

ПРОТОКОЛ
громадських слухань

Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами в місті Чернівці

«23» червня 2018 року

Місце проведення: кабінет № 105 Чернівецької міської ради (площа Центральна,1)
Час проведення: 11:00

Присутні:
Учасники громадських слухань у кількості 26 осіб (список реєстрації – у додатку 1 до цього протоколу).

З них наділені правом голосу 25 учасників.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

1. Обрання головуючого, секретаря та членів лічильної комісії.
2. Затвердження порядку денного та регламенту слухань.

1. Обрання головуючого, секретаря та членів лічильної комісії.

СЛУХАЛИ:

1. Хілько Наталя Олексіївна – головного архітектора міста Чернівці, яка ознайомила присутніх з темою громадських слухань та запропонувала обрати голову громадських слухань, секретаря та лічильну комісію.

ВИСТУПИЛИ:

1. Із залу виступили з пропозиціями обрати головою громадських слухань Семенко Олега Олександровича.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 25
Проти – 0
Утрималися – 0

УХВАЛИЛИ:

1. Обрати головуючим слухань:

Прізвище, ім'я, по батькові	Адреса реєстрації та контакти
Семенко О.О.	

2. Обрати секретарем громадських слухань Халявку Т.І.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 25
Проти – 0
Утрималися – 0

УХВАЛИЛИ:

1. Обрати секретарем слухань:

Прізвище, ім'я, по батькові	Адреса реєстрації та контакти
Халявка Т.І.	

3. Обрати головою лічильної комісії Дороша Володимира

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 25

Проти – 0

Утрималися – 0

УХВАЛИЛИ:

1. Обрати головою лічильної комісії слухань:

Прізвище, ім'я, по батькові	Адреса реєстрації та контакти
Дорош В.І.	

2. Затвердження порядку денного та регламенту слухань.

СЛУХАЛИ:

1. Про затвердження порядку денного та регламенту слухань.

ВИСТУПИЛИ:

1. Хілько Н.О.

2. Воронич І.І.

Запропоновано затвердити по 10 хвилин на вступне слово, доповідь та відповіді на запитання та виступи експертів, на обговорення та співдоповіді – по 5 хвилин.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 25

Проти – 0

Утрималися – 0

УХВАЛИЛИ:

1. Затвердити наступний порядок денний громадських слухань:

на вступне слово ініціатора громадських слухань – до 10 хвилин;

на доповідь – до 10 хвилин;

на кожну із не більше двох співдоповідей – до 5 хвилин;

відповіді на запитання після доповіді й усіх співдоповідей разом – до 10 хвилин;

на виступи експертів – до 10 хвилин;

на виступи в обговоренні – до 5 хвилин.

2. Розгляд питання громадських слухань.

Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами в місті Чернівці

СЛУХАЛИ: Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами в місті Чернівці

ВИСТУПИЛИ:

1. Представник Департаменту містобудівного комплексу та земельних відносин Чернівецької міської ради **Мірошніченко Андрій** побіжно ознайомив присутніх з текстом постанови «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами в м. Чернівці», акцентував увагу на зауваження та зміни, які було внесено за пропозиціями учасників попереднього обговорення даного проекту. Взяті до відома поправки, внесені паном Вороничем І.І. по пунктах.

2. Голова слухань **Семенко Олег**: Дякуємо. А тепер, щоби голосувати, необхідно пройти по кожній правці окремо.
3. Архітектор **В'ячеслав Обнявко** запропонував переглянути пункт про «тимчасові рекламні засоби»:
 - Для, так званих, штендерів залишити пункт «... повинні бути єдиного розміру та єдиною формою», а для інших тимчасових рекламних засобів це обмеження забрати.
 - В пункт про подання документів про надання дозволу на рекламу додати «і в «історичній зоні». Внести додаткову відповідальність також і в історичній зоні.
 - Переглянути пункт про погодження дозволу з Міністерством культури України. Внесено пропозицію, щоб рекламу в історичній частині міста також погоджував головний архітектор міста, а не погоджувати її в Києві в Мінкультури України.
4. Головний архітектор міста **Хілько Н.О.**: Дякую за довіру. Все, що буде запропоновано на даних слуханнях фіксується. Ми проконсультуємось з юрвідділом, який повинен проаналізувати всі пропозиції громадськості.
5. **Воронич І.І.**: Ніхто не отримував дозволу Мінкультури. Як буде тепер з тими, у кого договори вже підписані?
6. **Хілько Н.О.**: Всі договори залишаються дійсними згідно чинних договорів. Можуть виникнути питання, коли настане час продовження договорів.
7. **Обнявко В.**: Пропоную замість погодження Міністерством культури України, посилити контроль дозволів в історичному ареалі.
8. **З місця**: Обговорення схеми погодження дозволів.
9. **Хілько Н.О.**: Забрати з історичної зони всі рекламні конструкції – це наша мета. Очищаємо центр міста від великогабаритної реклами.
10. **Дорош В.І.**: Прохання: надати час для доопрацювання положення, хоча би 7 днів. Повідомити власникам бізнесу, щоби разом обговорили та внесли письмово свої пропозиції. Враховуючи те, що розпорядження про громадські слухання було видано за три дні до їх проведення, я **вношу пропозицію** зробити перерву для можливості залучення фахівців, представників рекламного бізнесу та громадськості. Наша мета добитися того, щоби дозволи надавалися легко і прозоро.
11. **Голова Семенко О.О.**: Є ще пропозиції? (Немає) Коли всім буде зручно зібратися?
12. **Хілько Н.О.**: Уточнили у юристів, ми можемо зробити перерву.
13. **Голова Семенко О.О.**: Ставлю на голосування: **Хто за те, щоби зробити перерву в роботі громадських слухань до 3 липня 17:00?**

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 25

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

УХВАЛИЛИ:

1. Зробити перерву громадських слухань. Назначити продовження громадських слухань «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами в місті Чернівці» на 03.07.2018, на 17:00. Місце проведення кабінет № 105 Чернівецької міської ради (площа Центральна,1).
2. Всі зацікавлені долучитись до обговорення можуть надсилати свої пропозиції, зауваження та рекомендації на електронну адресу секретаря громадських слухань - th@smpdv.com

Робота після перерви 03/07/2018

Присутні – 15

З них з правом голосу – 13

1. **Мірошниченко А.:** У зв'язку з невиконанням головою даних слухань своїх обов'язків, а саме, не передача протокола попереднього засідання, ми бачимо таку картину в залі (невелика кількість учасників слухань) ... Я хочу попередити голову і призвати до виконання всіх пунктів положення, бо це є дуже важливим моментом.
2. **Дорош В.І.:** На минулому нашому зібранні я також був присутній. У зв'язку з тим, що минулі громадські слухання були оголошені та назначені за 2 (дві) доби після підпису міським головою розпорядження (це, як на мою думку, дуже мало часу, щоби повідомити людей і залучити експертів), тому я був ініціатором того, щоби не закривати наші громадські слухання минулого разу, а зробити перерву щоби люди пройшли весь порядок денний і ознайомилися з тим проектом, який нам озвучила редакція Департаменту, зокрема пан Андрій був доповідачем, і тоді більшістю – одногосно проголосували за те, зробити перерву в роботі громадських слухань. Тоді було зареєстровано 25 членів громадських слухань, сьогодні із них є 13, тобто кворум є можемо продовжувати засідання. Крім того, ми розповсюдили інформацію та запросили всіх бажаючих, хто хоче долучитися до обговорень і бути присутнім на продовженні громадських слухань, яке відбувається сьогодні. Протоколу як такого бути не могло, тому що громадські слухання не закінчилися, ми просто взяли перерву, щоби більше людей, фахівців долучилися до обговорення. Сподіваємось на плідну співпрацю. Якщо ми сьогодні закінчимо слухання, то голова та секретар передадуть, так як Ви зауважували, протокол засідання для оприлюднення, щоби все було відповідно до чинного законодавства.
3. **Голова Семенко О.О.:** Переходимо до обговорення пунктів. Надаю слово голові спілки рекламистів **Вороничу І.І.**
4. **Воронич І.І.:** Жаль, що немає проєктора. Прийдеться з паперу. Прийняття правил – змінить ситуацію в місті та припинить певну стагнацію в місті, ми зможемо плідно працювати. Я підготував презентацію, яка допоможе розвіяти міф про те, що зовнішньої реклами немає в світі. Зовнішня реклама присутня в усьому світі. Заборона зовнішньої реклами – не має жодних позитивних наслідків для міста. Заборона зовнішньої реклами призводить до її переходу у вандальні, нелегальні форми (виведення бізнесу в тінь). Тому ми, представники рекламного бізнесу, вважаємо, що спроби заборони зовнішньої реклами ні до чого хорошого не призведуть. Вони приведуть до корупції. Члени спілки вивчили та проаналізували проект правил, що нам пропонується і у нас є свої зауваження та пропозиції. Хотілось й зазначити й те, що тут відсутні додатки, які є дуже важливими, є путівниками в нашій роботі.
Наші зауваження:
Пункт 2. Ми не бачимо класифікатора, тому важко щось говорити. **Пропонуємо вилучити** «Афішні тумба – стаціонарний вертикальний рекламний засіб циліндричної форми, призначений для розміщення, як правило, рекламних афіш.»

Для чого писати закони, які не будуть виконуватися?
Тут багато обмежень.

5. **Мірошниченко А.** Ми проти. Класифікатор є. Афішна тумба – не для реклами, а тільки для афіш. Згідні прибрати «як правило».
6. **Голова Семенко О.О.:** Є пропозиція в п.2 поняття «Афішна тумба» **викласти** в наступній редакції:
«Афішна тумба – стаціонарний наземний об'єкт, призначений для розміщення рекламних афіш»
Ставимо на голосування.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12
Проти – 0
Утрималися – 1
Рішення прийнято.

7. **Пункт 3.3.1 «...»**
Воронич І.І. Для того, щоб зменшити рекламне навантаження в центрі міста, пропонуємо зменшити обмеження рекламних площин з 12 кв.м. до 8 кв.м.
8. **Голова Семенко О.О.:** Ставимо на голосування: **Хто за пропозицію зменшити з 12 кв.м. до 8 кв.м. формат рекламних площин в першій зоні?**

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13
Проти – 0
Утрималися – 0
Рішення прийнято.

9. **Воронич І.І.**
Наша пропозиція: внести певні зміни і вилучити частину з історичного ареалу з першої зони. А саме, частину вулиці Героїв Майдану від будівлі № 41 до вулиці О. Щербанюка.
Для мене особисто не зрозуміло, чому вулиця, на якій присутні «хрущовки», новобудови, в тому числі й житловий комплекс «Фортеця» - то їм там можна стояти, тому виходячи з цього я не бачу проблем, вилучити цю частину.
Дебати з залу.
Ми не пропонуємо внести зміни в історичний ареал, ми пропонуємо на цьому сегменті вулиці – вздовж житлового комплексу «Фортеця», віднести його до другої зони. І там будуть мати право «жити» рекламні конструкції для другої зони.
10. **Мірошниченко А.:** Я розумію про що йде мова. Але є органи, які слідкують за порядком в історичному ареалі. Наразі ми не можемо нехтувати основними положеннями культурної спадщини. Я розумію, про що йдеться, і тому, якщо громада доведе і міській раді, і обласній, що потрібно зменшити це коло до якихось меж, то будуть внесені зміни автоматичного і до положення. Тому ми не можемо змінити те, що діє чинним, одне, а на це покласти щось інше.
11. **Воронич І.І.:** Чи передбачений в чинному законодавстві поділ історичної частини міста на підзони?
12. **Мірошниченко А.:** Не передбачено
13. **Воронич І.І.:** Виникає колізія, там, де бізнес пропонує внести якісь зміни – тут не передбачено законом, а там, де ви пропонуєте центральну частину міста поділити, то тут допускається.

14. **Мірошниченко А.:** Наші пропозиції не порушують чинне законодавство, а ваші пропозиції порушують.
15. **Воронич І.І.:** Прошу поставити на голосування, не вносити зміни, а внести зміни чи доповнення: друга зона в нашій пропозиції продовжується по вулиці Героїв Майдану до перехрестя з вулицею Сторожинецькою.
16. **Дорош В.І.:** ... Тут треба організовувати інші громадські слухання, щоби внести корегування у визначений периметр історичної частини. Це питання прямо ніяк не входить до нашого порядку денного. Але воно має логіку.
17. **Воронич І.І.:** Виходячи з цього (правил) частина конструкцій перестане мати право на існування, які вже встановлені і мають дозвола.
18. **Унгурян Т.:** Є затверджена концепція розвитку міста, в якій є чітко все прописано. Ми не можемо змінити те, що вже прийнято і затверджено. Зараз недоречно обговорювати це питання. Коли на якійсь нараді будуть обговорювати і зменшувати сам історичний ареал, відповідно і внесемо зміни в цю зону. Але в даний момент це недоречно обговорювати.
19. Пропозиція голови **Семенко О.О.:** П. 3.4. Перша зона поділяється на підзону (А1) - вилучити. Залишити 8 квадратів для однієї зони.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 9
Проти – 5
Утрималися – 0
Рішення прийнято.

20. **Воронич І.І.:** Розглядається П.3.5. «.....»
Рекламисти не погоджуються з таким розподілом «другої зони». Це привабливі місця для розміщення реклами. Нас це хвилює, оскільки для різних зон – різна вартість розміщення. Тепер, згідно даного проекту правил, вони прирівнюються: вулиці Залозецького та проспект Незалежності стають на одну сходинку. Я впевнений, що це не логічно. Навіть з точки зору бізнесу, не може вартість розміщення реклами на перехресті Залозецького і Кармелюка та на проспекті Незалежності бути однаковими. В більш привабливих місцях люди будуть готові ставити більш дорогі конструкції, більш сучасні. Ми всі виживаємо... Я говорю відкрито: я не поставлю дороговартісну конструкцію на проспекті і таку саму на перехресті Залозецького і Кармелюка. Тому, ми пропонуємо залишити принцип другої зони той, який і був: це є конкретні вулиці або навіть частини вулиць в конкретних сегментах. Все решту віднести до третьої зони – це менш привабливі з точки зору рекламодавця місця.
21. **Дорош В.І.:** Необхідно зробити привабливими ціни на розміщення рекламних конструкцій, щоб бізнес міг пробувати, розуміючи, що якщо він розміщується не в дуже привабливих умовах, то хоча би не так багато за це платить. Розцінки повинні бути такими, щоби всі залишалися задоволеними....На моє глибоке переконання ця пропозиція є слушною. Ми можемо прийняти цю пропозицію і паралельно вносити пропозиції громадської ради спільно з вами для внесення відповідних змін до затвердженої уже концепції, яка просто покращить ведення бізнесу і внесе додаткові поповнення в бюджет.
Дебати з місця.....
22. Голова **Семенко О.О.:** Слово надається архітектору **Обнянку В.**

23. Обнявко В.: П. 2. Видалити останнє речення «Тимчасові рекламні засоби повинні бути єдиної форми, затвердженої органами місцевого самоврядування»

24. Голова Семенко О.О. : Прохання проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

25. Обнявко В. Пропоную розглянути п. 5. Подання документів на оприлюднення дозволу.

П.5.1. доповнити абзацом: *«Розгортку по вулиці, або комп'ютерний макет середовища, в якому пропонується розміщення рекламного засобу в межах центрального історичного ареалу»*

26. Голова Семенко О.О.: Орган не може вимагати більше, ніж Закон.

27. Мірошніченко А.: Департамент погоджується з Вашою думкою, але в типових правилах чітко зазначено, який перелік документів повинен подаватися . І цей перелік є вичерпним. Тому департамент наполягає на залишенні даного пункту в тій редакції, яка була запропонована.

28. Голова Семенко О.О.: Голосуємо за пропозицію пана Обнявка.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 3

Проти – 9

Утрималися – 1

Рішення не прийнято.

29. Обнявко В.:

П.6. Погодження дозволу.

Пропоную **виключити з другого абзацу слова «історичних ареалів населених місць» і доповнити словами:** *«Відповідно до ст.14 част.6 ЗУ «Про архітектурну діяльність» розміщення рекламних засобів в історичному ареалі погоджує головний архітектор міста».*

30. Мірошніченко А.: Існує закон України, який визначає порядок надання документів дозвільного характеру. І там чітко прописаний механізм.

31. Голова Семенко О.О.: Хто за те, щоби підтримати пропозицію пана Обнявка?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 8

Проти – 4

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

32. Обнявко В.

П.15 Вимоги до зовнішньої реклами та її розміщення.

П.15.2 доповнити такими вимогами:

«Відповідно до п.2.11 ДБН В.2.3-5-2001, «Вулиці та дороги населених пунктів», розміщення рекламоносіїв на розділових смугах вулиць та доріг не допускається.

33. Воронич І.І.: Є судова практика по Україні, коли органи місцевого самоврядування з певних причин подавали позови і скасовували дозвола саме на підставі ДБН, які раніше видавали. Але

їхні рішення були відмінені на основі того, що ДБН є нижчий по рівню законодавчий орган, ніж Кабінет Міністрів України, а Постанова Кабінету Міністрів, прийнята в 2003 році, в ній у прикінцевих положеннях вказано те, що необхідно внести відповідним органам відповідні зміни, згідно даної постанови....

34. Мірошниченко А.: Я повністю підтримую позицію пана В. Обнявка.

35. Голова Семенко О.О.: Ставимо на голосування пропозицію Обнявка В.:

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 6

Проти – 5

Утрималися – 1

Рішення не прийнято.

36. Воронич І.І. Показав на проекторі зонування міста.

Пропозиція: «*Чітко визначити вулиці. Текстом визначено у правках П.3.5*».

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 9

Проти – 1

Утрималися – 2

Рішення прийнято.

37. Пропозиція п.3.5.1.: “.....”

Воронич І.І. Ми пропонуємо збільшити форматність від запропонованих департаментом 18 квадратних метрів. якщо будуть стояти два борда поряд, об’єднані одним сюжетом, то візуально це вже буде більше 18 квадратних метрів. Брандмауери на стінках також, як правило, більші 18 квадратних метрів. На деяких вулицях, об’їзних дорогах тощо розмір реклами більший набагато за 18 кв.м. ... Оскільки є формат 5x12, який є актуальним, він присутній на ринку України, а ми рухаємося, як і всі міста вперед, то пропонуємо збільшити форматність до 60 квадратних метрів. Такі конструкції дороговартісні, але вони сучасні і гарні. Але ми маємо можливість забезпечити можливість приходу таких конструкцій на ті же вулиці Лук’яновича, яка по суті є транспортною магістраллю, об’їзною... Ринок диктує

38. Мірошниченко А.: Такі конструкції, як правило, ставляться над проїжджими частинами дороги. В Чернівцях такого ще нема. Я не думаю, що в першій культурній зоні можливе таке розміщення. У другій зоні не більше 18 квадратних метрів ... Ми наполягаємо на залишенні в тій редакції, яку запропонував департамент.

39. Голова Семенко О.О.: Ставимо на голосування. “Хто за збільшення формату реклами у другій зоні до 60 квадратних метрів?”

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 6

Проти – 6

Утрималися – 1

Рішення не прийнято.

40. Рогов Сергій: Пропоную збільшити формат реклами у другій зоні до 36 квадратних метрів однієї сторони.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 6

Проти – 3
Утрималися – 3
Рішення не прийнято.

41. Воронич І.: П.3.6.

Сьогодні згідно чинного законодавства вивіска, більша за 3 метри являється зовнішньою рекламою. Існує ймовірність, що ресторан “Паркова вежа” буде більше 3-х метрів. Реклама концертів, заходів культури... виявляється, що їх не можна розмішувати. В парку Шевченка існують сітілайти, які належать парку.. Він використовує їх для розміщення власної реклами, для розміщення реклами концертів, соціальної реклами.... Зрозуміло, що біл-борди ніхто в парку не поставить. Але не знаю, чи доречно прибрати повністю рекламу з парків.

42. Рогов С.: Чи передбачені в класифікаторі рекламні конструкції, які є не типовими? Наприклад, брендовані туалети або тумби, як це показує нам європейська практика.

43. Мірошніченко А.: В класифікаторі є рекомендовані рекламні конструкції. Якщо буде необхідність, будуть подаватися заяви з пропозиціями, які будуть розглядатися і будуть прийматися відповідні рішення....

.... Візьмемо спортивні майданчики. Наприклад, “Олімпію”. Приходиш на стадіон, а там реклама, реклама, реклама

Продовження дебатів щодо розмірів вивісок та рекламних конструкцій.

44. Воронич І.І.: Що робити бізнесу, який вклав великі кошти в дизайн та оздоблення об'єкту великого розміру і вивіска повинна бути відповідною, а не 3 кв. м.. Наприклад, “Паркова вежа”, ігрові майданчики. Завтра вийде заборона про те, що не можна в парку повісити афішу концерту, тому що це реклама. Те саме й на спортивних майданчиках. Спорт живе за рахунок спонсорів. І зараз буде заборона розмістити їх там.

45. Унгурян Т.: Якщо я іду в сквер або парк, я йду туди відпочивати. І я не хочу бачити рекламу. Повинні бути місця вільні від реклами.

В процесі обговорення виникло питання: що робити власникам бізнесу, чиї вивіски сьогодні вже висять і вони більші за 3 квадрати? Знімати їх? Реклама концертів, згідно даних правил, також буде заборонена. Адже правила повинні бути однакові для всіх. Тому необхідно врахувати інтереси всіх, щоб не було потім «виключень».

Продовження дебатів. Пропозиція взагалі прибрати цей пункт з правил.

46. Голова Семенко О.О.: На голосування виноситься пропозиція: внести поправки до запропонованих: «внутрішню територію»

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12
Проти – 0
Утрималися – 0
Рішення прийнято.

47. Воронич І.І.: Робочий орган. У нас зауваження до пункту 4.1.

Пропонуємо вилучити:

- «регулювання діяльності з розміщення соціальної реклами, а також інформації соціальної спрямованості у межах наданої компетенції»
- «підготовка і надання до виконавчого комітету Чернівецької міської ради пропозиції, стосовно розмірів плати за надання платних послуг МКП «Реклама»

як показує практика, у робочого органу, або деяких осіб із робочого органу, і у рекламістів різні підходи до соціальної реклами. Крім того, на погодження соціальної реклами потрібно не менше, ніж 2 тижні, а за цей час соціальна реклама може стати не актуальною. Крім того, є законодавство, яке говорить про те, відповідає дана реклама критеріям соціальної реклами або не відповідає. І для цього не потрібне ніяке регулювання зі сторони робочого органу.

48. Мірошниченко А.: По-перше, нічого не було би, якщо би за соціальну рекламу не надавалася пільга у вигляді звільнення від сплати. По-друге, Департаментом було направлено листа в Міністерство з інформаційної політики з роз'ясненням, де говориться, що відповідний робочий орган має регулювати, що є соціальною рекламою що ні та порядок її розміщення.

Тому ми наполягаємо на редакції, запропонованій Департаментом.

49. Воронич І.І.: По-перше, це не є пільгою. Вартість поклейки однієї площини вартує 300 грн., щоби її зняти – ще 300 грн. Тобто, людина потратила 600 грн., а з Вашої точки зору, вона отримала пільгу на 360 грн. Другий момент. Така компенсація, Андрій Іванович, передбачена рішенням міської ради, а не Департаментом і не Вами. Третій момент. Люди розміщують не тільки ту соціальну рекламу, яку ви надаєте, вони друкують іншу соціальну реклами, шукають якихось меценатів ... тобто несуть якісь витрати. З точки зору податкового законодавства, немає такого поняття як надання бюджетної пільги. Згідно Податкового кодексу України безоплатно надані послуги прирівнюються до доходу. Рекламисти безкоштовно розміщують соціалку, тобто фактично надають безоплатно послуги, які Ви трактуєте, як бюджетне фінансування. І для більшості людей, які присутні в цьому залі і працюють на єдиному податку, Ваша заява є підставою того, щоби їм завтра скасували свідоцтво про реєстрацію єдиного податку.....

50. Дорош В.І.: ... Я за те, щоб ми знайшли таку редакцію, яка влаштовувала би всіх...

51. Воронич І.І.: Досвід. Рекламисти розміщували рекламу, надавали сюжети на погодження в Департамент, він в свою чергу дивився, чи відповідає чинному законодавству, і це погоджувалося як розміщення соціальної реклами. Погоджуюся, що є моменти, коли нібито соціальна реклама насправді не є соціальною. Але з цим ми боремося. А з осені минулого року виявилось, що соціальна реклама регулюється в «ручному режимі». І завтра в 15:00 буде комісія якраз з цього приводу....

52. Мірошниченко А.: Насправді, якщо говорити про осінь минулого року, то всім рекламістам було направлено лист, в якому зазначалось, що раніше було так, а відтепер соціальна реклама буде надаватися за попереднім погодженням. Є рішення виконавчого комітету, де зазначено, що розміщення соціальної реклами відбувається за погодженням департаменту. Крім того, до нас надходять прохання з міської, обласної адміністрації по розміщенню соціальної реклами. Ми пропонуємо на календарний рік затвердити план розміщення соціальної реклами

53. Дорош В.І.: Але соціальна реклама може по факту виникати, і звісно не бути внесеною в план, і відповідно не буде зафіксована як соціальна.

54. Голова Семенко О.О.: Ми за те, щоб попередньо не погоджувати соціальну рекламу. По факту розміщення надавати Департаменту звіт. Якщо Департамент вирішить, що це не соціальна реклама (обґрунтовано, згідно закону), то за неї бізнес заплатить.

Ставимо на голосування пропозицію в повній редакції :

- *«регулювання діяльності з розміщення соціальної реклами, а також інформації соціальної спрямованості у межах наданої компетенції»;*
- *«підготовка і надання до виконавчого комітету Чернівецької міської ради пропозиції, стосовно розмірів плати за надання платних послуг МКП «Реклама».*

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 8

Проти – 4
Утрималися – 1
Рішення прийнято.

55. Пропозиція: зробити перерву до четверга 05.07.2018 о 17:00.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13
Проти – 0
Утрималися – 0
Рішення прийнято.

Робота після перерви 05/07/2018

Присутні – 16

З них з правом голосу - 14

- 1. Дорош В.І.:** Громадські слухання – це якраз той інструмент, який повинен, і на мою думку міська рада в цьому напрямку відкрита, і буде впливати на прийняття тих чи інших рішень, для того щоб вони були корисними для громади міста та максимально могли наповнювати бюджет нашого міста, при цьому були комфортними для ведення бізнесу Результатом громадських слухань буде обговорення, внесення змін та пропозицій до наданого Проекту правил, який в результаті з усіма правками та пропозиціями буде поданий на розгляд депутатам Чернівецької міської ради, які будуть проінформовані, що хай не за день, а за 3 зустрічі, навіть 4, представники бізнесу, Департаменту, громадськості, зустрічались і ті зміни чи доповнення, або одноголосно приймалися або в деяких випадках майже одноголосно. Тому піддавати сумніву, що ці рішення є можливо «однобокими», я вважаю трошки недоцільно
- 2. Мірошніченко А.:** Пропоную взяти в цілому за основу даний Проект правил та прийняти всі зауваження і спілки рекламистів, і спілки Архітекторів, фінансового управління і учасників які мають висловитися, скласти з цього приводу протокол, Департамент на кожне окреме надасть своє роз'яснення, розмістить цей протокол на офіційному сайті та передасть, приймати уже остаточне рішення з тих чи інших змін, на розгляд депутатів Чернівецької міської ради.
- 3. Дорош В.І.:** В принципі ми про це все і говоримо – пройти всі пункти, дозатвердити, оформити протокол і належним чином подавати на розгляд депутатів.
- 4. Голова Семенко О.О.:** Я поставлю на голосування пропозицію пана Мірошніченка А., але для того щоб ми розуміли за що ми голосуємо, ми повинні це проговорити. Наприклад, Ви хочете в цілому! А чи всі повністю володіють інформацією, щоб одразу голосувати?!
- 5. Шведик Олександр:** Дозвольте. Що являють собою громадські слухання?! Це не узгодження і подання уже остаточної редакції, це – думка громадськості, яка висловлює свою якусь окрему позицію вважаю, що на сесію ЧМР мають виноситись ті пункти, які були прийняті одноголосно, а ті пункти які були спірними, їх потрібно вивести в окрему колонку, яку надалі вже будуть приймати депутати. Оскільки остаточне рішення за ними, а не за нами чи виконавчим органом.
- 6. Голова Семенко О.О.:** Ми 3 (третій) раз уже опрацьовуємо даний Проект правил і ось нам пропонують проголосувати одразу в цілому, тоді як ми пропонуємо пройти по пунктах. В кого є якісь чи зауваження, чи питання, чи пропозиції – виступили, вислухали, проголосували і пішли далі. Ми для того тут і збираємось, щоб надати депутатами пропрацьований Проект правил громадою.

Надаю слово Вороничу І.І.

7. **Воронич І.І.:** З одного боку пропозиція пана Андрія є цікавою, а з іншого скажімо так, після 2 (другого) засідання громадських слухань, були проведені консультації серед колег рекламистів і на сьогоднішній день є певні пропозиції, які ще є не озвучені.
8. **Голова Семенко О.О.:** Ставлю на голосування пропозицію Мірошніченко А.: *«прийняття в цілому поправок та пропозицій до проекту»*:

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 4

Проти – 9

Утрималися – 2

Рішення не прийнято.

9. **Голова Семенко О.О.:** Ми зупинились на пункті 4.1. Повноваження робочого органу. Прошу Воронич І.І.
10. **Воронич І.І.:** На сьогоднішній момент рекламний бізнес, який має відношення до зовнішньої реклами по м. Чернівці – це дизайнери, це поклейщики, це менеджери які продають рекламу, тобто це сто робочих місць. Якщо взяти навіть реалії української економіки та українського життя, цим людям нараховується мінімальна заробітна плата, це щомісячно приблизно 70 тисяч гривень доходу, скажімо так – по старому це називалось Пенсійний фонд, до місцевого бюджету від платежів податку на користь фізичних осіб. Для чого я це веду про це мову?! Для того, щоб показати, що всі деструктивні дії що відбувалися до цього моменту, можуть просто призвести до скорочення робочих місць.
11. **Голова Семенко О.О.:** Це все зрозуміло, проте переходимо до обговорень. Ми зупинились «...на регулюванні діяльності розміщення зовнішньої реклами». В нас була пропозиція: що Департамент не може втручатись в дії рекламорозповсюджувачів.
12. **Воронич І.І.:** Так. Позиція рекламистів в тому, що органи влади не повинні впливати на розміщення соціальної реклами ... бізнес є соціально відповідальним і він завжди знаходить шляхи співпраці. Вчора мала відбутись комісія, завданням якої якраз мав бути розгляд спірних питань соціальної реклами. Мій висновок, який я вчора виніс з цього засідання, що досягти консенсусу буде досить складно. Оскільки у нас свій погляд, у чиновників, які на сьогоднішній момент працюють, свій погляд. Було також проінформовано, що щомісячно різні інстанції звертаються до Департаменту з умовою розмістити порядку 60-ти рекламних сюжетів соціальної реклами.
Тому у виникла **пропозиція:** «МПК Реклама – завдання якої займатися виключно розміщення соціальної реклами. Ті площини, які має МПК Реклами призначені виключно для цього. Заборони комерційну діяльність, яка не завжди чесно відбувається у порядку конкуренції»
Місто отримує щороку близько 4 млн. грн., тому вважаю, що цієї суми цілком достатньо для утримання «МПК «Реклами», яке буде займатись розміщенням соціальної реклами.
13. **Мірошніченко А.:** На рахунок повноважень «МПК «Реклама», хочу зазначити наступне, що комунальне підприємство Реклама, є господарським підприємством, має власний розрахунок тощо. Відповідно його діяльність також регулюється Господарський кодексом України. Ми повинні розуміти, що «МПК «Реклама» такий самий розповсюджувач реклами які інші оператори Стосовно соціальної реклами – ми всі розуміємо, що на сьогоднішній день це питання на законодавчому рівні не врегульоване, тому Департаментом запропоновано, розрахувати і розробити календарний план соціальної реклами, яка має бути розміщена в місті, хочемо ми цього чи ні! І в деякій мірі погоджується з тим, що не потрібно попередньо погоджувати соціальну рекламу.

Давайте так зробимо, розміщуєте соціальну рекламу, подаєте адресну програму, якщо вона не відповідає вимогам чинного законодавства то вона не буде зарахована, і суб'єкти господарювання можуть звертатися до суду для оскарження дій.

І ми проти того, щоб виключити Департамент, як регулятора розміщення зовнішньої реклами.

Тому пропоную наступний шлях: «Затвердити план соціальної реклами на рік ... але визначити механізм надання площин, для розміщення на вимогу міста і для міста, та на замовлення держави»

14. Голова Семенко О.О.: Дякую. Прошу пане **Олександр**

15. Шведик Олександр.: Вважаю, що дійсно не потрібно виключати даний розділ про соціальну рекламу і його регулятора, але натомість ввести максимально простий механізм – є у рекламорозповсюджувача намір розмістити соціальну рекламу, він її надіслав у Департамент. Якщо заперечень чи зауважень, у триденний термін, немає від робочого органу, вона автоматично приймається і ніяких проблем не виникає.

16. Дорош В.І.: Що стосується того, що сказав пан Олександр. Є законодавство, згідно з яким до 25 числа місяця, людина подає, що вона розміщувала рекламу і ви (Департамент, а не МКП Реклама) вправі погодити чи не погодити таке розміщення. Переконалий, що представники рекламного бізнесу зі свого боку будуть теж стежити за повним виконанням даних зобов'язань.

17. Воронич І.І.: Я підняв питання про 5% оскільки, на сьогодні бізнес не відмовлявся від розміщення соціальної реклами, незалежно 5% чи не 5. Просто складається ситуація, що при аналізі деяких рішень виконкому ЧМР впливає, що одні мають віддати 25 %, деякі 30 %, це по-перше. По-друге, найбільше в чому проблема, не зовсім чітко зрозуміло: добре, коли людина має 100 щитів, 5 % можна виділити, а якщо у людини 4 щита чи 1 щит?! То це як розуміти? Вирізати «клаптик» на постері?!

18. Голова Семенко О.О.: Тому, є пропозиція абз. 5 п. 4.1. : *«Регулювання діяльності з розміщення соціальної реклами, а також інформації соціальної спрямованості», вилучити* з повноважень робочого органу.
Ставимо на голосування.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 8

Проти – 4

Утрималися – 1

Рішення прийнято.

19. Воронич І.І. : Наступне. Спілка рекламистів пропонує **вилучити з п 4.1. абзац – підготовка і надання до виконавчого комітету Чернівецької міської ради пропозиції стосовно розмірів плати за надання платних послуг «МКП Реклама».**

20. Голова Семенко О.О.: Ставлю на голосування. **Хто за те, щоб вилучити цей пункт?**

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 9

Проти – 2

Утрималися – 1

Рішення прийнято.

21. Воронич І.І. Йдемо далі. В п. 4. Повноваження органів у сфері реклами, а саме 4.1. Робочий орган зазначено, що «робочий орган, має повноваження на укладання з розповсюджувачами зовнішньої реклами договори про тимчасове користування місцями, які перебувають у

комунальній власності, для розміщення рекламних засобів»

Тобто, впливає, що на сьогоднішній момент, робочий орган є окремою структурною одиницею, з печаткою, правом підпису і т.д. і т.п. Згідно з чинними Правилами про розміщення зовнішньої реклами, робочий орган вважається підрозділом Департаменту. З цього виходить, що не Департамент підписує, а його підрозділ має якісь свої повноваження.

Ми погоджуємось з тим, щоб до повноважень робочого органу належало не укладання, а підготовка до укладання договорів з розповсюджувачами зовнішньої реклами договори про тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів.

А вже безпосередньо сам договір підписує керівник Департаменту або людина яка на той момент виконує функції керівника.

Ось.

22. Голова Семенко О.О.: Отже, узагальнюємо, що – дозвіл видається Департаментом, Договір укласться з Департаментом за наявності погодження з балансоутримувачем.

Хто за таке рішення?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

23. Голова Семенко О.О.: Закінчимо обговорення п.4 і прохання повернутись до п.3.

Прошу Воронич І.І.

24. Воронич І.І.: Неодноразово піднімалось питання і навіть є рішення Антимонопольного комітету, який визнав, що надання повноважень «МКП «Реклама», як повноцінному суб'єкту прав по демонтажу незаконної реклами є порушенням закону про конкуренцію і рекомендовано для цього залучити окреме незалежне підприємство на конкурсній засаді. В той же час в нас є зауваження, оскільки по Проекту Правил, а саме в п. 4.2., зазначено, що «спеціалізоване підприємство, на підставі рішення виконавчого комітету Чернівецької міської ради, та у випадках, передбачених цими Правилами, на підставі наказу робочого органу здійснює монтаж та демонтаж рекламних засобів та виконує інші завдання.....» Це все чудово, оскільки в Правилах написано, що це буде спеціалізоване підприємство, проте ми все ж побачили в цьому якусь своєрідну прихованість в частині надання таких функцій «МКП «Реклама».

Тому ми хочемо, щоб було чітко прописано, що демонтажами буде займатися спеціалізоване підприємство, яке не займається рекламним бізнесом та немає до нього ніякого відношення.

25. Голова Семенко О.О.: Отже, пропонуємо, абз 1 п. 4.2. викласти в наступній редакції: «спеціалізоване підприємство, на підставі рішення виконавчого комітету Чернівецької міської ради, та у випадках, передбачених цими Правилами, здійснює монтаж та демонтаж рекламних засобів»! на підставі наказу робочого органу **вилучити**.

абз.2 п.4.2. **викласти** в наступній редакції: «виконує інші завдання та функції, передбачені актами чинного законодавства, цими Правилами, іншими актами органів місцевого самоврядування»! а міського голови та Статуту підприємства вилучити.

Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 9

Проти – 0

Утрималися – 1

Рішення прийнято.

26. Голова Семенко О.О.: Прошу повернутися до п. 3 Зонування розміщення рекламних засобів.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 10

Проти – 0

Утрималися – 0.

Рішення прийнято.

27. Голова Семенко О.О.: Надаю слово Вороничу І.І.

28. **Воронич І.І.:** Згідно з пропозицією Департаменту, місто поділяється на 3 зони: перша зона (центральна), друга зона, третя зона (перефірійна) та четверта. По першій зоні ми прийшли до консенсусу. Проте, у нас рекламистів та представників бізнесу, є пропозиція щоб принцип зонування 2-ї зони залишився таким, який є сьогодні в чинних Правилах розміщення зовнішньої реклами. Все що не знаходиться за межами 1 зони та не підпадає під 2 зону – являється 3 зоною. Ми навіть готові, враховуючи реалії розвитку міста сьогодні та певним чином розширити 2 зону.

29. **Мірошниченко А.:** З одного боку, якщо розуміти рекламодавців, їм так зручніше, оскільки деякі місця більшим попитом користуються, деякі ні. Тому, якщо визначити тим чином, що пропонується, то відбудеться велика втрата до бюджету, а Департамент в свою чергу буде змушений підняти ціни. По-друге, зони уже були визначені раніше і саме з цього виходив Департамент.

30. **Дорош В.І.:** Вважаю, що пропозиція пана Ігоря Воронича є слушною. Оскільки рекламні площини в районі готелю Турист мають свою ціну, а площин на вулицях Залозецького чи Кучебея зовсім немає. Чому? Тому що, одна ціна на рекламні площини в даній зоні не дає можливості повставити різнозначні конструкції. Ніхто не наважиться в тих районах поставити площини.

31. **Воронич І.І.:** Якщо розглянути карту Чернівців та кількість рекламних конструкцій, мені здається, що лівова частка надходжень що здійснюється до бюджету здійснюється саме за рахунок 2-ї зони. І якщо вони і надалі будуть стояти в 2-й зоні, то ніяких фактичних втрат для бюджету від того не буде Тому наша пропозиція зводиться до того, щоб **викласти п. 3.5. в наступній редакції:** *«друга зона являє собою основні транспортні магістралі міста (або їх частини, які характеризуються новою багатоповерховою забудовою, наявністю широких вулиць (проспектів) великої протяжності, високою і помірною діловою активністю, присутністю домінантних місць скупчення та напрямків переміщення мешканців і руху транспорту, наявністю великої кількості закладів соціально-культурного призначення, так і старою малоповерховою забудовою. Перелік вулиць або їх частин визначається додатком № _____ до даних Правил».*

32. **Голова Семенко О.О.:** Таким чином, ми розвантажимо першу зону, залишаємо її архітектурною частиною, розширюємо другу зону та даємо можливість розвиватись бізнесу та сприяти поповненню місцевого бюджету.

Тому, хто за пропозицію Воронича І.І., прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 7

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення не прийнято.

33. **Пропозиція:** зробити перерву до вівторка 10.07.2018 о 17.00

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 7

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

Робота після перерви 10/07/2018

Присутні – 15

З правом голосу – 13

- 1. Мірошниченко А.:** Доброго вечора. Є певні моменти і тому, мені хочеться пояснити думку Департаменту з цього приводу. 26 липня в нас буде сесія Чернівецької міської ради. На сьогоднішній момент Департамент так і не отримав зауваження чи пропозиції. Були отримані пропозиції тільки від фінансового управління, спілки Архітекторів (в особі Обнявка), переглянули це все і всі правки включаємо в даний проект Правил. Тому, Департамент на 26 число подає ту редакцію, яку ми бачимо. Більше того на наступному тижні ми отримаємо рішення Господарського суду України по позову Антимонопольного комітету, відповідно до якого Антимонопольний комітет просить суд зобов'язати міську раду виправити ті недоліки які мають чинні Правила про розміщення зовнішньої реклами. І в результаті в нас буде 20 днів, щоб все реалізувати. У мене все.
- 2. Секретар Халявка Т.І.:** У мене питання. Тобто Ви хочете сказати, що ті зауваження, правки чи пропозиції що були внесені протягом нашого обговорення ви розглядати не будете, вірно?!
- 3. Мірошниченко А.:** Так, звичайно, оскільки, ми не отримали від вас протоколу.
- 4. Секретар Халявка Т.І.:** Протокол складається оскільки громадські слухання ще не закінчились.
- 5. Мірошниченко А.:** На рахунок громадських слухань та їх проведення всі питання до юридичного відділу. У мене все. Прохання не забувати про рішення Господарського суду, яке буде винесене 17 липня і зобов'яже нас протягом 20 днів прийняти нові Правила.
- 6. Секретар Халявка Т.І.:** В мене ще одне питання. Під час 1 засідання громадських слухань, 23 червня, перед тим як ми оголосити перерву в громадських слуханнях, пані Хілько Н.О., сказала що вона консультувалась з юрвіділом, який повідомив що ми можемо зробити перерву в слуханнях, ми не відкладали, а зробили перерву. Тобто зауваження про те, що ми повинні були провести слухання в один день, про це ми чуємо вперше.
- 7. Мірошниченко А.:** Я відповім так: по-перше всі питання до юрвіділу, по-друге, в Положенні про громадські слухання немає пункту про перенесення.
- 8. Дорош В.І.:** Дякую за ваш виступ. Департаментом був прийнятий проект Правил і без засідання громадських слухань, без обговорення, без внесення тих поправок чи пропозицій, які виникають і озвучені під час слухань, тому розробник не може прийняти даний проект Положення, це по-перше. По-друге, ви сказали що з травня місяця це все тягнеться, а на скільки нам відомо, тільки 20 червня міський голова видав розпорядження про необхідність проведення громад слухань та назначив їх на 23 червня, де ми всі були присутні. Коли ми побачили, що питань велика кількість, а часу обмаль, зокрема я подав ідею, щоб ми зробили перерву, не перенесли чи зупинили, а зробили перерву, при цьому юридичний відділ повідомив що така перерва можлива.
- 9. Секретар Халявка Т.І.:** В мене ще одне питання пане Андрій. Ви сказали, що отримували

зауваження від Архітектури і фінуправління, але ми від фінуправління зауваження не отримували і не можемо їх переглянути та оговорити на громадських слуханнях. Ми б хотіли їх оглянути, якщо можна?!

10. Мірошніченко А.: Я показував в чому полягали зауваження фінуправління. Їх суть зводиться до фінансової сторони даного питання.

На цьому в мене все.

До побачення.

11. Голова Семенко О.О.: Жаль, що Ви нас покидаєте. Повідомляю, що по факту, представники Департаменту, які були ініціаторами даних громадських слухань, відмовилися брати участь в обговоренні. Це говорить про те, що насправді, їх не цікавить думка громадськості. Для себе вони вже все вирішили, а для галочки, думали що «по-бистрячку» швиденько пройдуть слухання, а не обговорення. Дані питання вкрай важливі, та їх необхідно обговорювати і з власниками бізнесу, і з громадою, і з посадовцями. Тому ми продовжуємо свою роботу і переходимо до розгляду питань.

Як підказує голова лічильної комісії кворум є.

Прошу Вас повернутись до питання 3.5.1., де не було прийняте рішення щодо площі рекламних конструкцій, що будуть розміщуватись у 2-ій зоні. Департаментом пропонується у 2-ій зоні встановлення наземних конструкцій не більше 18 кв.м., тобто всі конструкції що наразі розміщуються в 2-ій зоні – це 36 чи 72 кв.м., при прийнятті депутатами рішення, будуть вимушені зменшувати свої конструкції до 18 кв.м.

Хочу зазначити, що представник Департаменту (Мірошніченко А.) відмовився від обговорення питань щодо формату розміщення площин, що являються досить «болючими». У кого є якісь пропозиції?

12. Воронич І.І.: Добрий вечір. Хотів зазначити, що шокованим тим що зараз відбулося, і тим не менш хотів відзначити, що спілка рекламистів не отримувала жодного звернення від Департаменту з проханням надати свої зауваження щодо проекту Правил. Тим більше зазначу, що ми не отримували чіткого пояснення, що являють собою 18 кв.м.

13. Голова Семенко О.О.: Ваша пропозиція?

14. Воронич І.І.: Пропозиція полягає в наступному: **викласти п. 3.5.1. в наступній редакції** «В другій зоні допускається встановлення наземних стаціонарних рекламних засобів з форматом рекламної площини не більше 36 кв.м. з однієї сторони, при загальній площині конструкції не більше 72 кв.м., а на трасах міжнародного значення допускається розміщення даних конструкцій до 60 кв.м. 1 площини»

15. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

16. Пропозиція п. Воронича І.І.: Повернутися до п. 3 «Зонування розміщення рекламних засобів із заборонами та обмеженнями щодо формату рекламних засобів», а саме – п.3.5.

17. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

18. Воронич І.І.: Прошу викласти пункт 3.5 у наступній редакції: *«Друга зона (основна) – охоплює основні транспортні магістралі міста (або їх частини, які характеризуються новою багатоповерховою забудовою, наявністю широких вулиць (проспектів) великої протяжності, високою і помірною діловою активністю, присутністю домінуючих місць скупчення та напрямків переміщення мешканців і руху транспорту, наявністю великої кількості закладів соціально-культурного призначення, так і старою малоповерховою забудовою. Перелік вулиць або їх частин визначається додатком №_____ до даних Правил».*

19. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

20. Голова Семенко О.О.: Йдемо далі.

Розглядаємо п.7.5.

Пропозиція внести зміни в даний пункт: замість 20 робочих днів прописати 10 робочих днів.

21. Голова Семенко О.О.: Ставлю на голосування. Хто за?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

22. Голова Семенко О.О.: Йдемо далі. Виникла наступна ситуація, коли переноситься щит з одного місця в інше місце в зв'язку з тим, що існують якісь зміни в забудові міста і т.д. і т.п. При цьому Департамент самостійно приймає рішення куди перенести і як перенести. Хотілось обговорити більш детально п.8.6. У кого є які пропозиції?

Дискусія.

Є пропозиція: п. 8.6. прийняти у наступній редакції: *«У разі зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва на місці розташування рекламного засобу, які зумовлюють необхідність зміни місця розташування рекламного засобу, робочий орган у семиденний строк з початку зміни містобудівної ситуації, проведення реконструкції, ремонту, будівництва письмово повідомляє про це розповсюджувача зовнішньої реклами. Робочий орган пропонує нове рівноцінне місце рекламозповсюджувачу зовнішньої реклами. У разі досягнення згоди (компромісу) щодо нового місця розташування рекламного засобу у десятиденний строк вносяться зміни у дозвіл. У разі не досягнення згоди, дане питання виноситься на розгляд виконавчого комітету Чернівецької міської ради».*

23. Голова Семенко О.О.: Голосуємо.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

24. Голова Семенко О.О.: Розглядаємо п.9 «Продовження дії дозволу».

Дискусія.

Пропозиція: Викласти п. 9.1. у наступній редакції: *«Строк дії Дозволу продовжується автоматично на той самий строк, у разі відсутності претензій або заперечень з обох сторін, які подаються не пізніше, ніж за два місяці до закінчення строку дії Дозволу з обґрунтуванням».*

25. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

26. Голова Семенко О.О.: Пропозиція п. 9.2. вилучити. Голосуємо.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

27. Голова Семенко О.О.: Пропозиція п. 9.3. вилучити. Голосуємо.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

28. Голова Семенко О.О.: Пропозиція п. 9.4. вилучити. Голосуємо.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

29. Голова Семенко О.О.: Пропозиція п. 9.5. вилучити. Голосуємо.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

30. Голова Семенко О.О.: Пропозиція п. 9.6. викласти в наступній редакції:

«Причиною відмови у подовженні Дозволу може бути тільки рішення виконавчого комітету Чернівецької міськради з наступних причин:

- одержання від органу (органів), які погоджували дозвіл обґрунтованих висновків щодо неможливості його продовження, відповідно до чинного законодавства України;
- існує заборгованість з оплати за тимчасове користування місцями, які перебувають у комунальній власності, для розміщення рекламних засобів за існуючими з розповсюджувачем зовнішньої реклами договорами понад два місяці, за умови, якщо заборгованість не оскаржується розповсюджувачем зовнішньої реклами у судовому порядку;
- зафіксована та не ліквідована невідповідність рекламного засобу дозвільно-проектній документації;
- зафіксовані самовільно встановлені рекламні засоби;

Перелік підстав для продовження строку дії дозволу є вичерпним.

Продовження строку дії дозволу або відмова у його продовженні фіксується у журналі реєстрації».

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

31. Пропозиція: зробити перерву до середи 11.07.2018 о 16.00

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 12

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

Робота після перерви 11/07/2018

Присутні – 14

З правом голосу - 13

1. Фрунзе М.В.: Прошу повернутися до питання 3.3.1

Дискусія

2. Голова Семенко О.О.: Голосуємо.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

Пропозиція: «Прошу залишити редакцію Департаменту, яка була запропонована в проекті Правил розміщення зовнішньої реклами».

3. Голова Семенко О.О.: Прохання проголосувати. Хто за?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 7

Проти – 1

Утрималися – 4

Рішення прийнято.

4. Голова Семенко О.О.: Прохання розглянути п.10.1. який стосується переоформлення договорів. У нас виникла перша пропозиція, викласти п.10.1. в наступній редакції: «у разі набуття права власності на рекламний засіб іншою особою дозвіл підлягає автоматичному переоформленню робочим органом протягом 2-х тижнів. В разі не виконання відповідних дій робочим органом протягом 2-х тижнів, дане питання виноситься на розгляд до виконавчого комітету ЧМР з обґрунтуванням».

У кого є які пропозиції?! Прошу Воронич І.І.

5. Воронич І.І.: Моя пропозиція зводиться до того, що: «у разі набуття права власності на рекламний засіб іншою особою дозвіл підлягає переоформленню. Переоформлення дозволу здійснюється робочим органом шляхом внесення змін в існуючий дозвіл за заявою обох сторін».

6. Голова Семенко О.О.: Ставиться на голосування пропозиція Воронича І.І. Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 7

Проти – 0

Утрималися – 5

Рішення прийнято.

7. Голова Семенко О.О.: Йдемо далі. **Пропозиція п. 10.4 вилучити.** Голосуємо.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

8. Голова Семенко О.О.: Прохання повернутись до п.10.1. Хто за повернення?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

9. Голова Семенко О.О.: п. 10.1.

Дискусія

Пропозиція викласти п. 10.1 в наступній редакції: «у разі набуття права власності на рекламний засіб іншою особою дозвіл підлягає автоматичному переоформленню робочим органом протягом 2-х тижнів. В разі не виконання відповідних дій робочим органом протягом 2-х тижнів, дане питання виноситься на розгляд до виконавчого комітету ЧМР з обґрунтуванням».

Голосуємо.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 9

Проти – 2

Утрималися – 1

Рішення прийнято.

10. Голова Семенко О.О.: Йдемо далі. Пункти 10.6 та 10.7 і п. 11 запитань та пропозицій у нас немає.

11. Воронич І.І.: Пункт 12 «Схеми розміщення засобів зовнішньої реклами». Пропозиція виключити з Правил, оскільки на сьогодні в чинному законодавстві України не передбачено такого поняття як схеми розміщення засобів зовнішньої реклами.

12. Голова Семенко О.О.: Хто за те щоб виключити даний пункт?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

13. Воронич І.І.: Пункт 13 «Розміщення соціальної реклами».

Перші два пункти (13.1 і 13.2) викладені відповідно до закону, тому питань немає.

П. 13.3 «.....», тобто по Проекту Департаменту постає питання в тому, що ми повинні обґрунтовувати доцільність тої чи іншої соціальної програми. Вони в свою чергу, мають її розглядати і включати в перелік соціальних програм, що підлягають розміщенню на рік.

Тому, **наша пропозиція полягає в тому, що не має бути жодної регуляції соціальної програми.** Функція робочого органу перевіряти відповідність сюжету критеріям соціальна програма чи не соціальна реклама. Якщо робочий орган вирішить, що дана реклама не підпадає під соціальну, він повинен обґрунтувати свої міркування.

Пропозиція зводиться до того, щоб **п.13.3. – виключити!**

14. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

15. Воронич І.І.: Пункт 13.4.: «Погодження вигляду проекту макету зовнішньої реклами, відповідність рекламного зображення визначенню соціальної реклами, термін проведення реклами, кількість і розміри носіїв зовнішньої реклами здійснюється робочим органом у 10-ти денний термін».

Пропозиція: виключити даний пункт

16. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати. Хто за?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

17. Воронич І.І.: Пункт 13.5.: «У межах не менш 5% площі поверхонь рекламних засобів, на розташування яких одержав дозвіл розповсюджувач зовнішньої реклами, розміщується

рекламодавцями безкоштовно»

Ми не одноразово мали розмову з представниками Департаменту, тому наша позиція полягає в тому, що норма закону про 5% обов'язкового безкоштовного розміщення соціальної реклами відноситься виключно до ЗМІ, які повністю або частково фінансуються з державного або місцевого бюджетів. Це по-перше. Ключовим моментом тут є фінансуються з державного або місцевого бюджетів.

Другий момент, ЗМІ відповідно до законодавства бувають 2-х видів – це друковані і електронні. Зовнішню рекламу жодним чином не можна віднести до ЗМІ.

18. Голова Семенко О.О.: Тому пропоную наступне: *«Рекламорозповсюджувач надає рекламні площини під розміщення соціальної реклами в межах 5 %, за умови відшкодування монтажу та демонтажу та виготовлення рекламного сюжету (у разі не надання останнього)».*

Проху проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

19. Голова Семенко О.О.: Переходимо далі. **Пункт 14.** «Плата за тимчасове користування місцями розташування для розміщення зовнішньої реклами».

В кого які думки? Прошу Воронич І.І.

20. Воронич І.І.: До п. 14.1. зауважень немає.

Є зауваження до **п. 14.2.** «.....», в якому зазначено, що по суті, рекламорозповсюджувач зобов'язаний платити кошти з моменту прийняття рішення виконкомом ЧМР.

Наша пропозиція: не з дати прийняття виконавчим органом рішення, а з дати укладання Договору на розміщення зовнішньої реклами, тобто **викласти пунктом наступним чином:** *«З дати укладання договору на розміщення зовнішньої реклами розмір плати за тимчасове користування місцем, що перебуває у комунальній власності, становить 100 відсотків, згідно із затвердженими тарифами, та»*

21. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

22. Воронич І.І.: До пунктів 14.3-14.7 зауважень немає.

Що стосується п. 14.8, не зрозуміла ситуація, тому що в першочерговому варіанті, Департамент пропонував перейти на схему стягнення плати, яка передбачена згідно норм Постанови КМУ, тобто розрахунок площі, за яку стягується плата, здійснюється у межах описаного прямокутника (зовнішні габарити) та прилеглої ділянки завширшки 0,5 метра за периметром горизонтальної проекції цього засобу.

В свій час ми відстояли нашу позицію, що плата стягується відповідно до площі рекламної площини. І вважаємо, що доцільно зберегти той принцип, що існує наразі. При чому, більшість колег та інших міст України, визнали що наш спосіб є найбільш прозорим і найменш корумпованим, є логічним та правильним.

Наша пропозиція п. 14.8 викласти в редакції: *«розрахунок площі, за яку стягується плата, визначається рекламною площею даної конструкції».*

23. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 13

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

24. Воронич І.І.: Пункт 14.9 «При визначенні розміру плати враховуються коригуючі коефіцієнти шляхом їх множення на відповідні тарифи, затверджені виконавчим комітетом Чернівецької міської ради.». Я скажу одразу, це буде стосуватись пунктів 14.10-14.14.

Коротко: Ті коефіцієнти що запропоновані Департаментом, перешкоджають прозорості, та в якійсь мірі знищують інвестиційну складову і можуть сприяти корупції.

Тому наша пропозиція: **пункти з 14.9 по 14.14 з даного проекту Правил вилучити.**

25. Голова Семенко О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

26. Воронич І.І.: Наступне. Пропоную, щоб у Правилах було чітко вказано: скасувати коефіцієнт, за відсутності освітлення конструкції. Чому?

По-перше: це погано і досить складно контролюється.

По-друге: на сьогоднішній момент принцип нарахування коштів, що здійснюється Департамент, відбувається на основі того які відомості подає Міськвітло. Тобто подало Міськвітло що ця конструкція освітлюється, вони на цю конструкцію не нараховують коефіцієнт, а якщо вони кажуть що у нас Договору немає то нараховують.

По-третє, виникає якесь маніпулювання.

Ми самі зацікавлені щоб наші конструкції освітлювалися.

Пропозиція доповнити пункт, в якому буде прописано – Коефіцієнт скасовується, у разі відсутності освітлення конструкції.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

27. Воронич І.І.: Пункти 14.15, 14.16, 14.17, 14.18. – зауважень немає.

28. Голова Семенко О.О.: Є пропозиція з п.15.1. **виключити:** «Опори наземної зовнішньої реклами повинні бути пофарбовані у сірий колір».

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 8

Проти – 0

Утрималися – 3

Рішення прийнято.

29. Воронич І.І.: Пункт 15.2. Пропозиція виключити наступне: на опорах контактної мережі та над проїжджою частиною доріг (оскільки наразі це вимога чинного законодавства); - ближче ніж за 50 метрів від залізничних переїздів (оскільки ця норма не передбачена чинним законодавством).

30. Голова Семенко О.О.: Хто за пропозицію пана І. Воронича? Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

31. Воронич І.І.: Раз ми прийняли рішення вилучити п. 12 «Схеми розміщення засобів зовнішньої реклами», пропоную вилучити п. 15.3 «розміщення рекламних засобів здійснюється за схемами розміщення засобів зовнішньої реклами, які затверджує виконавчий комітет міської ради... ..»

32. Голова Семенко О.: Ставлю на голосування.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

33. Воронич І.І.: Пункт 15.5. «Розташування дахових рекламних засобів, а також стаціонарних рекламних засобів забороняється без попередньої технічної експертизи сертифікованих підприємств, установ та організацій».

В законодавстві чітко сказано, що експертиза потрібна виключно при розташуванні дахових рекламних конструкцій, про наземні мови не йде.

Потрібно привести до норми закону та залишити виключно дахові конструкції і виключити слова: «а також стаціонарних рекламних засобів»

34. Голова Семенко О.О.: Тобто, викласти п. 15.5. в наступній редакції: «Розташування дахових рекламних засобів забороняється без попередньої технічної експертизи сертифікованих підприємств, установ та організацій». Хто за?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

35. Воронич І.: Пропозицій до пунктів 15.6-15.9 немає, підтримуємо.

Що стосується п. 15.10. про маркування, є пропозиція вилучити: «Маркування повинно бути єдиної форми та кріпитись в установленому місці».

Та звести визначення п. 15.10. до наступного: «Рекламні засоби повинні маркуватися та містити найменування розповсюджувача зовнішньої реклами, телефон, номер дозволу».

36. Голова Семенко О.: Хто за дану пропозицію? Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0
Утрималися – 0

Рішення прийнято.

37. Воронич І.І.: Пункт 15 «Вимоги до зовнішньої реклами та її розміщення»

Пункт 15.11.1. «З дотриманням вимог щодо типів і розмірів рекламних засобів, поданих у класифікаторі рекламних засобів».

Питання тут виникає в тому, що ми не бачили ні типів ні класифікаторів.

38. Голова Семенко О.О.: Пропозиція вилучити даний пункт з проекту Правил.

Хто за?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11
Проти – 0
Утрималися – 0

Рішення прийнято.

39. Воронич І.І.: Пункт 15.11.2.: «Фундаментний блок наземного рекламного засобу має бути заглиблений до рівня ґрунту з відновленням твердого покриття, трав'яного покриву (газону) та виконанням робіт з відновлення благоустрою території, де розміщений рекламний засіб».

Постає питання - А чому не може бути поверхневе розміщення з облаштуванням? Де роз'яснення?!

40. Голова Семенко О.О.: Тому, пропоную вилучити пункт 15.11.2.

Хто За?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11
Проти – 0
Утрималися – 0

Рішення прийнято.

41. Воронич І.І.: Питань до п.15.12.1 та 15.12.2 немає.

Пункт 15.13 – пропонуємо привести даний пункт відповідно до чинного законодавства, я якому визначено чіткий перелік документації, в зв'язку з цим **викласти в наступній редакції:**

«Проектно-технічна документація рекламних засобів виконується у такому обсязі:

- *фотофіксація припустимого місця розташування рекламного засобу у двох примірниках;*
- *ескіз креслення рекламного засобу з основними габаритними розмірами, фундаментом та вузлами кріплення, даними про застосовувані матеріали, про під'єднання до електропостачання, з іншими технічними характеристиками, обов'язковим підписом проектанта щодо дотримання нормативних конструктивних та технічних вимог».*

42. Голова Семенко О.О.: Прошу проголосувати.

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11
Проти – 0
Утрималися – 0

Рішення прийнято.

43. Воронич І.І.: Пункт 15.13.2 «Проектно-технічну документацію на погодження подає замовник або автор проекту у двох примірниках, один з яких зберігається в архівній справі з видачі дозволу

на розміщення зовнішньої реклами, інший – повертається заявникові.», **пропонуємо вилучити**, оскільки це не передбачено законодавством.

44. Голова Семенко О.: Голосуємо

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

45. Воронич І.І.: Що стосується п.16 «Демонтаж рекламних засобів».

У нас виникло питання - Яким чином буде оформлюватись обґрунтування наказу?

Ми вважаємо, що наказ має бути виданий на підставі акту, де повинні бути зазначені комісії обстеження аварійності (як приклад, представники Департаменту, МНС, поліція та власника і як варіант представника Співки рекламистів).

Таким чином, пропоную **п. 16.3 викласти у такій редакції:** «Демонтаж рекламного засобу на підставі наказу робочого органу здійснюється виключно у випадках коли створюється аварійна ситуація, загроза життю або здоров'ю людей та/або заподіяння шкоди майну третіх осіб. У такому випадку демонтаж рекламних засобів здійснюється без попереднього надсилання вимоги про усунення порушень Правил про розміщення зовнішньої реклами у м. Чернівцях. Підставою для видання наказу являється акт обстеження із обов'язковим залученням представників робочого органу, поліції, МНС, власника та представника співки».

46. Голова Семенко О.О.: Додаємо. Хто за?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 10

Проти – 0

Утрималися – 1

Рішення прийнято.

47. Голова Семенко О.О.: Прохання до розробників даного проекту звернути увагу на технічні помилки, а саме: відсутні пункти 1.2 та 6.2, а пункт 3.6 повторюється двічі та внести відповідні корективи та повідомити громадськість.

48. Голова Семенко О.О.: Пропонується поставити на голосування питання делегування доповідачів від наших громадських слухань на сесію Чернівецької міської ради.

Пропозиція: Пропоную делегувати від даних громадських слухань по питанню «Про затвердження правил розміщення зовнішньої реклами в місті Чернівці» голову співки рекламистів Воронича І.І. та Дороша В.І.

Хто за?

ГОЛОСУВАЛИ:

За – 11

Проти – 0

Утрималися – 0

Рішення прийнято.

Голова слухань  Семенко О.О.

Секретар слухань  Халявка Т.І.