеждений, департаменту архитектуры и градостроительства удалось

добиться временного «перемирия» с ДЕЗ ВЖР и заключить договора по прежним расценкам сначала в первом, а затем во втором полугодии 2012 года.

Все остальные настенные брендмаурные панно социального содержания (еще 11 шт.) размещаются на жилых многоквартирных домах без надлежащего оформления документов и соблюдения требований Жилищного кодекса. Впрочем, как и большая часть коммерческих настенных панно, при размещении которых далеко не всегда заключаются договора между рекламодателями и собственниками (или управляющими компаниями), и оформляются разрешения на установку, предусмотренные Федеральным законом №38-ФЗ «О рекламе».

Прикрываясь защитой интересов собственников, управляющие компании либо пассивно терпят наличие социальной рекламы, не желая делать шаги навстречу и предоставлять оформленные должным образом разрешения собственникам, либо активно противодействуют при первой возможности. Любой случай плановой, а также срочной внеплановой замены или ремонта панно и конструкций, сопряжен со скандальным выяснением отношений с очередной управляющей компанией, намеренно препятствующей доступу и требующей безвозвратного демонтажа социальной рекламы. И на любые законные требования департамента архитектуры и градостроительства о необходимости оформления разрешений на коммерческую рекламу, размещаемую на жилых домах, управляющие компании тут же выставляют встречные требования по демонтажу не оформленной надлежащим образом социальной рекламы (если таковая имеется).

За годы существования Жилищного кодекса наиболее опытные из управляющих компаний научились ловко манипулировать мнением жителей, среди которых всегда найдутся противники, а когда нужно, появятся союзники. Ведь очевидно, что проведение общего собрания или процедуры заочного голосования со сбором необходимого количества подписей и правильным оформлением протокола, - задача крайне сложная, а получение положительного результата, - почти непосильная без серьезной финансовой заинтересованности и (или) хотя бы частичной подтасовке фактов. Это означает, что достоверность протоколов общих собраний собственников всегда подлежит сомнению, вне зависимости от содержания самой рекламы и истинного отношения к ней большинства собственников.

При таком положении дел настенные панно с социальной рекламой, существующие сегодня «на птичьих правах», завтра исчезнут совсем. А мы, поставленные в жесткие рамки несовершенных и противоречащих друг другу законов, уже ничего не сможем с этим сделать, как не можем действительно противостоять засилью незаконной коммерческой рекламы, несмотря на постоянную поддержку судебных органов и прокуратуры.

Считаем необходимым углубленное юридическое изучение данной проблемы, совместное обсуждение и принятие принципиальных решений.

Директор департамента

А.В. Усов