Решение № 05-04.1/81-16

о признании жалобы необоснованной

05.09.2016 г. Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) по рассмотрению жалоб на нарушение процедуры торгов и порядка заключения договоров (далее – Комиссия) в составе:

<…> – заместителя руководителя управления, председателя Комиссии;

<…> – начальника отдела контроля органов власти, члена Комиссии;

<…> – ведущего специалиста-эксперта отдела контроля органов власти, члена Комиссии,

рассмотрев в порядке, предусмотренном статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), жалобу общества с ограниченной ответственностью «Компаньон-РА» (далее – ООО «Компаньон-РА», Заявитель) на действия департамента имущественных отношений Администрации города Омска (далее – Департамент, Организатор торгов, Ответчик) по проведению аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (распоряжение департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 29.06.2016 № 1320) (далее – аукцион),

при участии представителей ООО «Компаньон-РА»: <…> (протокол собрания учредителей ООО «Компаньон-РА», личность удостоверена паспортом), <…> (доверенность от 29.08.2016 б/н, личность удостоверена паспортом), <…> (доверенность от 29.08.2016 б/н, личность удостоверена паспортом);

при участии представителей Департамента: <…> – заместителя начальника управления арендных отношений Департамента (доверенность от 29.08.2016 № Исх-ДИО/12737, удостоверение № 0317/16, действительно до 11.07.2017), <…> – консультанта судебно-правового отдела правового управления Департамента (доверенность от 20.01.2016 № Исх-ДИО/599, удостоверение № 0074/16, действительно до 11.07.2017);

в присутствии представителя ООО «Универсал Групп»: <…> (доверенность от 29.08.2016 № 1, личность удостоверена паспортом);

в присутствии представителя ЗАО «Компания СТА»: <…> (доверенность от 05.09.2016 б/н, личность удостоверена паспортом);

в присутствии представителей ООО «ДиалогАвиаТрэвел»: <…> (в качестве слушателя, без надлежаще оформленных полномочий, личность удостоверена паспортом), <…> (доверенность от 02.09.2016 б/н, личность удостоверена паспортом);

в присутствии представителя ООО «АПР-Сити/ТВД»: <…> (доверенность от 09.12.2015 № 09-12-2015-15ю, личность удостоверена паспортом);

в присутствии представителя ООО «Сибирь Аутдор»: <…> (в качестве слушателя, личность удостоверена паспортом);

в присутствии представителей ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»: <…> (в качестве слушателя, личность удостоверена паспортом), <…> (доверенность от 15.08.2016 б/н, личность удостоверена паспортом);

в присутствии представителя Омской торгово-промышленной палаты: <…> (удостоверение № 140, действительно до 28.07.2018);

УСТАНОВИЛА:

1. В Омское УФАС России поступила жалоба Заявителя (вх. от 22.08.2016 № 6389), который полагает, что документация о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (далее – аукционная документация) разработана с нарушением требований действующего законодательства.

В обоснование своей позиции Заявитель указывает следующее.

1.1. Согласно аукционной документации Департаментом сформировано 7 крупных лотов. При этом каждый лот сформирован путем объединения от 42 до 206 мест под размещение рекламных конструкций.

В соответствии с частью 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции, при проведении торгов запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции.

Включение в один лот нескольких мест под размещение рекламных конструкций ограничивает возможность участия в торгах хозяйствующих субъектов, у которых отсутствует необходимость либо возможность получения нескольких мест под размещение рекламных конструкций, однако существует интерес и возможность для установки одной рекламной конструкции.

Таким образом, формирование лотов, по мнению Заявителя, произведено Организатором торгов с нарушением требований части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции.

1.2. Основанием для формирования лотов послужила схема размещения рекламных конструкций, утвержденная Постановлением Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п. В тоже время указанная схема не определяет и не конкретизирует места установки рекламных конструкций. Схема выполнена без масштаба, что позволяет Департаменту произвольно определять конкретные места установки рекламных конструкций по результатам проведения аукциона применительно к конкретному лицу, ставшему победителем на торгах. Заявитель считает, что выставляемое место на торги должно быть индивидуализировано и не может зависеть от усмотрения Организатора торгов.

1.3. Как указывает Заявитель, ООО «Компаньон-РА» произвело выборочный объезд предполагаемых рекламных мест, выставляемых на торги, и установило, что на предлагаемые к установке места невозможно установить рекламные конструкции, либо предполагаемые места размещения рекламных конструкций не соответствуют требованиям ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения».

В частности:

– рекламную конструкцию по лоту № 3 (место № 1783) технически невозможно установить, так как предполагаемое место установки находится в охранной зоне теплового коллектора, на тротуаре;

– рекламную конструкцию по лоту № 2 (место № 2543) технически невозможно установить, так как предполагаемое место установки находится в зоне зеленых насаждений;

– рекламную конструкцию по лоту № 3 (место № 948) технически невозможно установить, так как предполагаемое место установки находится в огражденной зоне строительства многоквартирного дома;

– рекламную конструкцию по лоту № 7 (место № 1784) технически невозможно установить, так как предполагаемое место установки находится в зоне пешеходного перехода; люки подземных коммуникаций – 2 шт., столбы, ЛЭП низко расположены;

– рекламную конструкцию по лоту № 7 (место № 2087) технически невозможно установить, так как предполагаемое место установки находится в зоне пешеходного перехода; зеленые насаждения;

– рекламную конструкцию по лоту № 7 (место № 2506) невозможно установить, в радиусе 50 м. зона зеленых насаждений;

– рекламную конструкцию по лоту № 7 (место № 1376) технически невозможно установить, так как предполагаемое место установки находится около дома, фактически установить конструкцию формата 3х6 не представляется возможным.

Кроме того, по мнению Заявителя, на многие места, выставленные Организатором торгов, невозможно будет получить разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по основанию пункта 3 части 15 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В тоже время цена каждого лота формируется за счет вышеуказанных мест, что определяет размер задатка, подлежащего внесению участником аукциона.

При таких обстоятельствах Заявитель полагает, что Организатор торгов действует недобросовестно, так как не сообщает участникам торгов о невозможности получения разрешений, невозможности установки рекламных конструкций на местах, указанных в аукционной документации. Что в свою очередь приводит к неправильному формированию лотов, определению начальной продажной цены и размера задатка по каждому лоту.

1.4. Департаментом сформировано 7 крупных лотов на общую стартовую сумму в размере более 150 млн. рублей, которая одновременно является задатком для участия торгах.

По мнению Заявителя, действия Департамента направлены на формирование лотов таким образом, чтобы ограничить участие в торгах действующих участников рынка наружной рекламы.

Так, в одном лоте можно встретить так называемые «привлекательные» для размещения наружной рекламы места №№ 28, 48, 378, 397, 1283 (лот № 4); 52, 657, 2223, 2421, 2437 (лот № 5), которые сгруппированы в очень большие лоты (144 конструкции, 206 конструкций), требующие внесения одновременно таких сумм для участия в торгах как 26 558 228,16 руб. и 36 978 350,04 руб. соответственно.

Кроме того, количество выставляемых на торги мест размещения рекламных конструкций в одном лоте превышает разумное.

Формирование лотов с большим количеством мест требует внесения существенного размера задатка для участия в торгах, причем единовременно, что, по мнению Заявителя, свидетельствует об умышленных действиях Департамента ограничить участие на торгах действующих участников рынка наружной рекламы.

1.5. Заявитель считает, что на торги выставлены места, в отношении которых имеются действующие разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и договоры. Выставляя на торги такие места, Департамент:

– завышает стоимость лота и сумму задатка;

– нарушает права и законные интересы третьих лиц.

При этом аукционная документация не содержит ссылки на имеющиеся обременения в виде действующих договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

В частности, действующие договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций имеются в отношении следующих выставляемых на торги мест:

– лот № 4: места №№ 1085, 1115, 1193, 455;

– лот № 5: места №№ 1126, 1110;

– лот № 7: места №№ 309, 1162.

Таким образом, Заявитель полагает, что вышеуказанные действия Организатора торгов могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, а также к нарушению прав и законных интересов ООО «Компаньон-РА» при проведении аукциона.

На основании изложенного, Заявитель просит выдать Организатору торгов предписание об аннулировании аукциона.

К жалобе Заявителя приложены копии следующих документов:

– аукционной документации;

– фотоматериалов (на 15 листах);

– договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

На заседании Комиссии 30.08.2016 представитель Заявителя поддержал доводы, изложенные в жалобе ООО «Компаньон-РА» (вх. Омского УФАС России от 22.08.2016 № 6389), а также представил дополнение к жалобе ООО «Компаньон-РА» (вх. Омского УФАС России от 30.08.2016 № 6609).

Так, в дополнении к жалобе ООО «Компаньон-РА» указывает, что ограничение конкуренции при проведении аукциона выразилось в нескольких аспектах, в частности:

– при формировании лотов (количество мест для установки рекламных конструкций в одном лоте; вид, формат рекламных конструкций, планируемых к размещению на нескольких местах, объединенных в один лот; территориальная расположенность мест для установки рекламных конструкций в одном лоте),

– при определении стартовой цены лота.

Кроме того, при формировании лотов Департаментом нарушены требования пункта 6 постановления Администрации города Омска от 17.03.2016 № 308-п.

На основании запроса Омского УФАС России от 31.08.2016 № 05-5996 ООО «Компаньон-РА» представлены (вх. от 02.09.2016 № 6711) приложения к договорам №№ 40812/1-РА от 20.04.2012, Д-С-23-9992 от 07.12.2012, Д-С-23-10262, Д-Ц-23-10237, Д-С-23-10263, Д-С-23-10238, Д-С-23-10239, Д-С-23-9285, Д-С-23-9286 (за исключением расчетов ежемесячной арендной платы).

02.09.2016 и 05.09.2016 в Омское УФАС России вновь поступили дополнения к жалобе ООО «Компаньон-РА» (вх. №№ 6712, 6761), в которых Заявитель указывает, что на торги должно выставляться конкретное место, поскольку только таким образом Департамент будет гарантировать возможность размещения рекламной конструкции в течение 10 лет с момента подписания договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

2. На основании запроса Омского УФАС России (исх. от 22.09.2016 № 05-5756) Ответчиком представлены надлежащим образом заверенные копии:

– распоряжения Департамента «О проведении аукциона на право заключения

договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции» от 29.06.2016 № 1320 (с приложением);

– распоряжения Департамента «О внесении изменений в распоряжение заместителя Мэра города Омска, директора департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 29.06.2016 № 1320» от 13.07.2016 № 1418 (с приложением);

– распоряжения Департамента «О внесении изменений в распоряжение заместителя Мэра города Омска, директора департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 13.07.2016 № 1418» от 05.08.2016 № 1623 (с приложением);

– публикаций в газете «Третья столица» от 30.06.2016 № 27 (945), от 14.07.2016 № 29 (947), от 11.08.2016 № 34 (952);

– журнала регистрации заявок;

– заявок на участие в аукционе;

– протоколов о результатах рассмотрения заявок и признания претендентов участниками аукциона от 17.08.2016.

На заседании Комиссии 30.08.2016 представитель Ответчика с доводами жалобы Заявителя не согласился, высказался согласно возражениям Департамента на жалобу ООО «Компаньон-РА» (вх. Омского УФАС России от 29.08.2016 № 6563), отметив следующее.

2.1. Статья 17 Закона о защите конкуренции устанавливает антимонопольные требования к торгам, запросу котировок цен на товары, запросу предложений.

Так, 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, в том числе:

– координация организаторами торгов, запроса котировок, запроса предложений или заказчиками деятельности их участников, а также заключение соглашений между организаторами торгов и (или) заказчиками с участниками этих торгов, если такие соглашения имеют своей целью либо приводят или могут привести к ограничению конкуренции и (или) созданию преимущественных условий для каких-либо участников, если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации;

– создание участнику торгов, запроса котировок, запроса предложений или нескольким участникам торгов, запроса котировок, запроса предложений преимущественных условий участия в торгах, запросе котировок, запросе предложений, в том числе путем доступа к информации, если иное не установлено федеральным законом;

– нарушение порядка определения победителя или победителей торгов, запроса котировок, запроса предложений;

– участие организаторов торгов, запроса котировок, запроса предложений или заказчиков и (или) работников организаторов или работников заказчиков в торгах, запросе котировок, запросе предложений.

Между тем, какой именно пункт части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции нарушен Организатором торгов при формировании лотов в жалобе ООО «Компаньон-РА» не указано.

Кроме того, подателем жалобы не приведено ни одной ссылки на норму права, ограничивающую возможность Организатора торгов формировать «крупные лоты» и включать в них несколько рекламных конструкций.

Представитель Ответчика указывает, что порядок формирования лотов и расчета размера начальной (минимальной) цены лота торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, договора на размещение рекламы на транспортном средстве, находящемся в муниципальной собственности города Омска, утвержден постановлением Администрации города Омска от 17.03.2016 № 308-п (далее – Порядок формирования лотов).

Вышеуказанный нормативный правовой акт органа местного самоуправления никем не оспорен и является действующим.

Согласно пункту 6 Порядка формирования лотов допускается 4 категории формирования лотов. Критерии формирования лотов по категориям представлены в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Категория лота	Общая площадь лота
1.	I категория	до 250 кв.м (одно рекламное место)
2.	II категория	от 250 кв.м (включительно) до 2 000 кв.м
3.	III категория	от 2 000 кв.м (включительно) до 5 000 кв.м
4.	IV категория	от 5 000 кв.м (включительно) до 10 000 кв.м

При определении количества лотов общая площадь лотов одной категории не должна превышать значений, приведенных в таблице 2.

Таблица 2

№	Категория лота	Общая площадь лотов одной категории	Объединение нескольких рекламных конструкций в

п/п			рамках одного лота
1.	I категория	Не менее 10% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	–
2.	II категория	Не более 15% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
3.	III категория	Не более 25% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
4.	IV категория	Не более 50% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо

Количество лотов II категории, выставленных на аукцион, – 2 шт. Общая площадь лотов – 4 732,56 кв.м. (с учетом общей площади лота № 2 аукциона от 05.07.2016 – 1 368,96 кв.м.), что составляет 9,73% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме (48 659,31 кв.м.) (допустимо не более 15%).

Количество лотов III категории – 2 шт. Общая площадь лотов – 6 905,28 кв.м., что составляет 14,19% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме (допустимо не более 25%).

Количество лотов IV категории – 3 шт. Общая площадь лотов – 17 043,5 кв.м., что составляет 35,03% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме (допустимо не более 50%).

Таким образом, представитель Ответчика считает, что формирование лотов:

– осуществлено Организатором торгов в соответствии с требованиями постановления Администрации города Омска от 17.03.2016 № 308-п;

– не противоречит части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции.

Кроме того, подтверждением отсутствия ограничения конкуренции является наличие нескольких заявок на так называемые «крупные лоты».

Например, на лоты №№ 6, 7 (включающие 182 и 180 рекламных конструкций соответственно) подано более 1 заявки (в том числе и заявка ООО «Компаньон-РА»), на лоты №№ 2, 3, 4 (включающие 58, 42 и 144 рекламные конструкции соответственно) подано более 1 заявки. При этом все лица, подавшие заявки, признаны участниками аукциона.

Таким образом, по мнению представителя Департамента, довод ООО «Компаньон-РА» о формировании лотов с нарушением требований части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции не находит своего подтверждения.

2.2. В отношении довода Заявителя о том, что схема размещения рекламных конструкций на территории города Омска не определяет и не конкретизирует места установки рекламных конструкций, представитель Ответчика отметил

следующее.

В соответствии с частью 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. 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.

Согласно части 5.8 статьи 19 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. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций.

Схема размещения рекламных конструкций на территории города Омска утверждена постановлением Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п.

Аукцион, назначенный на 23.08.2016, планировался к проведению только в отношении тех рекламных конструкций, которые предусмотрены данной схемой.

Постановление Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п никем не оспорено и является действующим.

Организатор торгов является исполнительным органом власти, осуществляющим свои действия на основании принятых нормативно-правовых актов. Таким образом, Департамент вправе проводить торги только на рекламные места, утвержденные в схеме размещения рекламных конструкций, и не вправе вносить в

аукционную документацию места для установки рекламных конструкций, отсутствующие в указанной схеме.

2.3. В соответствии с Законом о рекламе разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции выдается органом местного самоуправления на основании заявления, в том числе владельца рекламной конструкции.

Выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции является муниципальной услугой и осуществляется в соответствии с административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории города Омска, аннулирование таких разрешений», утвержденным постановлением Администрации города Омска от 28.03.2012 № 462-п.

Как указывает представитель Ответчика, выдача разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется Департаментом в соответствии с законодательством, после проведения аукциона по заявлению победителя аукциона. Точное место размещения рекламной конструкции указывается в разрешении на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в соответствии с информацией об аукционной документации.

Департамент, в свою очередь, как Организатор торгов и орган, выдающий разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Омска утверждает, что размещение рекламных конструкций №№ 1783, 2543, 948, 1784, 2087, 2506, 1376 возможно. Никаких препятствий по использованию выставляемых на торги рекламных мест не существует.

Относительно места № 233 (лот № 3) представитель Департамента пояснил, что при публикации информации о рекламной конструкции № 233 допущена техническая ошибка. В действительности, предметом аукциона является право на заключение договора в отношении рекламной конструкции № 238. Представитель Ответчика полагает, что допущенная опечатка не влечет нарушения чьих-либо прав.

2.4. Схема размещения рекламных конструкций на территории города Омска содержит 1913 рекламных конструкций.

На аукцион выставлено 924 рекламные конструкции, что составляет 48,3% от общего количества рекламных конструкций (объединены в 44 лота, из них: 1 лот – 75 шт., 2 лот – 58 шт., 3 лот – 42 шт., 4 лот – 144 шт., 5 лот – 206 шт., 6 лот – 182 шт., 7 лот – 180 шт., 37 лотов по 1 рекламной конструкции).

По мнению представителя Ответчика, лоты сформированы в соответствии с действующими в данной сфере нормативными актами, никаких ограничений по участию в аукционе ни для операторов наружной рекламы, ни для иных хозяйствующих субъектов, не существует. Аукцион открытый. Любое физическое или юридическое лицо может принять участие в аукционе.

Количество поданных заявок свидетельствует о заинтересованности хозяйствующих субъектов в проведении аукциона и заключении договоров.

Комиссией по проведению аукциона все претенденты признаны участниками аукциона и допущены к участию в аукционе.

2.5. Представитель Ответчика также указал, места для установки и эксплуатации рекламных конструкций № 1085, 1115, 1193, 455, 1126, 1110, 309, 1162 обременений не имеют и являются свободными от размещенных на них рекламных конструкций.

Никаких договоров в отношении указанных рекламных мест Департамент ранее не заключал, распоряжений не принимал, разрешений не выдавал.

Таким образом, представитель Ответчика считает доводы жалобы ООО «Компаньон-РА» несостоятельными, в связи с чем, жалоба не может быть признана обоснованной.

3. В соответствии с частью 14.1 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции, в связи с необходимостью получения дополнительной информации, рассмотрение жалобы по существу перенесено на 05.09.2016.

На основании запроса Омского УФАС России (исх. от 31.08.2016 № 05-5996) Департаментом представлены письменные пояснения (вх. 02.09.2016 № 6720) из которых следует, что размещение рекламных конструкций №№ 1783, 2543, 948, 1784, 2087, 2506, 1376 возможно.

В подтверждение указанного довода Департаментом представлены предложения о возможных местах размещения рекламных конструкций.

Так, в отношении рекламной конструкции по лоту № 3 (место № 1783) Департамент указывает следующее.

На основании абзаца 6 пункта 1 статьи 8 главы 3 Решения Омского городского Совета от 25.06.2014 № 253 «О правилах установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Омске», «отдельно стоящие рекламные конструкции должны иметь заглубленный ниже уровня грунта фундамент. В случаях, когда отсутствует техническая возможность заглубления фундамента, допускается его размещение без заглубления, при условии декоративного оформления».

В соответствии с пунктом 3 статьи 1 главы 1 Решения Омского городского Совета от 25.07.2007 № 45 «О правилах благоустройства, обеспечения чистоты и порядка на территории города Омска» «земляные работы – работы, связанные с выемкой, укладкой грунта, с нарушением усовершенствованного или грунтового покрытия городской территории, либо устройством (укладкой) усовершенствованного покрытия дорог и тротуаров, планировкой территории, проведение которых должно осуществляться на основании ордера на производство работ».

На основании СП 42.13330.2011 Охранная зона тепловых сетей – 5 метров при проектировании линии укладки тепловых сетей и 3 метра при проведении земляных работ в непосредственной близости от существующих линий тепловых сетей.

В соответствии с пунктом 5 «Типовых правил охраны коммунальных тепловых сетей», утвержденных приказом Министерства архитектуры, строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 17.08.1992 № 197, отсутствует запрет на размещение рекламных конструкций в пределах охранных зон тепловых сетей.

На основании пункта 6 «Типовых правил охраны коммунальных тепловых сетей» письменное согласие предприятия и организации, в ведении которых находятся эти сети, требуется в случае необходимости проведения земляных работ, планировкой грунта, посадкой деревьев и кустарников, возведением монументальных клумб.

На основании указанного места в схеме с № 1783 в случае подтверждения наличия на данном участке тепловых сетей, и технической невозможности размещения рекламной конструкции на данном месте с заглублением фундамента, размещение рекламной конструкции возможно с применением наружного фундаментного блока, без производства земляных работ и последующим обустройством декоративного оформления фундамента рекламной конструкции.

– Рекламная конструкция по лоту № 2 (место № 2543).

Требования по проведению работ на территории города Омска в зонах зеленых насаждений утверждены и содержатся в главе 3 Решения Омского городского Совета от 25.07.2007 № 45 «О правилах благоустройства, обеспечения чистоты и порядка на территории города Омска». Указанное Решение Омского городского Совета не содержит требований запрещающих размещение сооружений в зонах зеленых насаждений, при этом содержит требования, позволяющие обеспечить снос зеленых насаждений при производстве работ с последующим компенсационным озеленением (в случае такой необходимости).

Кроме того, требований, содержащих запрет на размещение средств наружной рекламы в зеленых насаждениях, не являющихся особыми рекреационными зонами не содержится в нормативных документах, соответствующих требованиям статьи 19 Закона о рекламе.

Земельный участок, на котором Департаментом предлагается установить рекламную конструкцию с номером места в схеме 2543, не относится к категориям земель с особым охраняемым статусом (парки, скверы, леса и т. д.). Более того, установка рекламной конструкции в указанном месте не требует проведения работ по сносу зеленых насаждений, в связи с чем, по мнению представителя Ответчика, имеется возможность для размещения рекламной конструкции в месте № 2543 схемы.

– Рекламная конструкция по лоту № 3 (место № 948).

Установка рекламной конструкции предполагается на земельном участке с кадастровым номером 55:36:000000:488, находящимся в собственности муниципального образования город Омск. Возможность установки рекламной конструкции подтверждается представленным фотоматериалом.

– Рекламная конструкция по лоту № 7 (место № 1784).

Возможно размещение рекламной конструкции с наружным вариантом исполнения фундаментного блока (в случае подтверждения факта технической невозможности исполнения фундамента с заглублением), с вариантом расположения информационного поля рекламной конструкции параллельно оси движения по улице Орджоникидзе в плоскости отличной от плоскости размещения опор ЛІНО, ЛЭП за пределами коридора безопасности знака дорожного движения

(за знаком, либо с увеличением высоты опоры конструкции свыше 5 метров) в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52044-2003 (в редакции изменений №3).

– Рекламная конструкция по лоту № 7 (место № 2087).

Размещение конструкции возможно за пределами коридора безопасности знака дорожного движения 5.19.2 (за знаком, либо с увеличением высоты опоры конструкции свыше 5 метров) в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52044-2003 (в редакции изменений № 3).

Так как земельный участок, на котором предполагается разместить рекламную конструкцию с номером места в схеме 2087, не относится к категориям земель с особым охраняемым статусом (парки, скверы, леса и т. д.), то в случае наличия необходимости сноса зеленых насаждений необходимо руководствоваться требованиями главы 3 Решения Омского городского Совета от 25.07.2007 № 45 «О правилах благоустройства, обеспечения чистоты и порядка на территории города Омска».

– Рекламная конструкция по лоту № 7 (место № 2506).

Так как земельный участок, на котором предполагается разместить рекламную конструкцию с номером места в схеме 2506, не относится к категориям земель с особым охраняемым статусом (парки, скверы, леса и т. д.), то в случае наличия необходимости сноса зеленых насаждений необходимо руководствоваться требованиями главы 3 Решения Омского городского Совета от 25.07.2007 № 45 «О правилах благоустройства, обеспечения чистоты и порядка на территории города Омска».

В письменных пояснениях Департамент также указывает, что Закон о рекламе не содержит указания в какой «пропорциональности» необходимо объединять в один лот рекламные конструкции из различных зон, в случае деления территории муниципального образования на зоны. Также он не содержит запрета на формирование лотов из конструкций, расположенных только в одной или двух из всего имеющегося количества зон территориального деления.

Подателем жалобы не представлено никаких правовых оснований (требований), в соответствии с которыми закреплена необходимость определять «равномерность» формирования лотов в процентном отношении к зонам размещения рекламных конструкций. Также не представлены доказательства (не разъяснено, не доказано) того, каким образом отсутствие «пропорциональности» ограничивает конкуренцию.

4. Из представленных материалов и информации, размещенной на официальном сайте Администрации города Омска www.admomsk.ru (далее – официальный сайт) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», Комиссией установлено, что на официальном сайте Департамент разместил извещение о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (распоряжение

департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 29.06.2016 № 1320 (в ред. распоряжения департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 13.07.2016 № 1418, от 05.08.2016 № 1623), публикации в газете «Третья столица» № 27 (945) от 30.06.2016, № 29 (947) от 14.07.2016, № 34 (952) от 11.08.2016).

Согласно аукционной документации предметом договора является право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена.

Прием заявок на участие в аукционе осуществлялся Организатором торгов ежедневно с 9 часов 00 минут до 17 часов 00 минут, пятница до 16 часов 30 минут, кроме субботы, воскресенья и праздничных дней с 01.07.2016 по 15.08.2016, по адресу: 644043, город Омск, ул. Краснофлотская, д. 8, каб. 503 (Департамент имущественных отношений).

Дата определения участников аукциона – 17.08.2016.

Дата проведения аукциона – 23.08.2016.

Дата подведения итогов аукциона – 23.08.2016.

Всего на аукцион выставлено 44 лота. В состав лота № 1 входит 75 мест установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 13 355 280 руб. Лот № 2: 58 мест установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 10 879 945,92 руб. Лот № 3: 42 места установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 7 470 792 руб. Лот № 4: 144 места установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 26 558 228,16 руб. Лот № 5: 206 мест установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 36 978 350,04 руб. Лот № 6: 182 места установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 30 885 416,64 руб. Лот № 7: 180 мест установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 28 208 684,16 руб. 37 лотов сформированы по принципу «1 лот – 1 рекламное место» с начальной ценой лота от 96 228 руб. до 801 900 руб.

Согласно журналу регистрации заявок на участие в аукционе:

– по лоту № 1 подано 2 заявки: ООО «АПР-Сити/ТВД», ООО «Сибирь Аутдор»;

– по лоту № 2 подано 3 заявки: ООО «АПР-Сити/ТВД», ЗАО «Компания СТА», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 3 подано 3 заявки: ООО «АПР-Сити/ТВД», ЗАО «Компания СТА», ООО «Волга Аутдор»;

– по лоту № 4 подано 3 заявки: ООО «ДиалогАвиаТрэвел», ООО «АПР-Сити/ТВД», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 5 подана 1 заявка: ООО «Сибирь Аутдор»;

– по лоту № 6 подано 2 заявки: ЗАО «Компания СТА», ООО «АПР-Сити/ТВД»;

– по лоту № 7 подано 2 заявки: ООО «ДиалогАвиаТрэвел», ООО «Компаньон-РА»;

– по лоту № 9 подано 4 заявки: ООО «Зеленая суббота», ИП <…>, ООО «Сибирь Аутдор», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 10 подана 1 заявка: ООО «АПР-Сити/ТВД»;

– по лоту № 11 подана 1 заявка: ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 12 подано 2 заявки: ООО «Сибирь Аутдор», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 13 подана 1 заявка: ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 14 подано 3 заявки: ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово», ЗАО «Компания СТА», ООО «Сибирь Аутдор»;

– по лоту № 15 подано 2 заявки: ООО «Сибирь Аутдор», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 16 подана 1 заявка: ООО «АПР-Сити/ТВД»;

– по лоту № 17 подано 3 заявки: ЗАО «Компания СТА», ООО «Сибирь Аутдор», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 18 подано 2 заявки: ООО «Сибирь Аутдор», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 23 подано 2 заявки: ООО «АПР-Сити/ТВД», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 25 подана 1 заявка: ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 27 подано 2 заявки: ООО «АПР-Сити/ТВД», ООО «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово»;

– по лоту № 28 подана 1 заявка: ООО «АПР-Сити/ТВД»;

– по лоту № 36 подана 1 заявка: ООО «АПР-Сити/ТВД»;

– по лоту № 39 подана 1 заявка: ООО «АПР-Сити/ТВД»;

– по лоту № 44 подана 1 заявка: ООО «Сибирь Аутдор».

Согласно протоколам о результатах рассмотрения заявок и признания претендентов участниками аукциона от 17.08.2016 все претенденты на участие в торгах допущены к участию в аукционе и признаны его участниками.

По лотам №№ 8, 19, 20, 21, 22, 24, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 38, 40, 41, 42, 43 не подано ни одной заявки.

5 . Рассмотрев жалобу Заявителя, представленные Ответчиком документы, заслушав доводы представителей сторон, Комиссия признала жалобу необоснованной, исходя из следующего.

В силу пункта 4.2 части 1 статьи 23 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган рассматривает жалобы на нарушение процедуры обязательных в соответствии с законодательством Российской Федерации торгов в порядке, предусмотренном статьей 18.1 Закона о защите конкуренции.

В соответствии с правилами статьи 18.1 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган рассматривает жалобы на действия (бездействие) юридического лица, организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной комиссии или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов либо 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 18.07.2011 № 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.

Действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии могут быть обжалованы в антимонопольный орган лицами, подавшими заявки на участие в торгах, а в случае, если такое обжалование связано с нарушением установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах, также иным лицом (заявителем), права или законные интересы которого могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов.

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. 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 статьи 19 Закона о рекламе 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.

Постановлением Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п утверждена схема размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Омской области или муниципальной собственности города Омска, в границах муниципального образования городской округ город Омск.

Распоряжением департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 29.06.2016 № 1320 объявлен аукцион.

Распоряжением департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 13.07.2016 № 1418 и распоряжением департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 05.08.2016 № 1623 внесены изменения в аукционную документацию.

Согласно аукционной документации прием заявок на участие в аукционе осуществлялся Организатором торгов с 01.07.2016 по 15.08.2016.

Согласно пункту 13 Порядка проведения аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, размещения рекламы на транспортном средстве, находящемся в муниципальной собственности города Омска, утвержденному постановлением Администрации города Омска 01.10.2014 № 1309-п (далее – Порядок проведения аукциона), в любое время до истечения срока представления заявок на участие в аукционе организатор аукциона вправе изменить аукционную документацию. Изменения публикуются в газете «Третья столица» и в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска не менее чем за 3 дня до начала проведения аукциона и имеют для претендентов обязательную силу.

То есть, согласно пункту 13 Порядка проведения аукциона у Департамента было право до 15.08.2016 г. вносить изменения в аукционную документацию.

Проанализировав представленные Департаментом документы, а также информацию, размещенную в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска, нарушений *установленного нормативными правовыми актами* порядка размещения информации о проведении аукциона Комиссией не установлено. Порядок внесения изменений в аукционную документацию определен нормативным актом Администрации города Омска. В установленном для обжалования нормативных актов порядке обжалован не был.

5.1. Согласно пункту 6 Порядка проведения аукциона организатор аукциона, в том числе: устанавливает перечень лотов, выставляемых на аукцион, и определяет начальную цену предмета аукциона.

В соответствии с пунктом 3 Порядка формирования лотов при формировании лота торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная

собственность на который не разграничена, учитывается общая площадь информационных полей всех рекламных конструкций, места размещения которых определены схемой размещения рекламных конструкций, тип рекламных конструкций в части технологического сходства эксплуатации рекламных конструкций.

В силу пункта 5 Порядка формирования лотов формирование лота обеспечивается с учетом:

– общей площади всех информационных полей рекламных конструкций, включенных в состав лота;

– типов рекламных конструкций, включенных в состав лота;

– возможности объединения нескольких рекламных конструкций в рамках одного лота.

Пунктом 6 Порядка формирования лотов допускается 4 категории формирования лотов. Критерии формирования лотов по категориям представлены в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Категория лота	Общая площадь лота
1.	I категория	до 250 кв.м (одно рекламное место)
2.	II категория	от 250 кв.м (включительно) до 2 000 кв.м
3.	III категория	от 2 000 кв.м (включительно) до 5 000 кв.м
4.	IV категория	от 5 000 кв.м (включительно) до 10 000 кв.м

При определении количества лотов общая площадь лотов одной категории не должна превышать значений, приведенных в таблице 2.

Таблица 2

№ п/п	Категория лота	Общая площадь лотов одной категории	Объединение нескольких рекламных конструкций в рамках одного лота
1.	I категория	Не менее 10% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	–
2.	II категория	Не более 15% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
3.	III категория	Не более 25% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
4.	IV	Не более 50% от общей площади всех	Допустимо

	категория	не более 50% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	

Согласно аукционной документации (в редакции распоряжения Департамента от 05.08.2016 № 1623) всего на аукцион выставлено 44 лота. В состав лота № 1 входит 75 мест установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 13 355 280 руб. Лот № 2: 58 мест установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 10 879 945,92 руб. Лот № 3: 42 места установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 7 470 792 руб. Лот № 4: 144 места установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 26 558 228,16 руб. Лот № 5: 206 мест установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 36 978 350,04 руб. Лот № 6: 182 места установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 30 885 416,64 руб. Лот № 7: 180 мест установки рекламных конструкций, начальная цена лота – 28 208 684,16 руб. 37 лотов сформированы по принципу «1 лот – 1 рекламное место» с начальной ценой лота от 96 228 руб. до 801 900 руб.

Общая площадь информационных полей рекламных конструкций составляет:

– по лоту № 1 – 2 385,6 кв.м.;

– по лоту № 2 – 1 959,6 кв.м.;

– по лоту № 3 – 1 404 кв.м.;

– по лоту № 4 – 4 519,68 кв.м.;

– по лоту № 5 – 6 264,54 кв.м.;

– по лоту № 6 – 5 656,64 кв.м.;

– по лоту № 7 – 5 122,32 кв.м.

Площадь информационных полей рекламных конструкций 37 лотов составляет от 18 кв.м. до 150 кв.м.

Исходя из представленных нормативов, расчет можно произвести следующим образом.

По расчетным данным Департамента общая площадь всех рекламных конструкций схемы составляет 48 659,31 кв.м.

Количество лотов II категории, выставленных на аукцион, – 2 шт. Общая площадь лотов – 3 363,6 кв.м., что составляет 6,91% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме (допустимо не более 15%).

Количество лотов III категории – 2 шт. Общая площадь лотов – 6 905,28 кв.м., что составляет 14,19% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме (допустимо не более 25%).

Количество лотов IV категории – 3 шт. Общая площадь лотов – 17 043,5 кв.м., что составляет 35,03% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме (допустимо не более 50%).

Таким образом, Комиссия полагает, что формирование лотов осуществлено Организатором торгов в соответствии с требованиями постановления Администрации города Омска от 17.03.2016 № 308-п.

Формирование лотов, выставляемых на аукцион, осуществлялось в соответствии с утвержденной схемой.

При этом в лоты, включающие рекламные места в количестве от 1 до 206 рекламных конструкций, вошли рекламные конструкции, расположенные в различных районах города, что, по мнению Комиссии, соответствует принципу равномерного охвата территории города Омска и обуславливает объединение в лот более одного рекламного места.

При организации аукциона часть лотов сформирована таким образом, что содержит от 1 до 42-58 рекламных конструкций. Кроме того, 37 лотов были сформированы по принципу «1 лот – 1 рекламное место», что дает возможность субъектам малого и среднего предпринимательства с ограниченными материальными возможностями участвовать в торгах.

Более того, Закон о рекламе не регламентирует величину лотов при проведении аукциона на право размещения наружной рекламы. Не содержит указания на какую-либо стартовую цену для участия в торгах на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Соответственно, организатор торгов вправе установить стартовую цену торгов по своему усмотрению.

Органы местного самоуправления в силу полномочий, предоставленных Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», вправе решать вопросы местного значения, связанные с особенностями распространения наружной рекламы.

Доказательств, свидетельствующих об ограничении доступа к торгам отдельных субъектов рекламного рынка, ООО «Компаньон-РА» не представлено.

Таким образом, по мнению Комиссии, довод ООО «Компаньон-РА» о формировании лотов с нарушением требований части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции не находит своего подтверждения.

5.2. В отношении довода Заявителя о том, что «схема не определяет и не конкретизирует места установки рекламных конструкций, схема выполнена без масштаба» Комиссия считает необходимым отметить следующее.

Согласно части 5.8 статьи 19 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. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение

внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации.

Как указывалось выше схема размещения рекламных конструкций на территории города Омска утверждена постановлением Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п. Схема размещения рекламных конструкций определяет места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций.

Постановление Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п по состоянию на 05.09.2016 никем не оспорено и является действующим.

Вопросы соответствия схемы размещения рекламных конструкций на территории города Омска документам территориального планирования, градостроительным нормам и правилам, требованиям безопасности в силу статьи 23 Закона о защите конкуренции, Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного приказом ФАС России от 23.07.2015 № 649/15 (зарегистрирован в Минюсте России 24.08.2015 № 38653) не относятся к компетенции антимонопольного органа.

Пунктом 43 Порядка проведения аукциона установлено, что победитель аукциона вправе приступить к установке рекламной конструкции, нанесению рекламного изображения на транспортное средство только после заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, договора на размещение рекламы на транспортном средстве, оформления в установленном порядке разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, получения согласованного в установленном порядке эскиза рекламного изображения, размещаемого на транспортном средстве.

Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций является муниципальной услугой и осуществляется в соответствии с Законом о рекламе (части 9,12 статьи 19 Закона о рекламе) и административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории города Омска, аннулирование таких разрешений», утвержденным постановлением Администрации города Омска от 28.03.2012 № 462-п (далее – Административный регламент).

Согласно пункту 37 Административного регламента основанием для начала предоставления муниципальной услуги является подача заявителем документов, указанных в пунктах 13, 14 настоящего административного регламента, в департамент.

Главой 8 Административного регламента предусмотрен исчерпывающий перечень документов, необходимых в соответствии с нормативными правовыми актами для предоставления муниципальной услуги. Одним из документов, предоставляемых заявителем для выдачи разрешения является документ и сведения, относящиеся к

территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции.

Исходя из общего толкования приведенных норм действующего законодательства Департамент, как уполномоченный орган на выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций устанавливает место размещения рекламной конструкции согласно схеме размещения рекламных конструкций и заявления заинтересованного лица в выдаче разрешения, содержащего сведения о территориальном размещении рекламной конструкции.

5.3. Комиссия считает необходимым отметить, что Департамент осуществляет свои действия на основании принятых нормативно-правовых актов, вправе проводить торги только на рекламные места, утвержденные в схеме размещения рекламных конструкций, и не вправе вносить в аукционную документацию места для установки отсутствующие в схеме размещения рекламных конструкций.

Проанализировав представленные документы в рамках рассмотрения дела № 05-04.1/81-16, Комиссия отклоняет довод Заявителя о том, что на торги выставлены места, в отношении которых имеются действующие разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и договоры, ввиду недоказанности.

5.4. Не может быть поддержан и довод Заявителя о нарушении статьи 17 Закона о защите конкуренции (в части включения в один лот мест из различных зон, на которые поделена территория города Омска), поскольку Закон о рекламе не содержит обязанности соблюдения при формировании лотов принципа «пропорциональности» включения рекламных конструкций из различных зон муниципального образования, а доказательств ограничения участия в аукционе в результате не соблюдения «пропорциональности» не представлено.

Принимая во внимание изложенное, руководствуясь частью 20 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать жалобу общества с ограниченной ответственностью «Компаньон-РА» на действия департамента имущественных отношений Администрации города Омска по проведению аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (распоряжение департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 29.06.2016 № 1320) необоснованной.

2. Снять ограничения, наложенные уведомлением Омского УФАС России от 22.08.2016 № 05-5756.

Председатель Комиссии <…>

Члены Комиссии <…
>

Согласно части 23 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции настоящее решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня его принятия.