АСКОН НАВИГАТОР

Электронный журнал для специалистов в области бухгалтерии, кадров и права

Файл сформирован 26.04.2024

Ваша вывеска на жилом доме: надо ли согласовывать с управляющей компанией и собственниками?

При расположении офиса или магазина в многоквартирном жилом доме обычно на фасаде устанавливается информационная вывеска с наименованием. Согласование о размещении вывески получено, и вроде бы можно успокоиться. Однако помимо местных органов власти, дающих разрешение на размещение вывески, есть еще собственники многоквартирных домов, которые тоже имеют право диктовать свои условия. Так, собственники зачастую обязывают управляющую компанию (ТСЖ, ЖСК) заключить договор о предоставлении права размещения наружной рекламы с организацией, находящейся в таком доме.

Так имеет ли право управляющая компаний (ТСЖ, ЖСК) настаивать на заключении договора о предоставлении права размещения наружной рекламы и информации, ссылаясь на Постановление Правительства Санкт-Петербурга №961 от 09.11.2016? Надо ли получать согласие всех собственников или решение общего собрания собственников? Имеет ли это требование непосредственно отношение к вывескам?

Разбираемся в нюансах

Требования п. 4.4. Постановления Правительства Санкт-Петербурга от 09.11.2016 N 961 "О Правилах благоустройства территории Санкт-Петербурга и о внесении изменений в некоторые постановления Правительства Санкт-Петербурга" имеет непосредственное отношение к вывескам.

В соответствии с п. 4.4. Постановления Правительства Санкт-Петербурга от 09.11.2016 N 961 "О Правилах благоустройства территории Санкт-Петербурга и о внесении изменений в некоторые постановления Правительства Санкт-Петербурга" (далее ˘ ˘˘ Правила), при наличии в отношении объекта благоустройства или элемента благоустройства права общей долевой собственности к заявлению прикладывается согласие всех собственников или решение общего собрания собственников.

К элементам благоустройства Санкт-Петербурга относится наружная информация (объекты для размещения информации), включая вывески (п. 2.6 Приложения 2 к Правилам).

Согласно пункту 1.7 Правил, вывески ˘ ˘˘ это объекты для размещения информации о фирменном наименовании (наименовании) организации, месте ее нахождения (адресе) и режиме ее работы.

В соответствии с п. 1 ст. 290 ГК РФ и п. 1 ст. 36 ЖК РФ, собственникам помещений в многоквартирном доме принадлежат на праве общей долевой собственности общие помещения, несущие конструкции, механическое, электрическое, санитарно-техническое и иное оборудование за пределами или внутри квартиры, обслуживающее более одной квартиры в многоквартирном доме. По смыслу названных норм фасад дома находится в общей долевой собственности собственников жилых и нежилых помещений в нем.

С данными нормами корреспондирует предусмотренное ч. 1 ст. 247 ГК РФ согласие всех собственников многоквартирного дома на использование общего имущества, в том числе фасада многоквартирного жилого дома.

В компетенцию общего собрания собственников в числе прочего входят вопросы о пользовании общим имуществом собственников помещений в многоквартирном доме иными лицами, в том числе о заключении договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, если для их установки и эксплуатации предполагается использовать общее имущество собственников помещений в многоквартирном доме (п. 3 ч. 2 ст. 44 ЖК РФ).

Согласно части 4 статьи 36 ЖК РФ, по решению собственников помещений в многоквартирном доме, принятому на общем собрании таких собственников, объекты общего имущества в многоквартирном доме могут быть переданы в пользование иным лицам в случае, если это не нарушает права и законные интересы граждан и юридических лиц.

А что думает Верховный суд

Вместе с тем согласие собственников имущества, в том числе помещений в многоквартирном доме, согласно позиции Верховного Суда Российской Федерации, изложенной в Определении от 19.03.2014 N 78-АПГ14-5, требуется исключительно для размещения рекламных конструкций, к которым объекты для размещения информации не относятся.

В указанном судебном акте судебная коллегия соглашается с выводом суда первой инстанции о том, что орган государственной власти субъекта Российской Федерации не наделен правомочием принятия оспариваемой нормы, регламентирующей правоотношения в сфере гражданского и жилищного законодательства. В Российской Федерации приняты Гражданский кодекс Российской Федерации и Жилищный кодекс, регламентирующие правоотношения в этой сфере. Они устанавливают, в каких случаях истребуется согласие собственников имущества, в том числе жилых домов, при размещении на них иных объектов, в частности, объектов рекламы. Действующие нормы гражданского и жилищного законодательства Российской Федерации не содержат норм о согласовании с собственниками имущества вопросов размещения объектов с обязательной информацией, что исключает принятие субъектом Российской Федерации норм такого содержания, поскольку федеральный законодатель уже определил объем и характер регулирования правоотношений в указанной сфере. Более того, нормы федерального законодательства в сфере защиты прав потребителей устанавливают обязанность субъектов экономической деятельности при оказании услуг населению размещать информацию о соответствующей организации по месту ее нахождения, что не исключает возможность такого размещения как на зданиях и сооружениях, принадлежащих третьим лицам, так и на строениях, относящихся к жилому фонду.

Рекламируем или информируем?

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе", реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В Постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" разъясняется: при применении данной нормы судам следует исходить из того, что не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая хотя и отвечает перечисленным критериям, однако обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота.

Как указывается в Письме ФАС России от 27.12.2017 N АК/92163/17 "О разграничении понятий вывеска и реклама", информация, не содержащая указания на объект рекламирования, к которому направлено внимание и формируется интерес, не признается рекламой. Информация, обязательная к размещению в силу закона или обычая делового оборота, не признается рекламой.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона "О рекламе", под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу статьи 9 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей", потенциальный продавец товара или исполнитель работ, услуг для удовлетворения личных, семейных и бытовых потребностей гражданина обязан довести до сведения последнего фирменное наименование (наименование) своей

организации, место ее нахождения (юридический адрес) и режим работы, разместив указанную информацию на вывеске.

Назначение информации такого характера состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении организации и (или) обозначении места входа.

Данная правовая позиция изложена в пункте 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе".

Вывески, размещенные непосредственно у входа в помещение организации (офис), не являются рекламой, если содержат только информацию об организации, а также режиме ее работы, либо указывают на вид деятельности (магазин, аптека и т.д.). Однако если размещенная конструкция содержит иную информацию, кроме обязательной для размещения, такая конструкция может быть признана рекламной.

Размещение уличной вывески (таблички) с наименованием организации как указателя ее местонахождения или обозначения места входа в занимаемое помещение, здание или территорию является общераспространенной практикой и соответствует сложившимся на территории России обычаям делового оборота (письмо Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации от 23.07.2009 N АЦ/24234).

Нормы действующего законодательства не содержат требования о необходимости получения собственником нежилых помещений у управляющей организации либо у собственников жилых и нежилых помещений разрешения для размещения вывесок, не носящих рекламного характера.

Указанные выводы изложены в Постановлении Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 21.02.2017 N 13АП-26758/2016, 13АП-26862/2016 по делу N А56-20404/2016: в иске управляющей организации об обязании демонтировать рекламные конструкции с фасада жилого дома отказано, поскольку объект для размещения информации, а именно настенная вывеска "Парикмахерская", не может рассматриваться в качестве рекламы и не требует получения письменного согласия собственников.

При оценке информации на предмет ее отнесения к вывеске или рекламе необходимо руководствоваться как содержанием такой информации, так и всеми обстоятельствами ее размещения.

В заключении хотелось бы сказать, что прежде, чем разместить вывеску, необходимо определить цель ее размещения, а также возможность признания ее рекламой. Во избежание претензий со стороны собственников многоквартирного дома, а также контролирующих органов нужно однозначно разграничить эти два понятия.

Еще по теме

Статья

Вывески: правила, требования, ограничения