

Решение

11 декабря 2017 г.

город Иваново

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ивановской области по рассмотрению жалоб на нарушение процедуры торгов и порядка заключения договоров, порядка осуществления процедур, включенных в исчерпывающий перечень процедур в сфере строительства в соответствии со статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Комиссия Ивановского УФАС России, Комиссия) в составе: председателя Комиссии – Строгановой О.П. - заместителя руководителя – начальника отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти; членов Комиссии: Гусевой Т.С. – главного специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти, Чугуновой Е.Е. - главного специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти, Бестужевой Н.Б. – главного специалиста-эксперта аналитического отдела,

рассмотрев жалобу ООО «Райдо» на действия организатора торгов – администрации города Иваново при проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций (<http://ivgoradm.ru/narreklkonkurs/konkurs27.htm>),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Ивановской области поступила жалоба ООО «Райдо» на действия организатора торгов – администрации города Иваново (далее - Администрация) при проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций (<http://ivgoradm.ru/narreklkonkurs/konkurs27.htm>).

По мнению заявителя, Администрацией допущены следующие нарушения:

1. Выбор формы торгов в форме конкурса является незаконным. В соответствии с п. 1.8 Положения о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иваново или в распоряжении органов местного самоуправления города Иваново (утв. решением Ивановской городской Думы от 20.12.2006 №315, далее - Положение) решение о проведении торгов в форме конкурса может приниматься Администрацией города Иваново, исходя из потребностей городского округа Иваново, в целях стимулирования внедрения более сложных современных технологий, архитектурно-художественных решений, реализации социально значимых проектов в сфере наружной рекламы. Вместе с тем, из текста конкурсной документации не следует, что конкурс проводится в целях стимулирования внедрения более сложных современных технологий, архитектурно-художественных решений, реализации социально значимых проектов в сфере наружной рекламы. Также оценка конкурсных предложений никак не ставится в зависимость от достижения выше указанных целей.

2. В нарушение ч. 5.1 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) графические изображения рекламных мест под номерами 30, 82, 396, 399, 400, 402, приведенные в Приложении №1 к информационному сообщению

о проведении конкурса, не соответствуют графическим изображениям данных рекламных мест в Схеме размещения. По мнению заявителя, Администрация выставила на конкурс рекламные места, не включенные в Схему размещения, чем прямо нарушила требования Закона о рекламе.

3. Администрацией выставлено на торги рекламное место №386 (пр. Ленина, у дома №42). Вместе с тем, земельный участок, на котором размещено данное рекламное место, относится к федеральной собственности. Таким образом, Администрацией нарушены положения ч. 5.1 ст. 19 Закона о рекламе и п. 1.1 Положения; данное рекламное место выставлено на торги незаконно.

4. В нарушение ч. 5.8 ст. 19 Закона о рекламе в информационном сообщении о проведении торгов содержится требование к техническим характеристикам рекламных конструкций, не предусмотренные Схемой размещения, а именно – требование внешней подсветки информационного поля рекламной конструкции. Учитывая, что такое требование отсутствует в Схеме размещения, Администрация не вправе включать его в конкурсную документацию и в проект договора.

5. Предусмотренные в конкурсной документации требования к конкурсным предложениям по критерию «Предложения по использованию рекламных мест в социальных программах» не соответствуют действующему законодательству.

6. В пункте 6 информационного сообщения в качестве дополнительного критерия определения победителя конкурса названо благоустройство прилегающей территории. Вместе с тем, нормами Положения все критерии являются основными и обязательными для участников; установление дополнительных критериев не предусмотрено.

Оценка конкурсных предложений по указанному дополнительному критерию осуществляется в зависимости от количества метров от края информационного поля рекламной конструкции, в пределах которых участник готов за свой счет производить благоустройство и уборку территории. Вместе с тем, заявитель указывает, что из представленной формулировки уяснить практический смысл невозможно.

Порядок оценки предложений участников по критерию «благоустройство» носит нечеткий и необъективный характер, поскольку в конкурсной документации отсутствуют конкретный перечень и физические объемы работ по благоустройству.

В соответствии с п. 6 информационного сообщения победителем открытого конкурса признается участник открытого конкурса, который предложил наиболее высокую цену предмета открытого конкурса и лучшие условия исполнения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Таким образом, для победы в конкурсе недостаточно сделать лучшую заявку по трем критериям в целом, необходимо также в обязательном порядке сделать лучшее предложение по критерию «Цена». Вместе с тем, указанные нормы противоречат п. 1.5.2 Положения и является незаконным.

7. В п. 7 информационного сообщения указано, что для участия в конкурсе претендент должен представить документ, подтверждающий отсутствие задолженности перед муниципалитетом за право установки рекламной конструкции.

Вместе с тем, данное положение неконкретно, поскольку из представленной формулировки не следует, какой документ будет считаться достаточным, а какой нет.

8. Из проекта договора (Приложение №2 к информационному сообщению) не следует,

каким образом должны быть реализованы п. 5.1 и 2.4.15.2 названного проекта договора – являются ли конкурсные обязательства по размещению социальной рекламы дополнительными по отношению к п. 5.1 проекта договора, или победитель обязан выполнять оба пункта.

Администрация представила возражения на жалобу, в которых указала следующее:

1. Проведение торгов в форме конкурса позволяет муниципальным образованиям в качестве условий приобретения права на установку рекламных конструкций получить выгодные предложения по размещению социальной рекламы. Предложения по размещению социальной рекламы за счет операторов делают данную форму проведения торгов более экономически выгодной для муниципальных образований, так как приводят к существенному сокращению бюджетных средств на размещение социальной рекламы. Также Администрация полагает, что достоверных и достаточных доказательств нарушения прав и законных интересов заявителя путем установления торгов в форме конкурса ООО «Райдо» не представлено.

2. Графические изображения рекламных мест под номерами 30, 82, 396, 399, 400, 402, приведенные в Приложении №1 к информационному сообщению о проведении конкурса, повторяют графические изображения данных рекламных мест в Схеме размещения рекламных конструкций на территории города Иванова. Существующая карта города создана с учетом точных размеров объектов, карта «Яндекс», на базе которой отмечены рекламные конструкции в Приложении №3 к Схеме размещения, создана с учетом примерных размеров объектов. С учетом изложенного, возможно визуальное различие в нанесенных точках.

3. Вопреки доводам заявителя, рекламное место №386, выставленное на торги, расположено на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

4. Для того чтобы рассчитать начальную цену предмета торгов, предоставив необходимые обоснования и расчеты в финансово-казначейское управление Администрации, необходимо было установить вид подсветки. С учетом того, что около 95% отдельно стоящих рекламных конструкций – щит 3м*6м и 2,7м*3,7м в городе установлены с внешней подсветкой, такие рекламные конструкции стоят гораздо дешевле, организатором торгов был установлен вид подсветки – внешний.

5. При определении минимального требования по критерию «Доля социальной рекламы» в количестве 18 дней в году организатором торгов было использовано математическое округление ($4,93\% = 5\%$) в пользу потенциальных участников конкурса.

6. Установление организатором торгов дополнительного критерия «предложения по благоустройству прилегающей территории» не нарушает положения Закона о защите конкуренции и ГК РФ.

Под критерием «предложения по благоустройству прилегающей территории» понимается определение площади территории, за содержание (уборку и благоустройство) которой готов принять ответственность участник конкурса. Под территорией, прилегающей к рекламным конструкциям, организатором торгов понимается количество метров по периметру (радиусу) от края информационного поля.

Понятие «благоустройство» дано в решении Ивановской городской Думы от 27.06.2012 №448 «Об утверждении Правил благоустройства города Иванова».

Доводы заявителя о том, что участнику конкурса необходимо сделать лучшее предложение по критерию «Цена» для того, чтобы стать победителем конкурса, являются необоснованными. Организатором торгов под последним предложением пункта 6 Информационного сообщения понимается совокупность лучших предложений по всем трем имеющимся критериям – лучшая цена, лучшее предложение по социальной рекламе и лучшее предложение по благоустройству.

7. В соответствии с пп. «в» п. 5.1 Положения участником торгов может стать любое юридическое или физическое лицо - претендент, представивший организатору торгов следующие документы, в том числе, документ, подтверждающий отсутствие задолженности перед муниципалитетом за право установки рекламной конструкции. Таким образом, требование о предоставлении указанного документа не является избыточным.

8. В качестве проекта договора приведен типовой договор на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций. При заключении договора с победителем в п. 5.1 также будет указано предложение по использованию рекламных конструкций в социальных программах.

В связи с изложенным, Администрация просит признать жалобу ООО «Райдо» необоснованной.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) антимонопольный орган рассматривает жалобы, в том числе, на действия (бездействие) юридического лица, организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов или в случае, если торги, проведение которых является обязательным в соответствии с [законодательством](#) Российской Федерации, признаны несостоявшимися, а также при организации и проведении закупок в соответствии с Федеральным [законом](#) от 18 июля 2011 года №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», за исключением жалоб, рассмотрение которых предусмотрено [законодательством](#) Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Исходя из содержания жалобы, ее рассмотрение осуществлено в соответствии с требованиями статьи 18.1 Закона о защите конкуренции.

В соответствии с уведомлением, направленным в адрес заявителя и организатора торгов, рассмотрение жалобы назначено на 11.12.2017.

На заседании Комиссии 11.12.2017 заявитель поддержал позицию по доводам, изложенным в жалобе.

Представителем Администрации поддержана позиция в соответствии с письменными пояснениями от 06.12.2017.

Рассмотрев представленные документы, заслушав лиц, участвующих в деле, Комиссия Ивановского УФАС России установила следующее.

В соответствии с постановлением администрации города Иванова от 10.11.2017 №1573 на сайте Администрации <http://ivgoradm.ru> опубликовано извещение о проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию

отдельно стоящих рекламных конструкций.

Наименование и адрес организатора открытого конкурса: Администрация города Иванова. Место нахождения, почтовый адрес: 153000, город Иваново, площадь Революции, дом 6.

Предметом открытого конкурса является право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций при наличии полностью полученных согласований инженерных служб и уполномоченных органов на земельных участках, находящихся в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова, на местах размещения, указанных под номерами 29, 30, 62, 76, 78, 82, 83, 116, 138, 176, 227, 244, 248, 260, 262, 278, 323, 324, 329, 346, 353, 355, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402 в Схеме размещения на территории города Иванова рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности города Иванова, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, либо на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Ивановской области, либо на земельных участках, принадлежащих на праве собственности Российской Федерации, утвержденной постановлением Администрации города Иванова от 12.10.2016 № 1842 (далее - Схема размещения рекламных конструкций на территории города Иванова).

Срок действия договоров на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций составляет 10 лет.

Начальная цена предмета открытого конкурса устанавливается равной 14 851 847 руб. 00 коп. (Четырнадцать миллионов восемьсот пятьдесят одна тысяча восемьсот сорок семь рублей 00 копеек).

В соответствии с ч. 5.1 ст. 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.

Порядок организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова или в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова регулируется ст. 19 Закона о рекламе, а также Положением (утв. решением Ивановской городской Думы от 20.12.2006 №315).

В соответствии с п. 1.2 Положения торги проводятся в целях:

- устойчивого пополнения городского бюджета за счет размещения рекламных конструкций;
- создания равных условий и возможностей для получения муниципальных рекламных мест на территории города.

Основными принципами организации и проведения торгов являются равные условия для всех претендентов, открытость, гласность и состязательность проведения торгов (п. 1.3 Положения).

1. Рассмотрев первый довод заявителя, Комиссия считает его обоснованным в силу следующего.

В соответствии с ч. 5.1 ст. 19 Закона о рекламе форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или **представительными органами муниципальных образований**.

Таким образом, лицом, в чьи полномочия входит устанавливать форму торгов в данном случае, является **Ивановская городская Дума**.

В соответствии с положениями ч. 5.1 ст. 19 Закона о рекламе во исполнение своих полномочий Ивановской городской Думой принято решение от 20.12.2006 N 315, которым утверждено Положение о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова или в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова.

Таким образом, торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций Администрации надлежит проводить в строгом соответствии с нормами указного Положения.

В соответствии с п.п. 1.5-1.5.2 Положения торги могут проводиться как в форме конкурса, так и в форме аукциона.

Аукцион проводится для выявления покупателя, способного предложить наиболее высокую цену за право заключить договор по каждому из предлагаемых рекламных мест (п. 1.5.1).

Конкурс проводится для выявления претендента, который предложит наилучшие условия (п. 1.5.2).

В соответствии с п. 1.8 Положения решение о проведении торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, расположенной на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Иванова, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, находящемся в распоряжении органов местного самоуправления городского округа Иваново, в форме аукциона или конкурса принимает Администрация города Иванова.

Преимущественной формой проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Иванова, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, находящемся в распоряжении органов местного самоуправления городского округа Иваново, является аукцион.

Решение о проведении торгов в форме конкурса может приниматься Администрацией города Иванова, исходя из потребностей городского округа Иваново, **в целях стимулирования внедрения более сложных современных технологий, архитектурно-художественных решений, реализации социально значимых проектов в сфере наружной рекламы**.

Ивановским УФАС России установлено, что согласно конкурсной документации (п. 6

информационного сообщения) в качестве критериев конкурса определены: цена за право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции; предложение по использованию рекламных мест в социальных программах; предложение по благоустройству (благоустройство прилегающей территории).

Описание и значимость второго и третьего критерия определены в документации следующим образом:

2) доля социальной рекламы, размещаемой по условиям договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции – 20%, т.е. удельный вес критерия $K_2 = 0,2$. В соответствии с Федеральным законом № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» рекламодатель обязан за свой счет размещать социальную рекламу на принадлежащей ему рекламной конструкции, установленной в соответствии с настоящим договором, в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы. Предложение должно быть не менее пяти процентов общего годового объема распространяемой рекламы (не менее 18 дней в году);

3) благоустройство прилегающей территории – дополнительный критерий. Участник открытого конкурса вправе внести свое предложение по благоустройству города. Победитель открытого конкурса обязан за счет собственных средств поддерживать прилегающую к рекламной конструкции территорию в надлежащем санитарно-техническом состоянии. Предложения участника открытого конкурса по благоустройству территории выражаются в указании количества метров от края информационного поля рекламной конструкции, в пределах которых участник готов производить за свой счет благоустройство и уборку территории.

На основании изложенного из конкурсной документации не следует, что конкурс проводится в целях стимулирования внедрения более сложных современных технологий, архитектурно-художественных решений, реализации социально значимых проектов в сфере наружной рекламы.

Как обоснованно отмечено заявителем жалобы, Администрацией не установлено никаких требований к участникам об обязательном предложении более сложных современных технологий, архитектурно-художественных решений, реализации социально значимых проектов в сфере наружной рекламы. Оценка предложений участников также не ставится в зависимость от достижения вышеназванных целей.

Довод Администрации о том, что проведение торгов в форме конкурса позволяет муниципальным образованиям в качестве условий приобретения права на установку рекламных конструкций получить выгодные предложения по размещению социальной рекламы; предложения по размещению социальной рекламы за счет операторов делают данную форму проведения торгов более экономически выгодной для муниципальных образований, так как приводят к существенному сокращению бюджетных средств на размещение социальной рекламы, Ивановское УФАС России считает несостоятельным, поскольку потребность в размещении социальной рекламы не является условием проведения конкурса в соответствии с п. 1.8 Положения.

На заседании Комиссии 11.12.2017 представитель Администрации согласился с тем, что конкурсная документация не содержит положений о том, что данные торги проводятся в целях стимулирования внедрения более сложных современных технологий, архитектурно-художественных решений, реализации социально значимых проектов в сфере наружной рекламы.

2. Рассмотрев второй довод заявителя, Комиссия считает его обоснованным в силу следующего.

В соответствии с ч. 5.1 Закона о рекламе торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, после утверждения в соответствии с [частью 5.8](#) настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией **только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.**

В соответствии с ч. 5.8 ст. 19 Закона о рекламе **Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций**, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

Ивановским УФАС России установлено, что Постановлением Администрации от 12.10.2016 №1842 утверждена Схема размещения на территории города Иванова рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности города Иванова, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, либо на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Ивановской области, либо на земельных участках, принадлежащих на праве собственности Российской Федерации (далее – Схема размещения рекламных конструкций).

Графические изображения размещения рекламных конструкций, указанных в приложении N 1 к настоящему постановлению, с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций определены в Приложении №3 к указанному Постановлению.

Из вышеназванных норм права следует, что места размещения рекламных конструкций должны определяться в строгом соответствии с утвержденной Схемой размещения рекламных конструкций.

Из анализа конкурсной документации и пояснений лиц, участвующих в рассмотрении жалобы, Ивановским УФАС России установлено, что графическая часть Схемы размещения рекламных конструкций выполнена с использованием сервиса «Яндекс карты».

Вместе с тем, в конкурсной документации используются не графические изображения мест размещения рекламных конструкций в соответствии со Схемой, а иные графические изображения, выполненные посредством программы UrbanICS.

Также Ивановским УФАС России установлено и подтверждено письменными пояснениями Администрации, что в связи с использованием программы UrbanICS в конкурсной документации имеются визуальные различия по сравнению со Схемой. В частности, в конкурсной документации использован иной масштаб, по-иному выполнено графическое изображение объектов, нежели в Схеме.

При этом на заседании Комиссии представитель Администрации не смог пояснить,

почему в конкурсной документации не использовалась графическая часть Схемы размещения рекламных конструкций, а были разработаны новые графические изображения.

Также проведя анализ и оценку довода ООО «Райдо» о несоответствии графических изображений рекламных мест под номерами 30, 82, 396, 399, 400, 402, приведенных в Приложении №1 к информационному сообщению о проведении конкурса, графическим изображениям данных рекламных мест в Схеме размещения рекламных конструкций, Ивановское УФАС России приходит к выводу об обоснованности данного довода.

На основании изложенного, Ивановское УФАС России приходит к выводу, что использование в конкурсной документации графических изображений, отличных от утвержденной Схемы, противоречит положениям ч. 5.1 и ч. 5.8 ст. 19 Закона о рекламе и недопустимо в соответствии с действующим законодательством.

3. В соответствии с третьим доводом ООО «Райдо» Администрацией выставлено на торги рекламное место №386 (пр. Ленина, у дома №42). Вместе с тем, земельный участок, на котором размещено данное рекламное место, относится к федеральной собственности, в связи с чем Администрацией нарушены положения ч. 5.1 ст. 19 Закона о рекламе и п. 1.1 Положения; данное рекламное место выставлено на торги незаконно.

В соответствии с ч. 5.1 ст. 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.

В соответствии с п.1.1 Положения настоящее Положение регламентирует порядок организации и проведения торгов на право заключения договора на установку рекламных конструкций с использованием земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, находящемся в распоряжении органов местного самоуправления городского округа Иваново (далее - торги).

Таким образом, торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, расположенной на земельном участке, относящемся к федеральной собственности, вправе проводить только соответствующие государственные органы власти, но не органы местного самоуправления.

ООО «Райдо» представило в материалы дела ответ от ООО «Первая Координата» с приложением подтверждающих документов, из которого следует, что рекламная конструкция, обозначенная под номером №386 (город Иваново, проспект Ленина у дома 42) полностью расположена на земельном участке с кадастровым номером 37:24:020102:30 по адресу город Иваново, проспект Ленина, дом 42. По сведениям Единого государственного реестра недвижимости (ЕГРН) указанный земельный участок находится в собственности Российской Федерации и предоставлен в постоянное (бессрочное) пользование ФКП «Российская государственная цирковая компания».

Из письменных пояснений Ивановского госцирка – филиала Росгосцирка также следует, что рекламное место №386 (пр. Ленина, у дома №42) расположено на земельном

участке с кадастровым номером 37:24:020102:30, предоставленном для здания цирка.

На основании указанных пояснений и анализа представленных документов (выписки из ЕГРН на земельный участок, копии свидетельства о государственной регистрации права на земельный участок, копии кадастрового паспорта на земельный участок) Ивановское УФАС России приходит к выводу о том, что рекламное место №386 (пр. Ленина, у дома №42) размещено на земельном участке, находящемся в федеральной собственности, что противоречит п. 1.1 Положения и ч. 5.1 ст. 19 Закона о рекламе.

Таким образом, данный довод ООО «Райдо» Комиссия Ивановского УФАС России считает обоснованным.

4. Рассмотрев четвертый довод заявителя, Комиссия считает его обоснованным в силу следующего.

В соответствии с ч. 5.8 Закона о рекламе органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. **Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.**

Также в соответствии с п. 3 информационного сообщения **типы и виды рекламных конструкций, площадь информационного поля, технические характеристики определяются в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Иванова.**

В то же время в п. 3 информационного сообщения в описании каждой из выставленной на торги рекламной конструкции содержится требование о внешней подсветке информационного поля рекламной конструкции.

Вместе с тем, действующая Схема размещения рекламных конструкций не содержит требований о внешней подсветке информационного поля.

Также заявитель отмечает, что в п. 1.1 проекта договора (Приложение №2 к информационному сообщению) указано, что типы и виды рекламных конструкций, разрешенных к размещению на муниципальных рекламных местах, площади информационных полей и технические характеристики данных рекламных конструкций определяются в соответствии со Схемой размещения на территории города Иванова рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности города Иванова, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, либо на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Ивановской области, либо на земельных участках, принадлежащих на праве собственности Российской Федерации, утвержденной постановлением Администрации города Иванова от 12.10.2016 № 1842 (далее - Схема размещения на территории города Иванова рекламных конструкций).

В то же время в п. 1.3 проекта договора содержится требование внешней подсветки рекламных конструкций, не предусмотренное действующей Схемой размещения рекламных конструкций.

При этом, позиция Администрации о том, что требование о внешней подсветке необходимо, в том числе, для того чтобы рассчитать начальную цену предмета торгов, предоставив необходимые обоснования и расчеты в финансово-казначейское управление Администрации, а также довод о том, что около 95% отдельно стоящих рекламных конструкций – щит 3м*6м и 2,7м*3,7м в городе установлены с внешней подсветкой и такие рекламные конструкции стоят гораздо дешевле, не основаны на нормах действующего законодательства.

Как справедливо отмечает ООО «Райдо», указанное требование ограничивает самостоятельность участников конкурса при выборе вида подсветки.

На основании изложенного, Комиссия пришла к выводу о том, что данный довод ООО «Райдо» является обоснованным.

С учетом положений ч. 5.8 ст. 19 Закона о рекламе Администрация не вправе устанавливать дополнительные требования к рекламным конструкциям, не предусмотренные действующей Схемой размещения рекламных конструкций.

Также Комиссия считает недопустимым установление Администрацией в проекте договора противоречащих друг другу требований (п. 1.1 и п. 1.3 проекта договора).

5. Рассмотрев пятый довод заявителя, Комиссия считает его обоснованным в силу следующего.

В соответствии с ч. 3 ст. 10 Закона о рекламе заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций).

В то же время в конкурсной документации (п. 6 информационного сообщения) установлено минимальное требование по критерию «Доля социальной рекламы» в количестве 18 дней в году, что составляет менее 5% от продолжительности календарного года: $18/365 \times 100\% = 4,93\%$.

Из пояснений Администрации следует, что при определении минимального требования по критерию «Доля социальной рекламы» в количестве 18 дней в году организатором торгов было использовано математическое округление ($4,93\% = 5\%$) в пользу потенциальных участников конкурса.

Вместе с тем, обоснованным представляется довод заявителя о недопустимости использования округлений, поскольку это усложняет трактовку конкурсной документации и не предусмотрено законодательством.

Действительно, Ивановским УФАС России установлено, что в соответствии с п. 5.1 проекта договора рекламораспространитель обязан за свой счет размещать социальную рекламу на принадлежащих ему рекламных конструкциях, установленных в соответствии с настоящим договором, в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы.

Таким образом, из конкурсной документации не ясно, в каком минимальном объеме

победитель обязан будет размещать социальную рекламу – 4,93% или 5%.

Указанная неточность формулировки противоречит основным принципам организации и проведения торгов (п. 1.3 Положения) и не позволяет потенциальным участникам объективно оценивать условия конкурса о размере обязательной доли размещения социальной рекламы.

6. Рассмотрев доводы 6.1-6.4, Комиссия Ивановского УФАС России считает их обоснованными в силу следующего.

6.1 В пункте 6 информационного сообщения в качестве **дополнительного** критерия определения победителя конкурса названо благоустройство прилегающей территории.

Вместе с тем, в соответствии с п. 1.5.2 Положения условиями конкурса могут быть:

- предложения по цене не менее 5-летней оплаты за пользование городским рекламным местом;
- предложение по использованию рекламных мест в социальных программах;
- предложения по благоустройству города.

Таким образом, нормами Положения не предусмотрено разделение критериев на основные и дополнительные.

Как обоснованно отмечает ООО «Райдо», указанная формулировка не предусмотрена действующим законодательством и не позволяет однозначно трактовать ее смысл; также из документации не следует, имеет ли данный критерий коэффициент удельного веса так же как «основные» критерии.

Указанная неточность формулировки противоречит основным принципам организации и проведения торгов (п. 1.3 Положения) и не позволяет потенциальным участникам объективно оценивать условия конкурса, поскольку из представленной документации однозначно не следует, влияет ли на количество начисляемых баллов то, что данный критерий является дополнительным.

6.2. Оценка конкурсных предложений по указанному дополнительному критерию осуществляется в зависимости от количества метров от края информационного поля рекламной конструкции, в пределах которых участник готов за свой счет производить благоустройство и уборку территории. Вместе с тем, заявитель указывает, что из представленной формулировки уяснить практический смысл невозможно.

В письменных пояснениях Администрация указала, что под критерием «предложения по благоустройству прилегающей территории» понимается определение **площади территории**, за содержание (уборку и благоустройство) которой готов принять ответственность участник конкурса. Под территорией, прилегающей к рекламным конструкциям, организатором торгов понимается количество метров по периметру (радиусу) от края информационного поля. Соответственно, расстояние следует измерять от края информационного поля рекламной конструкции ближайшего в сторону измерения.

Вместе с тем, на заседании Комиссии представитель Администрации не смог пояснить содержание формулировки, изложенной в конкурсной документации. Также

представитель Администрации не смог пояснить содержание представленных в Ивановское УФАС России письменных пояснений, а именно: каким образом должна определяться прилегающая территория, каким образом и в какую сторону следует отмерять расстояние.

Рассмотрев указанный довод, Комиссия считает его обоснованным, поскольку из представленной формулировки не следует, о каком поле рекламной конструкции идет речь, от какого края информационного поля и в какую сторону следует отмерять данное расстояние.

Более того, по критерию «Предложение по благоустройству» оценка (расчет баллов) производится по формуле:

$$КБЗ=C$$

где КБЗ – количество баллов, присвоенных заявке на участие в открытом конкурсе по критерию «Предложение по благоустройству»;

С – количество баллов, присвоенных участнику открытого конкурса в зависимости от предложенных условий. Участнику открытого конкурса присваивается количество баллов, равное указанному в заявке количеству **метров** от края информационного поля рекламной конструкции, в пределах которых участник готов производить за свой счет благоустройство и уборку территории.

Тем самым в указанной формулировке, вопреки пояснениям Администрации, речь не идет о площади, поскольку метр является мерой (единицей измерения) длины, а не мерой (единицей измерения) площади, измеряемой, например, в квадратных метрах (Советский энциклопедический словарь, Москва, 1989).

6.3 По мнению ООО «Райдо», порядок оценки предложений участников по критерию «благоустройство» носит нечеткий и необъективный характер, поскольку в конкурсной документации отсутствуют конкретный перечень и физические объемы работ по благоустройству.

Вместе с тем, Администрация в письменных пояснениях указывает, что понятие «благоустройство» дано в решении Ивановской городской Думы от 27.06.2012 №448 «Об утверждении Правил благоустройства города Иванова».

Рассмотрев указанный довод заявителя, Комиссия считает его обоснованным в силу того, что в тексте конкурсной документации отсутствуют конкретный перечень и физические объемы работ по благоустройству; ссылка на положения решения Ивановской городской Думы от 27.06.2012 №448 «Об утверждении Правил благоустройства города Иванова» в тексте документации также отсутствует, в связи с чем потенциальные участники лишены возможности понимать и объективно оценивать те виды работ, выполнение которых на них может быть возложено в случае победы.

6.4 Как указано в жалобе ООО «Райдо» в соответствии с п. 6 информационного сообщения победителем открытого конкурса признается участник открытого конкурса, который предложил наиболее высокую цену предмета открытого конкурса и лучшие условия исполнения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. Таким образом, для победы в конкурсе недостаточно сделать лучшую заявку по трем критериям в целом, необходимо также в обязательном порядке сделать лучшее предложение по критерию «Цена».

В соответствии с ч. 4 ст. 447 ГК РФ выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу - лицо, которое по заключению конкурсной комиссии, заранее назначенной организатором торгов, предложило лучшие условия.

В соответствии с п. 1.5.1 и п. 1.5.2 Положения 1.5.1. аукцион проводится для выявления покупателя, способного предложить наиболее высокую цену за право заключить договор по каждому из предлагаемых рекламных мест. Конкурс проводится для выявления претендента, который предложит наилучшие условия. **Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу - лицо, которое по заключению конкурсной комиссии предложило лучшие условия.**

Таким образом, из норм действующего законодательства следует, что для победы в конкурсе лицо должно предложить лучшие условия **в совокупности по всем критериям**. Ни нормами ГК РФ, ни Положения не предусмотрено условие признания победителем конкурса лица, предложившего лучшие условия по каждому критерию.

На основании изложенного, Ивановское УФАС России пришло к выводу, что указанная формулировка конкурсной документации противоречит действующему законодательству и является незаконной.

7. Рассмотрев седьмой довод заявителя, Комиссия считает его обоснованным в силу следующего.

В соответствии с пп. «в» п. 5.1 Положения участником торгов может стать любое юридическое или физическое лицо - претендент, представивший организатору торгов указанные документы, в том числе, документ, подтверждающий отсутствие задолженности перед муниципалитетом за право установки рекламной конструкции.

В соответствии с пп. «в» п. 7 информационного сообщения для участия в открытом конкурсе претендент должен представить, в том числе, документ, подтверждающий отсутствие задолженности перед муниципалитетом за право установки рекламной конструкции.

Вместе с тем, как обоснованно отмечено заявителем, организатором торгов в информационном сообщении указанный документ не конкретизирован. Как установлено из пояснений ООО «Райдо», указанным документом может являться справка об отсутствии задолженности, предоставляемая Администрацией (либо ее структурным подразделением), декларация потенциального участника, оформленная в произвольной форме, либо какой-то иной документ.

Тем самым для потенциальных участников конкурса создана правовая неопределенность, поскольку из положений конкурсной документации невозможно установить, какой документ будет являться достаточным для подтверждения отсутствия задолженности.

Указанная правовая неопределенность затрагивает права потенциальных участников конкурса, поскольку их заявка может быть отклонена организатором торгов в связи с тем, что организатор может посчитать представленный документ об отсутствии задолженности ненадлежащим.

Таким образом, указанная формулировка конкурсной документации противоречит основным принципам организации и проведения торгов (п. 1.3 Положения) и не

позволяет потенциальным участникам объективно оценивать условия конкурса.

8. Рассмотрев восьмой довод заявителя, Комиссия считает его обоснованным в силу следующего.

В соответствии с данным доводом заявителя из проекта договора (Приложение №2 к информационному сообщению) не следует, каким образом должны быть реализованы п. 5.1 и 2.4.15.2 названного проекта договора – являются ли конкурсные обязательства по размещению социальной рекламы дополнительными по отношению к п. 5.1 проекта договора, или победитель обязан выполнять оба пункта.

В соответствии с п. 5.1 проекта договора рекламодатель обязан за свой счет размещать социальную рекламу на принадлежащих ему рекламных конструкциях, установленных в соответствии с настоящим договором, в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы.

Пункт 2.4.15.2 проекта договора сформулирован как «Обязательства по использованию рекламных мест в социальных программах» с оставленной пустой строкой для указания объема данных обязательств.

Из пояснений Администрации следует, что в качестве проекта договора приведен типовой договор на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций. При заключении договора с победителем в п. 5.1 также будет указано предложение участника по использованию рекламных конструкций в социальных программах.

Вместе с тем, Ивановское УФАС России считает обоснованной позицию заявителя о том, что из совокупности п. 5.1 и п. 2.4.15.2 проекта договора однозначно не следует, что на победителя конкурса будут возложены обязательства по размещению социальной рекламы только в том объеме, который указан победителем в конкурсном предложении.

Как обоснованно отмечено ООО «Райдо», данная правовая неопределенность не позволяет потенциальным участникам конкурса объективно оценивать тот объем социальной рекламы, который они должны будут размещать, став победителем конкурса.

При этом необоснованной является позиция Администрации, что при заключении договора в п. 5.1 будет указано предложение участника по использованию рекламных конструкций в социальных программах.

Данный довод является необоснованным в силу того, что проект договора является неотъемлемой частью конкурсной документации, утвержденной постановлением администрации города Иванова от 10.11.2017 №1573. Таким образом, все положения данной документации являются обязательными как для организатора торгов, так и для участников. Произвольное внесение изменений в проект договора также не предусмотрено нормами Положения.

Таким образом, Ивановское УФАС России приходит к выводу, что положения п. 5.1 и п. 2.4.15.2 проекта договора являются противоречащими друг другу и не позволяют участникам конкурса объективно оценивать его условия.

Руководствуясь статьями 18.1, 23 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать жалобу ООО «Райдо» на действия организатора торгов – администрации города Иванова при проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций (<http://ivgoradm.ru/narrek|konkurs/konkurs27.htm>) **обоснованной.**

2. Выдать организатору торгов – Администрации города Иванова предписание об устранении допущенных нарушений, для чего в срок до **20.12.2017** аннулировать конкурс на право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций (<http://ivgoradm.ru/narrek|konkurs/konkurs27.htm>).

Председатель Комиссии: _____ О.П. Строганова

Члены комиссии: _____ Т.С. Гусева

_____ Е.Е. Чугунова

В соответствии с частью 1 статьи 52 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» решение и (или) предписание антимонопольного органа могут быть обжалованы в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения или выдачи предписания. Решение и (или) предписание территориального антимонопольного органа могут быть также обжалованы в коллегиальный орган федерального антимонопольного органа.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

ПРЕДПИСАНИЕ №02-21/2017-019

11 декабря 2017 г.

г. Иваново

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ивановской области по рассмотрению жалоб на нарушение процедуры торгов и порядка заключения договоров, порядка осуществления процедур, включенных в исчерпывающий перечень процедур в сфере строительства в соответствии со статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Комиссия Ивановского УФАС России, Комиссия) в составе: председателя Комиссии – Строгановой О.П. - заместителя руководителя – начальника отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти; членов Комиссии: Гусевой Т.С. – главного специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти, Чугуновой Е.Е. - главного специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти, Бестужевой Н.Б. – главного специалиста-эксперта аналитического отдела,

руководствуясь статьями 18.1, 23 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», на основании своего решения от 11.12.2017 о признании жалобы ООО «Райдо» на действия организатора торгов – администрации города Иванова при проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций (<http://ivgoradm.ru/narrekikonkurs/konkurs27.htm>) обоснованной,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

администрации города Иванова в срок до **20.12.2017** аннулировать конкурс на право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций (<http://ivgoradm.ru/narreklkonkurs/konkurs27.htm>).

О выполнении настоящего Предписания сообщить в антимонопольный орган не позднее пяти дней со дня его выполнения.

Председатель Комиссии: _____ О.П. Строганова

Члены комиссии: _____ Т.С. Гусева

_____ Е.Е. Чугунова

_____ Н.Б. Бестужева

Предписание может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его выдачи.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного предписания антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.