

# ПРОТОКОЛ

## результатов переговоров об урегулировании конфликта (разногласий)

**Место проведения переговоров:**

г. Ярославль, ул. Терешковой, д. 12

**Дата и время проведения переговоров:**

29.08.2014 с 10.00 до 13.00

**При проведении переговоров присутствовали:**

1. Со стороны Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Ярославской области (далее – Уполномоченный):

- Бакиров Альфир Фидаевич, Уполномоченный;
- Петров Иван Николаевич, представитель Уполномоченного;
- Мамаева Наталия Викторовна, начальник отдела правового обеспечения аппарата Уполномоченного.

2. Со стороны органа местного самоуправления:

- Макоедов Олег Михайлович, председатель комитета по рекламе, наружной информации и оформлению города;
- Какоткин Алексей Викторович, заместитель председателя комитета;
- Пономарева Ольга Николаевна, начальник отдела по рекламе;
- Федотова Ирина Валерьевна, начальник отдела правовой работы;
- Пащенко Павел Витальевич, директор департамента архитектуры и развития территорий города;
- Филиппова Ирина Вячеславовна, начальник отдела регулирования застройки департамента архитектуры;
- Одинцов Антон Михайлович, заместитель руководителя аппарата, начальник правового отдела муниципалитета города Ярославля.

3. Со стороны предпринимателей:

- Ганненко Владимир Анатольевич, представитель по доверенности ООО «Мастер»;
- Кузьмин Дмитрий Евгениевич, директор ООО «Два слона»;
- Лернер Игорь Сергеевич, руководитель ООО Рекламной группы «ДРИМ»;
- Сулковский Сергей Николаевич, представитель по доверенности от ООО Рекламной группы «ДРИМ»;
- Ковинский Алексей Борисович, руководитель ЗАО «Аврора-Аутдор».

4. Заинтересованные лица:

- Бай-Бородина Лариса Юрьевна, начальник отдела естественных монополий и рекламы УФАС ЯО;
- Ерохин Ярослав Сергеевич, старший помощник прокурора города Ярославля;
- Борисов Владимир Александрович, директор департамента предпринимательства ЯрТПП;
- Магнитский Григорий Сергеевич, председатель комитета по рекламе ЯрТПП.

**Результаты проведения переговоров:**

В адрес Уполномоченного обратились предприниматели ООО «Два слона», ООО Рекламной группы «ДРИМ», ЗАО «Аврора-Аутдор», ООО «Мастер» с проблемами в сфере размещения рекламных конструкций в городе Ярославле.

**Уполномоченный Бакиров А.Ф.** указал на то, что отношения, сложившиеся между предпринимателями и мэрией г. Ярославля, обострены. С учетом этого необходимо выработать конструктивные решения.

**В процессе обсуждения выступили стороны и все заинтересованные лица:**

**Мэрия города Ярославля:**

**Макоедов О.М.**, председатель комитета по рекламе, наружной информации и оформлению города Ярославля пояснил, что схема размещения рекламных конструкций решением муниципалитета города Ярославля принята была 19 декабря 2013 года. Прокуратурой города Ярославля решение муниципалитета г. Ярославля от 19.12.2013 № 251 было обжаловано в связи с его несоответствием постановлению Госстандарта России от 22.04.2003 № 124-ст государственному стандарту РФ «Наружная реклама

на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (ГОСТ Р 52044-2003). Решением муниципалитета города Ярославля от 10.07.2014 № 366 вышеуказанный правовой акт был признан утратившим силу и была утверждена новая Схема размещения рекламных конструкций на территории города Ярославля.

Первоначально в Схему были включены 56 рекламная конструкция, во втором нормативном документе таких рекламных конструкций всего 48 ед. Полагаем, что и эта цифра не сохранится, поскольку прокуратурой города Ярославля опять подготовлен протест на решение муниципалитета г. Ярославля от 10.07.2014 № 366 с требованием привести Схему размещения рекламных конструкций на территории г. Ярославля в соответствии с действующими нормативными актами. В сентябре планируется провести торги по 10 рекламным конструкциям, в дальнейшем планируется выставить еще 20.

Требования действующих нормативных актов в сфере размещения рекламы очень жесткие, расширить количество рекламных конструкций в настоящее время не получается. Работа по доработке Схемы продолжается и мы полагаем, что количество рекламных конструкций формата 3х6 в целом по городу может составить не более 200 шт. (при этом сейчас количество рекламных конструкций такого формата по городу 2000 шт.).

Председатель комитета также дополнил, что, например, по Ленинградскому проспекту подготовлены предложения по внесению в Схему 54 рекламных конструкций формата 3х6. Предложения планируется направить для предварительного согласования в прокуратуру города, после чего они будут вынесены на заседание муниципалитета г. Ярославля.

Представителям мэрии и муниципалитета города Ярославля были заданы вопросы **Уполномоченным Бакировым А.Ф., представителем ЯрТПП Борисовым В.А., предпринимателями.**

**1. Что подразумевается под незаконностью рекламных конструкций? В силу каких обстоятельств и оснований они незаконные?**

**Ответ Макоедова О.М.:** В соответствии с действующим законодательством для установки и эксплуатации отдельно стоящей рекламной конструкции необходимо: согласие собственника недвижимого имущества (в случае муниципальной собственности – это договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции), включение рекламной конструкции в схему размещения рекламных конструкций и разрешение, выданное органом местного самоуправления.

Таким образом, при несоблюдении хотя бы одного требования рекламная конструкция является незаконной, т.е. не соответствующей требованиям законодательства.

**2. ГОСТ Р 52044-2003 носит добровольный характер?**

**Ответ Одинцова А.М.:** В части применения ГОСТ Р 52044-2003 поясню, что есть решения ВАС РФ о его обязательности как национального стандарта. Также имеется решение Арбитражного суда Ярославской области от 21.03.2011 по делу № А82-13903/2010-29, в котором указывается на то, что Госстандарт принят 22.04.2003, а соответствующий технический регламент, предусмотренный Федеральными законами о рекламе и техническом регулировании, который должен заменить Госстандарт, до настоящего времени не принят. Из этого следует, что исполнение требований стандарта является обязательным, поскольку его действие направлено на обеспечение безопасности дорожного движения, охрану жизни и здоровья граждан.

**3. Использование рекламных конструкций без заключенных договоров осуществлялось по вине предпринимателей, а что они должны были сделать, чтобы были заключены договоры?**

**Ответ Одинцова А.М.:** В соответствии с федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» все рекламные конструкции должны устанавливаться и эксплуатироваться в соответствии с утвержденной органом местного самоуправления Схемой. Есть утвержденная Схема и, таким образом, орган местного самоуправления исполнил свое полномочие. Город мог утвердить схему и с одной рекламной конструкцией – это его право. Изначально мы пошли на конфликт с требованиями Госстандарта в целях увеличения количества мест для

размещения рекламных конструкций. Но данную позицию не поддержала прокуратура города Ярославля и указала на обязательность применения Госстандарта.

4. Какими будут ваши дальнейшие действия, после того, как все рекламные конструкции вы демонтируете?

**Ответ Макоедова О.М.:** Параллельно с осуществлением демонтажа рекламных конструкций орган местного самоуправления проводит торги на размещение рекламных конструкций в местах, которые уже внесены в Схему. В сентябре – октябре будут проведены аукционы для 18 рекламных конструкций. После согласования Ленинградского проспекта, до нового года будут проведены еще аукционы. Количество мест для размещения рекламных конструкций уточняется.

5. Какой планируемый объем бюджетных средств предусматривался на этот год от размещения рекламных мест? После проведения торгов в этом году получение планируемого дохода будет реализовано?

**Ответ Макоедова О.М.:** 51,5 млн. рублей. Общий доход от установки и эксплуатации одной рекламной конструкции планировался в 500 тыс. руб.

6. Применялся ли опыт других регионов для его реализации в муниципальном образовании, в частности практику пополнения бюджета от рекламных конструкций (например, заключение дополнительных соглашений к ранее заключенным договорам, временных договоров до момента утверждения Схемы)?

**Ответ Макоедова О.М.:** Да, конечно, мы знакомились и продолжаем знакомиться с практикой других регионов и стараемся учитывать ее в своей деятельности.

7. Какая задача стоит перед органом местного самоуправления, за счет каких средств планируется осуществлять пополнение бюджета?

**Ответ Макоедова О.М.:** В связи с изменениями действующего законодательства перед нами стоит задача привести Схему в соответствии с Госстандартом. Существующие рекламные конструкции (в том числе и те, которые ранее использовались по договорам и считались законными) не принимаются во внимание для включения в Схему. Схема рисуется исходя из проекции улицы, ее фактуры и требований Госстандарта, но никак не в привязке к уже существующим рекламным конструкциям. Большинство рекламных конструкций не соответствуют Госстандарту. Конечно, количество тех рекламных конструкций, которые отражены в Схеме и те, которые планируется в нее внести, недостаточно для пополнения бюджета, а также для ведения бизнеса. Для обеспечения интересов города и бизнеса, по нашим подсчетам, необходимо где-то 700-800 мест для размещения рекламных конструкций. В настоящее время на рынке установлено порядка 2000, а для Схемы могут пройти согласования порядка 200 шт. Поэтому все рекламные конструкции, которые сейчас существуют на рынке, будут поступательно демонтироваться.

8. Каким образом обеспечивается сохранность имущества предпринимателей при осуществлении демонтажа? Какие меры принимаются и что для этого делается? В каких случаях принимается решение об уничтожении такого имущества?

**Ответ Макоедова О.М.:** Демонтаж рекламных конструкций осуществляется в соответствии с постановлением мэрии г. Ярославля от 23.12.2013 № 3006 «О Порядке организации демонтажа рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых без разрешения, срок действия которого не истек» и приказом председателя Комитета № 102 «Об утверждении положения о демонтаже рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых без разрешения, срок действия которого не истек». Хранение рекламных конструкций происходит в течение 3-х месяцев, по истечении данного срока рекламные конструкции уничтожаются. В настоящее время готовится изменение в приказ № 102 о сокращении срока хранения до 1 месяца.

9. Какие средства и в каком объеме выделяются на демонтаж рекламных конструкций?

**Ответ Макоедова О.М.:** В настоящее время бюджетные средства выделены в минимальном размере. Решение о выделении дополнительных средств будут приниматься муниципалитетом. В настоящее время Комитету удалось заключить договор на демонтаж, хранение и уничтожение 20 рекламных конструкций на сумму 20 000 рублей.

**10.** Кто составляет список рекламных конструкций, подлежащих сносу, на основании каких нормативных правовых актов, каким образом и кто осуществляет демонтаж, какова процедура их хранения?

**Ответ Федотовой И.В.,** начальника отдела правовой работы: по состоянию на сегодняшний день на территории г. Ярославля 1560 рекламных конструкций, которые подлежат демонтажу. Это все рекламные конструкции, по которым истек срок договоров. 30 рекламных конструкций арочного типа, 44 рекламных конструкций, которые расположены в центре города в зоне ЮНЕСКО. 324 рекламных конструкций подлежат демонтажу в порядке исполнительного производства на основании судебных решений. Сумма долга по взысканию составляет 9503,0 млн. руб. и по настоящее время еще не взыскана в городской бюджет.

Демонтаж производится в соответствии с нормами федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», постановления мэрии г. Ярославля от 23.12.2013 № 3006 «О Порядке организации демонтажа рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых без разрешения, срок действия которого не истек» и приказа Комитета № 102 «Об утверждении положения о демонтаже рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых без разрешения, срок действия которого не истек»..

**11.** Сколько рекламных конструкций в городе Ярославле были заключены ранее по договорам?

**Мэрия г. Ярославля** представить информацию не смогла. По данным предпринимателей, со слов Лернера И.С., на январь 2013 год было 1200 договоров.

**12.** Кем принимается решение о включении рекламных конструкций в Схему? Существует ли какая-то комиссия?

**Ответ Макоедова О.М.:** В настоящее время никакой комиссии нет. Решение принимается в процессе согласования со всеми заинтересованными лицами в течение месяца.

**От лица предпринимателей:**

**Лернер И.С.,** руководитель ООО Рекламной группы «ДРИМ», пояснил, что в 2013 году мэрия г. Ярославля могла разработать просто список мест для размещения рекламных конструкций, без утверждения Схемы, и провести торги. Схема должна была быть утверждена в срок до 01.01.2014. Ни что не мешало приостанавливать процесс установки и размещения рекламных конструкций в городе Ярославле. В 2013 году должностными лицами мэрии г. Ярославля не было сделано ничего. Та Схема, которая была разработана, включала в основном в себя места для размещения рекламных конструкций исключительно по пр. Фрунзе. Это свидетельствует об осуществлении органом местного самоуправления своих полномочий не в полном объеме, поскольку Схема должна включать в себя все возможные объекты в целом по городу Ярославлю. Каких-либо мер со стороны мэрии г. Ярославля, для осуществления предприниматели своей предпринимательской деятельности на законных основаниях, не принималось. Схема, которая есть на сегодняшний день, фактически не рабочая, поскольку внесенные в нее места для размещения рекламных конструкций обжалуются прокуратурой города Ярославля как несоответствующие действующему законодательству. Основной же проблемой является демонтаж рекламных конструкций. Мэрией г. Ярославля принято негласное правило о ликвидации арочных конструкций и перетяжек. При этом в действующем законодательстве прямого запрета на их использование нет. Более того, в других регионах, в которых также осуществляется предпринимательская деятельность, данные конструкции используются. Никаких протестов контролирующих органов не поступает. При этом обращаю ваше внимание, что мэрией города Ярославля вообще не принято решение о том, какие рекламные конструкции являются незаконными, а какие подлежат эксплуатации и могут быть внесены в Схему. Необходимо было еще до принятия Схемы определить виды и типы рекламных конструкций, не подлежащих применению в городе Ярославле. Такого решения не принималось. При этом, как сегодня мы слышали, 58 рекламных конструкций законные, а все остальные незаконны. Существующие рекламные конструкции, например, пиляры, которые сегодня демонтируются, через два месяца могут быть внесены в Схему и расторгнованы. Но на сегодняшний день принимается необоснованное решение о демонтаже

конструкции, то есть без принятия решения о ее законности или незаконности и возможности внесения ее в Схему. Но сейчас конструкция снесена и своими действиями мэрия г. Ярославля причиняет нашему имуществу существенный вред и даже полное его уничтожение. При этом каких-либо нормативных документов о порядке хранения и уничтожения не имеется. При принятии решения о демонтаже применяется формальный подход - наличие или отсутствие соответствующего договора. Но такой договор не заключен опять же по вине самого органа местного самоуправления. Теоретически те конструкции, по которым не принималось решение о возможности их включения в Схему, теоретически могли быть включены в Схему. В этом случае предприниматели могли либо использовать свое имущество на законных основаниях путем участия в торгах и заключения договора, либо перепродать для использования другому лицу, который стал победителем в торгах. Но этот вариант органом местного самоуправления не рассматривался и не обсуждался. Мэрия города Ярославля не создала никаких условий для осуществления предпринимательской деятельности на законных основаниях, напротив, породила непонимание у предпринимателей какие конструкции являются законными, а какие незаконными. Если следовать букве закона, то предприниматели должны были по окончании действия договоров снять все конструкции, уволить сотрудников и закрыть свой бизнес. В связи с отсутствием со стороны органа местного самоуправления принятых мер, в целях сохранения бизнеса и рабочих мест для сотрудников мы продолжили работать. И сейчас ситуация не меняется в лучшую сторону, т.к. каждая наша рекламная конструкция под угрозой уничтожения. Нас постоянно обвиняют в том, что мы ведем незаконный бизнес, что не платим деньги. Но при этом в свое время, желая осуществлять свою деятельность в правовом поле, мы обращались с письмами к мэрии г. Ярославля о необходимости узаконить отношения на рекламные конструкции и предлагали оплату за их эксплуатацию. Мэрия г. Ярославля категорически отказалась принимать с предпринимателями деньги. Более того, город обращался к нам за помощью по оформлению улиц и площадей к праздникам. И мы помогали. Мы считаем, что незаконность осуществления деятельности на рынке размещения рекламных конструкций в городе Ярославле продиктована прежде всего бездействием органа власти. Отсутствие пополнения бюджета за счет размещения рекламных конструкций также является их недоработкой.

Мы считаем, что необходимо принять реальную Схему на весь город. Понять, что является законным, а уже потом принимать меры по демонтажу незаконных конструкций. А у нас наоборот. Сначала принимает меры по сносу всех рекламных конструкций, на это выделяются бюджетные средства. А потом, когда будет все снесено, будет приниматься решение о Схеме размещения. Причем не факт, что те рекламные конструкции, которые сейчас существуют и сносятся, не будут внесены в будущем в Схему.

**Кузьмин Д.Е.**, директор ООО «Два слона», также пояснил следующее. К сожалению, деятельность органа местного самоуправления сегодня регламентируют отдельные представители муниципалитета г. Ярославля, которые никакого отношения к исполнительной власти не имеют. Закон можно применять по своему усмотрению. Можно было ждать и медленно читать закон. А можно было рассматривать другие варианты решения проблемы во время того, как придет понимание об утверждении Схемы для всего города в целом. Так было в 2008 году, когда принимались временные меры, прежде чем перейти к требованиям измененного законодательства. Процедура демонтажа на сегодняшний день также находится вне норм действующего законодательства. Нет четких правил, инструкций и регламентов. Демонтаж производится с грубейшими нарушениями прав собственников имущества. Очередность выполнения предписаний осуществляется бесконтрольно. Повлиять на ситуацию предпринимателям этой сферы шансы минимальны, поскольку желания что-либо изменить в лучшую сторону с учетом интересов всех участников рынка рекламных услуг со стороны муниципалитета г. Ярославля и мэрии г. Ярославля не имеется. Все предприниматели заинтересованы работать в соответствии с законом и пополнять бюджет города. И это все решаемо, даже в условиях отсутствия адекватной Схемы.

Представителям предпринимателей были заданы вопросы Уполномоченным Бакировым А.Ф., представителями мэрии г. Ярославля, муниципалитета г. Ярославля.

1. Имеются ли у вас самовольные рекламные конструкции и готовы ли вы принять меры по их демонтажу в добровольном порядке?

Лернер И.С. пояснил, что таких конструкций в его бизнесе единицы и он готов принять меры по их демонтажу. Также указал, что кроме рекламных агентств, которые участвуют в переговорах, на рынке рекламных услуг есть и другие предприниматели. Но решение по демонтажу рекламных конструкций принимается исключительно по нам. Хочу также пояснить, что мэрией г. Ярославля в данном вопросе не делается ничего. Я считаю, что необходимо взять списки рекламных конструкций по каждому предпринимателю и провести их сверку. Таким образом, будут выявлены самовольные конструкции. После этого принимать меры по их демонтажу. Но сейчас сносятся все рекламные конструкции подряд, а не те, которые являются самовольными или не попадающие под действие Госстандарт. Одна рекламная конструкция была снесена, хотя имела разрешение на установку.

2. Почему вы считаете, что Схема должна быть разработана по всему городу?

Лернер И.С. указал, что муниципалитет полагает, что мэрией г. Ярославля выполнена обязанность по утверждению Схемы, т.к. Схема может существовать и при наличии в ней одной рекламной конструкции. Но кроме закона о рекламе, есть Конституция РФ, федеральное и региональное законодательство в сфере защиты прав предпринимателей, антимонопольное законодательство, которые призваны, в том числе, защищать интересы предпринимательства. Это односторонняя позиция. Возможно, вы правы перед законом о рекламе, но не принимаете во внимание иные законодательные и нормативно-правовые акты.

Уполномоченный Бакиров А.Ф., после заслушивания сторон, обратил внимание на то, что с учетом взаимных претензий сторон необходимо прийти к осознанию существующей ситуации. Требуется конструктивные решения. Уполномоченный разделяет позицию мэрии г. Ярославля, которая обязана выполнять свой функционал, должна пополнять бюджет, действовать в интересах граждан и города. Позиция комитета становится более взвешенной, направленной на поиск взаимоприемлемых решений. Бакиров А.Ф. также отметил, что руководство комитета не должно отвечать за решения предыдущей команды, которая и завела ситуацию в тупик, как нельзя повторять и их ошибки. Одновременно можно понять и предпринимателей, которые просят установить четкие муниципальные правовые нормы в сфере рекламы, делать это в строгом соответствии с федеральным законодательством и другими нормативными правовыми актами, перейти от карательных действий к конструктивному диалогу, дать им возможность осуществлять предпринимательскую деятельность, не допуская нарушений действующего законодательства. Согласно Указу Президента РФ от 04.04.1996 № 491 важнейшей задачей государственной политики является создание благоприятных условий для развития и поддержки предпринимательства. Деятельность субъектов предпринимательства во многом зависит от действий органов власти. Существующая широкая нормативная база в отношении субъектов предпринимательства является подтверждением необходимости учитывать их права и законные интересы. Ключевым моментом обсуждения является отсутствие платежей рекламных компаний перед бюджетом Ярославля за предыдущий период, но и этот вопрос можно решить на основе диалога и взаимных обязательств. Уполномоченный Бакиров А.Ф. также обратил внимание сторон на положительную практику соседних регионов и необходимость ее применения в г. Ярославле, которые не допустили приостановление реализации федерального законодательства в сфере рекламы, бюджет пополняли и все противоречия постарались снять без ущерба интересам предпринимательства. Уполномоченный указал на то, что ответственность за принятие решений лежит на сторонах, поскольку каждая из сторон уже наделала множество ошибок, которые привели к плачевным результатам. Бакиров А.Ф. предложил сторонам не говорить о том, что уже произошло, и указал на необходимость говорить о том, что можно сделать, чтобы изменить сложившуюся ситуацию. Уполномоченные также указали, что должных ответов на вопросы ЯрТПП о правовых основаниях осуществления работ по демонтажу рекламных конструкций, порядке и условиях хранения демонтированных рекламных конструкций, а также о субъекте

финансирования этих затрат и исполнителях работ не получили. В целях установления факта о законности действий органа местного самоуправления по демонтажу рекламных конструкций и порядка финансирования работ Бакиров А.Ф. дал поручение аппарату Уполномоченного направить соответствующие запросы в мэрию г. Ярославля и контрольно-надзорные органы.

#### **Ярославская областная торгово-промышленная палата:**

**Борисов В.А.**, директор департамента предпринимательства ЯрТПП, указал на отсутствие должного нормативного обеспечения, соблюдения действующего законодательства не только в сфере рекламы, соблюдения прав и интересов предпринимателей, но и на обеспечение доступа к информации. Все это приводит к принятию решений, которые препятствуют выполнению полномочий. При этом негативное влияние сказывается, прежде всего, на бюджете г. Ярославля и интересах граждан. Так, платежи за использование городских рекламных мест за первое полугодие этого года по всему городу составили 1373,9 млн. руб., что составляет 2,2 % плана. По демонтажу рекламных конструкций и сумм обогащения за их использования: направлено 67 предписаний на сумму 5106,8 млн. руб. 33 исковых заявления направлены в суд на взыскание задолженности на сумму 1637,8 млн. руб., а поступило в городской бюджет всего 560,4 тыс. руб. В качестве предложения Борисов В.А. указал на необходимость посмотреть на то, что существует на рынке рекламных конструкций, а потом принимать решения в соответствии действующими нормами закона.

**Магнитский Г.С.**, председатель комитета по рекламе ЯрТПП, указал на необходимость использования опыта прошлых лет и волевого решения первого лица города Ярославля. Для составления Схемы достаточно одного месяца, при этом половина используемых ранее конструкций реально могут существовать и в новой Схеме.

#### **Департамент архитектуры и развития территории города:**

**Пашенко П.В.**, директор департамента архитектуры и развития территорий города, пояснил, что департамент дает градостроительное заключение на рекламную конструкцию. Количество конструкций влияют на облик города. Существуют только градостроительные регламенты, никаких дополнительных правил по установке (их типов, видов) нет. Мэрия г. Ярославля предоставляет проект нормативного акта, на который осуществляется экспертиза в соответствии с градостроительными нормами.

#### **Прокуратура г. Ярославля:**

**Ерохин Я.С.**, старший помощник прокурора города Ярославля, указал на то, что прокуратурой города в 2013-2014 г.г. проводились проверки соблюдения должностными лицами мэрии г. Ярославля требований законодательства о рекламе. Проверками установлено, что полномочия Комитета по рекламе, наружной информации и оформлению города, связанные с выявлением самовольно установленных рекламных конструкций, пресечением нарушений в указанной сфере, осуществляются ненадлежащим образом. Должностными лицами Комитета должным образом не исполняются возложенные на них обязанности по демонтажу конструкций, предписания об их демонтаже в течение длительного времени не выдавались, в средствах массовой информации не опубликовывались. В течение длительного времени мэрия г. Ярославля урегулировать отношения в сфере распространения рекламы на территории г. Ярославля не может. Прокуратурой города по результатам проверок принимались меры прокурорского реагирования, органу местного самоуправления указывалось на недостатки, вносились представления об устранении нарушений закона о рекламе с указанием конкретных рекламных конструкций, которые подлежат демонтажу. По результатам рассмотрения мер прокурорского реагирования органом местного самоуправления принимались меры по демонтажу рекламных конструкций. Меры прокурорского реагирования принимались прокуратурой города также в отношении рекламных компаний по фактам размещения конструкций без разрешения, возбуждались административные производства, виновные лица привлекались к административной ответственности в виде штрафов. В соответствии с требованиями действующего законодательства все незаконно размещенные конструкции должны быть демонтированы. Обязанность осуществлять демонтаж возложена на мэрию г.

Ярославля. Относительно утверждения мэрией г. Ярославля схемы размещения рекламных конструкций, поясняю следующее. Как всем известно, мэрией г. Ярославля принята схема размещения рекламных конструкций. Прокуратурой города в ходе проверки выявлены факты нарушения требований законодательства при принятии Схемы. По результатам проверки приняты меры прокурорского реагирования, принесены протесты. Принятые меры прокурорского реагирования являются законными, обоснованными. Хочу отметить, что если в результате принятия прокуратурой города мер прокурорского реагирования нарушены чьи-либо права и законные интересы, или кого-либо не устраивает осуществляемый прокуратурой города надзор в сфере размещения рекламы на территории г. Ярославля лицо самостоятельно вправе обратиться с соответствующим обращением к вышестоящему прокурору. Хочу подчеркнуть, чтобы все меня слышали, что в случае несоблюдения кем-либо требований действующего законодательства прокуратура города будет на это реагировать путем применения соответствующих мер прокурорского реагирования. Полагаю, что мэрия города обязана принять меры по утверждению схемы размещения рекламных конструкций на территории всего г. Ярославля, а не ограничиваться только отдельно взятой улицей. Скорейшее решение всех возникших вопросов в сфере размещения рекламы на территории г. Ярославля возможно только в том случае, если будет желание и воля к решению вопросов, как у представителей рекламных агентств, так и у органа местного самоуправления. Если этого не будет, если каждый не будет заинтересован в наведении порядка, проблема сохранится. По заданному вопросу относительно возможности взыскания денежных средств с рекламных компаний как необосновательного обогащения в период размещения рекламных конструкций без разрешений разъясняю, что в соответствии с требованиями гражданского законодательства мэрия г. Ярославля вправе потребовать в досудебном порядке уплаты соответствующих денежных средств. Такое право принадлежит только органу местного самоуправления.

#### **УФАС ЯО:**

**Бай-Бородина Л.Ю.**, начальник отдела естественных монополий и рекламы УФАС ЯО, указала, что в соответствии с частью 1 статьи 15 Федерального закона «О защите конкуренции» федеральным органам исполнительной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия). Учитывая изложенное, бездействие органа местного самоуправления по демонтажу рекламных конструкций в соответствии с частями 21.2 и 21.3 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», может содержать признаки нарушения части 1 статьи 15 Федерального закона «О защите конкуренции». Все контрольные и надзорные органы провели работу, хотя полномочия и обязанности по согласованию отнесения мест по размещению рекламных конструкций относятся к компетенции органа местного самоуправления. Полномочия согласования ГИБДД исключено из компетенции этого органа. Согласование в части содержания дорог и дорожной разметки возложено на департамент городского хозяйства мэрии г. Ярославля. Обращаю внимание на то, что данная структура согласовала Схему, в то время, когда должна была знать, где и как могут быть размещены рекламные конструкции. И прокуратура города не является согласующим органом, она осуществляет надзор в данном случае. Учитывая, что мэрия г. Ярославля знает позицию прокуратуры, но допускает нарушения при утверждении Схемы, такое исполнение полномочий не может относиться к характеру должного. И все должностные лица мэрии г. Ярославля, допустившие неисполнение полномочий местного характера, должны быть уволены. Прежде всего, должны быть утверждены Схемы или Схема в соответствии с Госстандартом, а затем принимать решения по сносу рекламных конструкций. Безусловно то, что происходит в городе, это прежде всего бездействие мэрии г. Ярославля. Нет открытых правил игры, являющимися понятными для субъектов предпринимательства и наличие прозрачной и понятной Схемы.

### **Предложения, по которым достигнуто соглашение в процессе переговоров**

1. Комитету по рекламе, наружной информации и оформлению города в срок до 15 сентября 2014 г. провести анализ муниципальных правовых актов в сфере реализации Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по окончании которого представить в адрес Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Ярославской области результаты;

2. Комитету по рекламе, наружной информации и оформлению города подготовить проект Положения о размещении наружной рекламы в г. Ярославле и представить его на рассмотрение Постоянной комиссии по экономике и развитию города Муниципалитета г. Ярославля в срок до 30 сентября 2014 г.;

3. Предпринимателям в срок до 10 сентября 2014 г. подготовить письмо Уполномоченному по защите прав предпринимателей в Ярославской области с просьбой обратиться к Уполномоченному при Президенте РФ по защите прав предпринимателей по вопросу признания утратившим силу постановления Госстандарта России от 22.04.2003 № 124-ст государственному стандарту РФ «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (ГОСТ Р 52044-2003) и утверждения технического регламента согласно требованиям ч. 4 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;

4. Предпринимателям в срок до 8 сентября 2014 г. представить в Комитет по рекламе, наружной информации и оформлению города:

- список рекламных конструкций, стоящих на балансе у предпринимателей, с указанием адреса места нахождения их, реквизитов ранее заключаемых договоров по ним, с фотофиксацией и расчетами за их фактическое использование на территории города;

- список рекламных конструкций, существующих на рынке рекламы в г. Ярославле, не вошедших в список рекламных конструкций, стоящих на балансе у предпринимателей.

5. Комитету по рекламе, наружной информации и оформлению города в срок до 15 сентября 2014 г. осуществить сверку представленных предпринимателями списков.

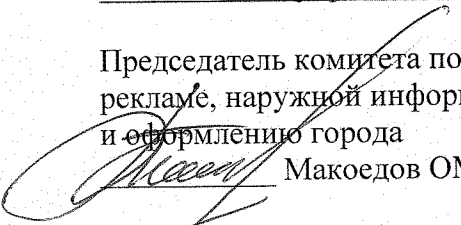
6. Аппарату Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Ярославской области в срок до 5 сентября 2014 г. подготовить и направить письмо в адрес первого заместителя мэра г. Ярославля Нечаева А.В. с требованием создания в месячный срок создать рабочую группу по реализации Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в рамках которой осуществить принятие мер по урегулированию вопросов в сфере наружной рекламы в г. Ярославле.

В ходе переговоров стороны пришли к выводу о необходимости принятия конструктивных решений по урегулированию возникшей конфликтной ситуации с учетом поступивших предложений.

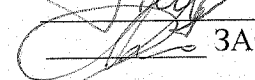
Соглашения, достигнутые в результате переговоров сторон при участии Уполномоченного, являются добровольными и не налагают на участников переговоров каких-либо юридических прав и обязанностей. Протокол изготавливается в одном экземпляре и хранится у Уполномоченного, сторонам направляются копии протокола.

Подписи сторон:

Со стороны органа  
местного самоуправления:

Председатель комитета по  
рекламе, наружной информации  
и оформлению города  
 Макоедов ОМ.

Со стороны предпринимателей

 ООО «Мастер»  
 ООО «Два слона»  
 ООО РГ «ДРИМ»  
 ЗАО «Аврора-Аутдор»

Соглашение достигнуто при участии Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Ярославской области.

Уполномоченный



А.Ф. Бакиров