

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения
г.Ханты-Мансийск

оглашена 17.12.2015 г.

Решение изготовлено в полном объеме 22.12.2015г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре (далее – Комиссия) по рассмотрению жалоб в порядке, предусмотренном статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), действующая на основании Приказа №96 от 01.06.2015г. в составе:

Председателя комиссии:

<---->;

Членов комиссии:

<---->,

<---->,

в отсутствие представителя заявителя ООО «ТрансСельхозСервис», надлежащим образом уведомленного о месте и времени рассмотрения жалобы;

в присутствии представителей организатора торгов от Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута <---->, действующей по доверенности от 29.05.2015г. ДАиГ №02-01-3732/15-0-0, <----> действующего по доверенности от 16.12.2015г. ДАиГ №02-01-8561/1,

рассмотрев жалобу Общества с ограниченной ответственностью «ТрансСельхозСервис» (вх.№1882-ж от 08.12.2015г.),

установила:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре (далее - Ханты-Мансийское УФАС России) в порядке статьи 18.1 Закона о защите конкуренции поступила жалоба Общества с ограниченной ответственностью «ТрансСельхозСервис» (далее – Заявитель) на действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута (далее – Организатор торгов) при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, назначенных на 15 декабря 2015 года.

Как следует из содержания жалобы, извещение о проведении конкурса, размещенного на официальном сайте, не содержит информации о месте проведения торгов, а именно не указан кабинет где будут проводиться торги.

По мнению Заявителя, отсутствие указанной информации нарушает права участников, поскольку не соответствует основным принципам прозрачности проведения торгов.

Заявитель также указывает, что торги проводятся на места, которые не свободны от прав третьих лиц, в связи с чем, считает, что в последующем это приведет к невозможности размещения рекламных конструкций победителем конкурса.

Также, по мнению заявителя, критерий «дизайн (внешний вид)» не содержит порядок расчета баллов, что способно привести к злоупотреблению со стороны организатора торгов, поскольку определение победителя может построено на субъективном мнении комиссии организатора конкурса.

В представленных возражениях Организатор торгов выразил свое несогласие с доводами жалобы Заявителя, просит жалобу признать необоснованной.

Изучив имеющиеся материалы дела, представленные доказательства, пояснения представителей организатора торгов, Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России пришла к следующим выводам.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Федеральным законом от Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи.

Согласно пункту 26.1 части 1 статьи 16 Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» к вопросам местного значения городского округа относятся выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных вновь рекламных конструкций на территории городского округа, осуществляемые в соответствии с Законом о рекламе.

В силу части 5 статьи 19 Федеральным законом от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляется ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором.

Согласно части 5.1 статьи 19 Закона о рекламе заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в

соответствии с законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований.

Во исполнение требований Закона о рекламе, Решением Думы г.Сургута от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» утверждено Положение о порядке организации и проведения торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление (далее – Положение), которое регулирует порядок проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в г.Сургуте.

Как видно из документов, 19.11.2015 года на официальном сайте Администрации города Сургута (<http://admsurgut.ru/>) размещено сообщение о проведении 15 декабря 2015 года торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление (далее – торги). Одновременно на сайте размещены конкурсная документация, проектная документация и схема размещения рекламных конструкций.

Сведения о проведении торгов размещено также в газете «Сургутские ведомости» от 21.11.2015г. №46 (726).

Согласно Положению извещение о проведении торгов должно быть опубликовано в официальном печатном издании города и на официальном интернет-сайте администрации города и должно содержать дату, время и место проведения торгов; предмет торгов с указанием номера и местонахождения рекламного места; начальную цену предмета торгов; конкурсные условия; порядок ознакомления претендентов с процедурой и условиями торгов; порядок оформления заявок, дату начала и окончания приема заявок и документов от претендентов; размер, срок и порядок внесения задатка, реквизиты счета для его перечисления; критерии определения победителя торгов; срок заключения договора; способ уведомления об итогах торгов; контактные телефоны и местонахождение ответственного лица организатора торгов; другую информацию по решению организатора торгов.

Как подтверждается материалами дела, вся вышеперечисленная информация была указана в конкурсной документации, размещенной на официальном сайте <http://admsurgut.ru/>, а также в газете «Сургутские ведомости» от 21.11.2015г. №46 (726). Таким образом, все заинтересованные лица свободно могли ознакомиться с условиями торгов, в том числе с информацией о месте приема заявок, дате начала и окончания срока приема заявок, а также о дате и месте проведения торгов. Следовательно, довод Заявителя о том, что извещение не содержит информации о месте проведения торгов, является необоснованным.

Довод Заявителя о том, что торги проводятся на места, которые не свободны от прав третьих лиц, и что данное обстоятельство не позволит разместить рекламные конструкции после проведения конкурса, отклоняется Комиссией как несостоятельный по следующим основаниям.

Согласно правовой позиции, сформированной в Постановлении Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 12.04.2011 № 15248/10, договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций не относится к арендным договорам. Заключение договора аренды рекламного места преследует цель - получение платы за распространение рекламы.

Как правило, договоры аренды рекламного места по правовой природе не являются договорами аренды.

Учитывая то, что в силу пункта 5.6 части 5 статьи 19 Закона о рекламе торги проводятся по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, то согласно пункту 3 статьи 425 Гражданского кодекса Российской Федерации указанный выше договор на момент проведения конкурса считается прекратившим свое действие. Следовательно, проведение данных торгов Организатором торгов, не противоречит положениям Закона о рекламе.

Приобщенные судебные акты Заявителем по делу №А75-9724/2013 лишь подтверждают то, что Администрацией города Сургута были приняты меры по демонтажу рекламных конструкций.

В конкурсной документации приведена таблица критериев оценки, по которым оцениваются заявки, и отбирается победитель:

№ п.п.	Критерий оценки	Значимость критерия, %	Рейтинг
1	Дизайн (внешний вид)	80 %	<p>индивидуальный дизайн, отвечающий современным эстетическим требованиям, в сочетании с конструктивными решениями, обеспечивающим прочность и надежность, а также с технологическими решениями, обеспечивающими простоту и удобство эксплуатации на длительный период – от 1 до 100 баллов включительно.</p> <p>1 - единый внешний вид и дизайн-проект рекламных конструкций - 40 баллов;</p>

			<p>2 - оригинальность и гармоничность сочетания</p> <p>средств наружной рекламы с окружающей средой и</p> <p>внешним архитектурным обликом сложившейся</p> <p>застройки – 30 баллов;</p> <p>3 - техническое и художественно-архитектурное</p> <p>решение крепления установки и с учётом</p> <p>последующей эксплуатации рекламной конструкции</p> <p>– 30 баллов;</p>
2	Размещение на рекламной конструкции на безвозмездной основе социальной рекламы	5%	<p>5 % времени в год – 10 баллов</p> <p>5 – 10 % времени в год – 20 баллов</p> <p>10 – 15% времени в год – 30 баллов</p> <p>15 – 20% времени в год – 40 баллов</p> <p>20 – 25% времени в год – 50 баллов</p> <p>25 – 30% времени в год – 60 баллов</p> <p>30 – 35% времени в год – 70 баллов</p> <p>35 – 40% времени в год – 80 баллов</p> <p>40 – 45% времени в год – 90 баллов</p> <p>45 -50 и выше% времени в год – 100 баллов</p>
3	Цена договора	5%	

Как следует из вышеприведенного, критерий «дизайн (внешний вид)» имеет значимость 80%, при этом оценка производится внутри самого критерия – по следующим подкритериям:

индивидуальный дизайн, отвечающий современным эстетическим требованиям, в сочетании с конструктивными решениями, обеспечивающими

прочность и надежность, а также с технологическими решениями, обеспечивающими простоту и удобство эксплуатации на длительный период (от 1 до 100 баллов):

- единый внешний вид и дизайн-проект рекламных конструкций (40 баллов);

- оригинальность и гармоничность сочетания средств наружной рекламы с окружающей средой и внешним архитектурным обликом сложившейся застройки (30 баллов);

- техническое и художественно-архитектурное решение крепления установки и с учётом последующей эксплуатации рекламной конструкции (30 баллов).

Из приведенного выше следует, что указанные подкритерии не содержат положений, определяющих, каким образом происходит ранжирование баллов внутри оцениваемых показателей и на каком основании происходит присвоение максимального и минимального количества баллов, а также баллов в установленных диапазонах.

Соответственно, отсутствие порядка оценки по критерию «дизайн (внешний вид)» допускает возможность произвольного присвоения членами комиссии одинаковых баллов за разные предложения участников Конкурса.

Размытость, а также отсутствие порядка расчетов баллов внутри критерия «дизайн (внешний вид)» может привести к злоупотреблению со стороны организатора торгов, поскольку определение победителя может быть основано на субъективном усмотрении организатора торгов (его конкурсной или аукционной комиссии).

Кроме того, такие подкритерии как единый внешний вид и оригинальность, не сочетаются друг с другом и могут привести к противоречивому результату.

Согласно части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции при проведении торгов, запроса котировок цен на товары, запроса предложений запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что отсутствие в критерии «дизайн (внешний вид)» порядка оценки нарушает требования, установленные частью 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции способны привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции. Следовательно, довод заявителя о том, что критерий «дизайн (внешний вид)» не содержит порядка расчета баллов, является обоснованным.

Также из представленных документов следует, что 08.12.2015 года Организатор торгов разместил на официальном сайте <http://admsurgut.ru/> сообщение о приостановке проведения торгов.

Как следует из текста сообщения, торги приостановлены по причине совершенствования критериев оценки в конкурсной документации, а также в связи с проведением публичных слушаний, назначенных Постановлением Главы города Сургута от 07.12.2015г. №139.

На основании вышеизложенного, Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России, руководствуясь частью 20 статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»,

решила:

1. Признать жалобу Общества с ограниченной ответственностью «ТрансСельхозСервис» на действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, назначенных на 15 декабря 2015 года, обоснованной.
2. Признать действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута, выразившиеся в не установлении порядка оценки заявок по критерию «дизайн (внешний вид)», нарушением части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».
3. Выдать Департаменту архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута обязательное для исполнения предписание о внесении изменений в конкурсную документацию.

Председатель Комиссии

<---->

Члены Комиссии:

<---->

<---->

Примечание: Решение комиссии антимонопольного органа может быть обжаловано в судебном порядке в течении трех месяцев со дня его принятия.