

14.11.2013

г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю по контролю в сфере размещения заказов (далее – Комиссия Приморского УФАС России) в составе:

Председатель комиссии:– заместитель руководителя;

Члены комиссии:

– ведущий специалист – эксперт отдела контроля размещения заказов;

– специалист 1 разряда отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев жалобу организации с ограниченной ответственностью «Пасифик Медиа»,

в присутствии:

*от Заявителя:* не явился, уведомлен надлежащим образом;

*от Заказчика:* - представитель по доверенности;

- представитель по доверенности;

*от Уполномоченного органа:* – представитель по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

В Приморское УФАС России поступила жалоба от ООО «Пасифик Медиа» на действия заказчика - Департамента информационной политики Приморского края (далее – заказчик) при проведении открытого аукциона в электронной форме на оказание услуг по проведению мероприятий социальной рекламы по изготовлению и размещению поверхностей наружной рекламы на территории Приморского края на тему: «Социальные кампании и социальные инициативы Администрации Приморского края» (извещение № 0120200004713000595) (далее – открытый аукцион).

По мнению заявителя, заказчик допустил нарушение требований Федерального закона от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» (далее – Закон № 94-ФЗ), а именно пункта 1 части 4 статьи 41.6 Закона № 94 – ФЗ, так как заказчик не указал в документации об открытом аукционе сведения, предусмотренные Законом № 94-ФЗ.

Представитель заказчика с доводами заявителя не согласился, представил письменные возражения, и считает, что нарушение требований Закона № 94 – ФЗ

со стороны заказчика отсутствуют.

Заслушав объяснения, присутствующей стороны, рассмотрев материалы дела, сопоставив их с фактическими документами, и проведя внеплановую проверку, Комиссия Приморского УФАС России установила следующее.

Согласно пункту 1 части 4 статьи 41.6 Закона № 94 – ФЗ, документация об открытом аукционе в электронной форме должна содержать требования к качеству, техническим характеристикам товара, работ, услуг, требования к их безопасности, требования к функциональным характеристикам (потребительским свойствам) товара, требования к размерам, упаковке, отгрузке товара, требования к результатам работ и иные показатели, связанные с определением соответствия поставляемого товара, выполняемых работ, оказываемых услуг потребностям заказчика. При этом должны быть указаны используемые для определения соответствия потребностям заказчика или эквивалентности предлагаемого к поставке или к использованию при выполнении работ, оказании услуг товара максимальные и (или) минимальные значения таких показателей и показатели, значения которых не могут изменяться.

1. Так в п. 4.3.5 Технического задания (далее - ТЗ) указано, что объём и сроки размещения на каждом объекте наружной рекламы определяется заказчиком.

Время выхода и количество размещений на каждом объекте наружной рекламы Заказчик определяет после размещения заказа, хотя согласно требованиям Закона № 94-ФЗ должен определить при размещении заказа; разница в цене размещений на различных объектах наружной рекламы (п.4.3.2): у билборды (отдельно стоящие рекламные щиты) площадью 18 м<sup>2</sup>; суперсайты (отдельно стоящие рекламные щиты, расположенные на большой высоте, оборудованные внешней подсветкой) площадью 50 м<sup>2</sup>, 60 м<sup>2</sup>, 75 м<sup>2</sup>; брендмауэры (баннеры больших размеров, располагающиеся на стенах зданий и сооружений); скроллеры (отдельно стоящие рекламные конструкции с внутренней подсветкой и динамической сменой изображения); рекламные растяжки (баннерное полотно, растянутое над проезжей частью или пешеходной дорожкой) площадью 8 м<sup>2</sup>, 10 м<sup>2</sup>; уличная мебель (скамейки, дорожные ограждения, указатели, телефонные кабины, городские часы и другого вида информационные конструкции, демонстрирующие важную для горожан информацию) может достигать десятки раз - таким образом в ТЗ содержится неконкретное условие размещений наружной рекламы, что создаёт возможность субъективного (коррупционного) отношения заказчика к выигравшему аукцион подрядчику: лояльное (размещение наружной рекламы будет определено Заказчиком на недорогих объектах наружной рекламы) либо нелояльное (размещение наружной рекламы будет определено заказчиком на дорогих объектах наружной рекламы).

2. В техническом задании (п. 4.5) с размещением социальных видеороликов:

- пункт 4.5. «б» ролики для размещения на светодиодных мониторах предоставляются заказчиком в количестве не более 10 (десяти) штук в течение 3 (трех) дней с момента подписания государственного контракта. У участников размещения заказа нет ясности, на счёт того, сколько роликов требуется.

- пункт 4.5.7. количество выходов на каждом светодиодном мониторе определяется

заказчиком и регламентируется утверждённым медиапланом. Вместе с тем, медиаплан отсутствует.

3. В Техническом задании документации содержатся некорректные формулировки, а именно:

- п. 3.2 изготовление 510 (пятьсот десяти) квадратных метров рекламных материалов для последующего размещения на объектах наружной рекламы;

- п. 3.3 размещение изготовленных рекламных материалов на объектах наружной рекламы на территории Приморского края общим объёмом 31 000 (тридцать одной тысячи) м<sup>2</sup>\*дней; 1 м<sup>2</sup>\*день - условная единица измерения, выражающая размещение одного квадратного метра рекламного материала в течение суток. Например: размещение материала на объекте наружной рекламы площадью 18 м<sup>2</sup> в течение недели = 18 м<sup>2</sup> \* 7 дней = 126 м<sup>2</sup>\*дней.

Исходя из этой формулы: 31000 м<sup>2</sup>\*дней / 510 м<sup>2</sup> = 61 день; по факту остаётся только декабрь 2013 года для размещения, а это 31 день.

Документация об открытом аукционе, в том числе техническое задание, не отражает реальной потребности заказчика. Отсутствие в документации об открытом аукционе характеристик размещаемых информационных материалов, требований к качеству информационных материалов и иных показателей, связанных с определением соответствия оказываемых услуг потребностям Заказчика, не позволяют участникам размещения заказа определить конкретный результат оказания услуги, в связи с этим потенциальные участники размещения заказа не могут реально оценить свои затраты на оказание данных услуг.

Тем самым, заказчик не установил в документации об открытом аукционе конкретные показатели, связанные с определением соответствия оказываемых услуг потребностям заказчика, допустил нарушение пункта 1 части 4 статьи 41.6 Закона № 94 – ФЗ.

В соответствии с документацией об открытом аукционе, предметом размещенного заказа являлось выполнение работ, при этом, согласно техническому заданию документации об открытом аукционе, при выполнении данных работ предполагается использование товара.

Подпунктом «б» пункта 3 части 4 статьи 41.8 Закона № 94 – ФЗ установлено, что при размещении заказа на выполнение работ, оказание услуг, для выполнения, оказания которых используется товар, первая часть заявки на участие в открытом аукционе в электронной форме должна содержать согласие участника размещения заказа на выполнение работ, оказание услуг на условиях, предусмотренных документацией об открытом аукционе в электронной форме, а также конкретные показатели используемого товара, соответствующие значениям, установленным документацией об открытом аукционе в электронной форме, и указание на товарный знак (его словесное обозначение) (при его наличии) предлагаемого для использования товара при условии отсутствия в документации об открытом аукционе в электронной форме указания на товарный знак используемого товара.

В соответствии с пунктом 22 Информационной карты документации об открытом

аукционе предусмотрено включение в состав первой части заявки на участие в открытом аукционе только согласия участника размещения заказа на оказание услуг на условиях, предусмотренных документацией об открытом аукционе.

Вместе с тем, требование об указании в первой части заявки на участие в открытом аукционе конкретных показателей используемого товара, соответствующих значениям, установленным документацией об открытом аукционе, в документации об открытом аукционе не установлено.

Тем самым, заказчик допустил нарушение пункта 1 части 3 статьи 41.6 Закона № 94 – ФЗ, так как установил требования к содержанию первой части заявки не в соответствии с частью 4 статьи 41.8 Закона № 94 – ФЗ.

Следовательно, документация об открытом аукционе не соответствует требованиям Закона № 94-ФЗ.

На основании изложенного, руководствуясь статьёй 17 и статьёй 60 Закона № 94-ФЗ, Комиссия Приморского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать жалобу ООО «Пасифик Медиа» на действия заказчика - Департамента информационной политики Приморского края при проведении открытого аукциона в электронной форме на оказание услуг по проведению мероприятий социальной рекламы по изготовлению и размещению поверхностей наружной рекламы на территории Приморского края на тему: «Социальные кампании и социальные инициативы Администрации Приморского края» (извещение № 0120200004713000595) обоснованной.

2. Признать по результатам рассмотрения жалобы и проведения внеплановой проверки, что заказчик допустил нарушение:

- пункта 1 части 4 статьи 41.6 Закона № 94-ФЗ, так как документация об аукционе не содержит все сведения, предусмотренные Законом № 94-ФЗ;

- пункта 1 части 3 статьи 41.6 Закона № 94 – ФЗ, так требования к содержанию первой части заявки на участие в открытом аукционе установлены не в соответствии с пункта 3 части 4 статьи 41.8 Закона № 94 – ФЗ.

3. Выдать заказчику и оператору электронной торговой площадки обязательное для исполнения предписание об устранении нарушений требований Закона № 94-ФЗ, допущенных при проведении открытого аукциона.

