РЕШЕНИЕ

086/10/18.1-188/2020

Резолютивная часть решения оглашена 27.01.2020
Мансийск

г. Ханты-

Решение изготовлено в полном объеме 30.01.2020

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре (далее – Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России) по рассмотрению жалоб в порядке, предусмотренном статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), действующая на основании Приказа №28 от 22.01.2020 в составе:

Председатель комиссии:

– <<...>>;

Члены комиссии:

–<<...>>;

– <<...>>,

в отсутствии на заседании представителя заявителя от ООО «Ритек», надлежащим образом уведомленного о месте и времени рассмотрения жалобы,

в присутствии на заседании представителей организатора торгов от Департамента архитектуры и градостроительства администрации города Сургута <<...>> действующей на основании доверенности от 21.01.2020 №02-07-2/0, <<...>>., действующего на основании доверенности от 20.01.2020 №02-07-1/0,<<...>>, действующего на основании распоряжения от 31.01.2019 №165л/с,

рассмотрев жалобу ООО «Ритек» от 17.01.2020 №85-Ж,

установила:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу-Югре (далее – Ханты-Мансийское

УФАС России) в порядке статьи 18.1 Закона о защите конкуренции поступила жалоба ООО «Ритек» (далее – Заявитель) от 17.01.2020 №85-Ж на действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации города Сургута (далее – Организатор торгов, Департамент) при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление, извещение №251219/30684713/04 (далее – конкурс).

В своей жалобе Заявитель указал на нижеследующее:

1. Извещение о проведении конкурса и конкурсная документация содержат различные перечни требований к документам, которые должен предоставить участник торгов и различные требования к порядку формирования конкурсной заявки участника.

Кроме того, в конкурсной документации не указано в какие сроки и где участник должен получить документы, установленные в извещении о проведении конкурса, а именно:

- документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по оплате договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Сургут;

- документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по возмещению неосновательного обогащения за пользование муниципальным имуществом или имуществом, права на которое не разграничены, в целях размещения рекламных конструкций на территории города Сургут;

- документы, подтверждающие исполнение обязательств по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций, по ранее выданным предписаниям на территории города Сургут.

- документы, подтверждающие исполнение требований по возмещению расходов за принудительный демонтаж принадлежащих претенденту незаконно установленных рекламных конструкций, что приводит к нарушению прав всех потенциальных участников конкурса и вводит в заблуждение.

2. Пункт 3.9. части II Конкурсной документации противоречит части 5.7 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), т. к. не содержит информации о порядке заключения

договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в случае признания конкурса несостоявшимся. Кроме того, в соответствии с пунктом 28 Приказа ФАС России №67 от 10.01.2010 «О порядке проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав в отношении государственного или муниципального имущества, и перечне видов имущества, в отношении которого заключение указанных договоров может осуществляться путем проведения торгов в форме конкурса» (далее — Приказ ФАС России №67), размещение информации о проведении конкурсов или аукционов на официальном сайте торгов является публичной офертой, предусмотренной статьей 437 ГК РФ.

3. В нарушение подпункта 16 пункта 40 Приказа ФАС России №67 конкурсная документация не содержит положений и указаний на то, что при заключении и исполнении договора, изменение условий договора, по соглашению сторон не допускается.

4. В соответствии с пунктами 31 и 105 Приказа ФАС России №67 при проведении торгов начальной (минимальной) ценой договора может являться либо минимальная цена (плата) за право заключения договора, либо начальный (минимальный) размер арендной платы.

5. Извещение, а так же конкурсная документация не содержат информации, какие конкретно действия должен или может совершить участник конкурса в отношении лотов имеющих обременения.

6. Оценка предложений производится не в отношении конкретного участника, а ставится в зависимость от цены предложений других участников. Кроме того, Заявитель в своей жалобе указывает на отсутствие ранжирования баллов внутри каждого критерия.

На основании изложенного, Заявитель просит признать жалобу обоснованной, проведение конкурса неправомерным и отменить указанный конкурс.

27.01.2020 в адрес Ханты-Мансийского УФАС России от Организатора торгов поступили возражения на жалобу Заявителя с приложением документов.

В представленных возражениях Организатор торгов выразил свое несогласие с доводами жалобы Заявителя, просит в удовлетворении жалобы отказать.

Изучив имеющиеся материалы дела, представленные доказательства, заслушав лиц, участвующих при рассмотрении жалобы, Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России пришла к следующим выводам.

В соответствии с частью 1 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции, по правилам настоящей статьи антимонопольный орган рассматривает, в том числе жалобы 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.

Согласно части 2 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции 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 пункту 26.1 части 1 статьи 16 Федерального закона от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» к вопросам местного значения городского округа относятся выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных вновь рекламных конструкций на территории городского округа, осуществляемые в соответствии с Законом о рекламе.

В силу части 5 статьи 19 Закона о рекламе, установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляется ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором.

Согласно части 5.1 статьи 19 Закона о рекламе заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на

основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований.

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

26.12.2019 на официальном сайте Администрации г.Сургута www.admsurgut.ru и www.torgi.gov.ru (далее – официальный сайт) Организатором торгов опубликовано извещение о проведении конкурса и конкурсная документация.

Как следует из конкурсной документации, конкурс проводится в соответствии с требованиями Закона о рекламе, решением Думы г.Сургута от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута».

Дата и время окончания срока подачи заявок 27.01.2020 09:30.

1. Одним из доводов жалобы Заявителя является то, что извещение о проведении конкурса и конкурсная документация содержат различные перечни требований к документам, которые должен предоставить участник торгов и различные требования к порядку формирования конкурсной заявки участника. Кроме того, в конкурсной документации не указано в какие сроки и где участник должен получить документы, установленные в извещении о проведении конкурса, а именно:

- документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по оплате договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Сургут;

- документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по возмещению неосновательного обогащения за пользование муниципальным имуществом или имуществом, права на которое не разграничены, в целях размещения рекламных конструкций на территории города Сургут;

- документы, подтверждающие исполнение обязательств по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций, по ранее выданным предписаниям на территории города Сургут.

- документы, подтверждающие исполнение требований по возмещению расходов за принудительный демонтаж принадлежащих претенденту незаконно установленных рекламных конструкций, что приводит к нарушению прав всех потенциальных участников конкурса и вводит в заблуждение.

Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России, проанализировав извещение и конкурсную документацию, установила следующее.

Согласно пункту 3.1 раздела 3 Конкурсной документации Организатором торгов установлены требования к **содержанию и форме заявки на участие в конкурсе**, а именно:

1. Сведения и документы об участнике торгов, подавшем заявку:

а) фирменное наименование (наименование), сведения об организационно-правовой форме, о месте нахождения, почтовый адрес (для юридического лица), фамилия, имя, отчество, паспортные данные, сведения о месте жительства (для физического лица), номер контактного телефона – по форме № 3 части IV конкурсной документации (Анкета участника торгов);

б) полученную не ранее чем за шесть месяцев до дня размещения на официальном сайте извещения о проведении открытого конкурса выписку из единого государственного реестра юридических лиц или нотариально заверенную копию такой выписки (для юридических лиц), полученную не ранее чем за шесть месяцев до дня размещения на официальном сайте извещения о проведении открытого конкурса выписку из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей или нотариально заверенную копию такой выписки (для индивидуальных предпринимателей), копии документов, удостоверяющих личность (для иных физических лиц), надлежащим образом заверенный перевод на русский язык документов о государственной регистрации юридического лица или физического лица в качестве индивидуального предпринимателя в соответствии с законодательством соответствующего государства (для иностранных лиц), полученные не ранее чем за шесть месяцев до дня размещения на официальном сайте извещения о проведении открытого конкурса;

в) документ, подтверждающий полномочия лица на осуществление действий от имени участника торгов - юридического лица (копия решения о назначении или об избрании либо приказа о назначении физического лица на должность, в соответствии с которым такое физическое лицо

обладает правом действовать от имени участника торгов без доверенности (далее для целей настоящего абзаца - руководитель). В случае если от имени участника торгов действует иное лицо, заявка на участие в конкурсе должна содержать также доверенность на осуществление действий от имени участника торгов, заверенную печатью участника торгов и подписанную руководителем участника торгов (для юридических лиц) или уполномоченным этим руководителем лицом, либо нотариально заверенную копию такой доверенности. В случае если указанная доверенность подписана лицом, уполномоченным руководителем участника торгов, заявка на участие в конкурсе должна содержать также документ, подтверждающий полномочия такого лица;

г) копии учредительных документов участника торгов (для юридических лиц);

2. Конкурсные предложения:

- цена договора (не ниже цены, указанной в приложении 1 к Извещению о проведении торгов для каждого лота);

- наилучшее предложение по конструктивно-технологическому и дизайнерскому (внешний вид) решениям рекламной конструкции;

- количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции (и производство данной рекламы в виде баннеров);

- квалификация участников конкурса, в том числе наличие опыта работы, связанного с предметом конкурса, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации.

Согласно пункту 3.2. раздела 3 Конкурсной документации Организатором торгов установлены требования к **участникам торгов**, а именно:

Претендентом на участие в конкурсе может быть любое юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения или любое физическое лицо, индивидуальный предприниматель, претендующие на право заключения договора.

При проведении торгов устанавливаются следующие обязательные требования ко всем участникам торгов:

1) Не проведение ликвидации в отношении претендента на участие в торгах - юридического лица и отсутствие решения арбитражного суда о признании претендента на участие в открытом конкурсе - юридического лица, индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии

конкурсного производства.

2) Не приостановление деятельности претендента на участие в торгах в порядке, предусмотренном Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, на день подачи заявки на участие в торгах.

3) Отсутствие у претендента на участие в торгах задолженности по ранее заключенным договорам на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории города Сургута за предыдущий период на момент подачи заявки.

4) Отсутствие у претендента на участие в торгах просроченной задолженности по уплате налогов и сборов в бюджеты всех уровней.

5) Отсутствие задолженности по возмещению необоснованного денежного обогащения за пользование муниципальным имуществом или имуществом, права на которое не разграничены, в целях размещения рекламных конструкций.

6) Исполнение обязательств по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций, по ранее выданным предписаниям на территории города Сургут.

7) Исполнение требований по возмещению расходов за принудительный демонтаж принадлежащих претенденту незаконно установленных рекламных конструкций.

Таким образом из приведенного выше следует, что содержание пунктов 3.1. и 3.2. конкурсной документации различны между собой, поскольку пункт 3.1. конкурсной документации содержит требования к составу документов, представленными участниками конкурса, а пункт 3.2. конкурсной документации содержит требования к самим участникам конкурса.

Следовательно, довод Заявителя в указанной части, является необоснованным.

Также, из довода следует, что в конкурсной документации не указано в какие сроки и где участник должен получить документы, установленные в извещении о проведении конкурса, а именно:

- документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по оплате договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Сургут;

- документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по возмещению неосновательного обогащения за пользование

муниципальным имуществом или имуществом, права на которое не разграничены, в целях размещения рекламных конструкций на территории города Сургут;

- документы, подтверждающие исполнение обязательств по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций, по ранее выданным предписаниям на территории города Сургут.

- документы, подтверждающие исполнение требований по возмещению расходов за принудительный демонтаж принадлежащих претенденту незаконно установленных рекламных конструкций.

В ходе рассмотрения жалобы, Комиссией Ханты-Мансийского УФАС России установлено, что в части I конкурсной документации «Извещение о проведении конкурса» указано, что к участию в конкурсе допускается любое юридическое или физическое лицо – претендент, предоставивший Организатору торгов в составе заявки, в том числе:

- документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по оплате договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Сургут;

- документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по возмещению неосновательного обогащения за пользование муниципальным имуществом или имуществом, права на которое не разграничены, в целях размещения рекламных конструкций на территории города Сургут;

- документы, подтверждающие исполнение обязательств по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций, по ранее выданным предписаниям на территории города Сургут.

- документы, подтверждающие исполнение требований по возмещению расходов за принудительный демонтаж принадлежащих претенденту незаконно установленных рекламных конструкций.

Следовательно, в случае непредставления указанных документов, Организатор торгов вправе отказать претенденту в допуске к участию в конкурсе.

Комиссией Ханты-Мансийского УФАС России проведен анализ конкурсной документации, по результатам которого установлено, что в конкурсной документации не регламентирован порядок получения претендентами на участие в конкурсе справок, подтверждающих отсутствие задолженности по оплате договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, по возмещению неосновательного обогащения за пользование муниципальным имуществом или

имуществом, права на которое не разграничены, документов подтверждающих исполнение обязательств по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций, по ранее выданным предписаниям, документы подтверждающие исполнение требований по возмещению расходов за принудительный демонтаж принадлежащих претенденту незаконно установленных рекламных конструкций, в частности не указан орган у которого могут быть получены указанные документы и так далее.

Указанное свидетельствует о неопределенности в частности для претендентов на участие в конкурсе, которые находятся за пределами г.Сургута и, ранее не эксплуатировавшие рекламные конструкции на территории г.Сургута.

Поскольку указанные лица не обладают полной информацией о том, где и у какого органа должны быть получены документы, подтверждающие добросовестность такого лица по ранее эксплуатируемым конструкциям на территории г.Сургута, а не предоставление указанных документов является основанием для отказа в допуске к участию в конкурсе, то указанное свидетельствует о возможных злоупотреблениях со стороны Организатора торгов и неправомерных решениях по отказу в допуске лиц, которые по объективным причинам не смогли предоставить указанные выше документы и, более того, не эксплуатировавшие ранее рекламные конструкции на территории г. Сургута.

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.

На основании изложенного, установление Организатором торгов требования о предоставлении документов, в том числе: документа (справки), подтверждающих отсутствие задолженности по оплате договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Сургут; отсутствие задолженности по возмещению неосновательного обогащения за пользование муниципальным имуществом или имуществом, права на которое не разграничены, в целях размещения рекламных конструкций на территории города Сургут; исполнение обязательств по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций, по ранее выданным предписаниям на территории города Сургут; исполнение требований по возмещению расходов за принудительный демонтаж принадлежащих претенденту незаконно установленных рекламных конструкций, содержит признаки нарушения части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции и способно привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

Таким образом, довод Заявителя в указанной части, является обоснованным.

2. Заявитель указывает, что пункт 3.9. части II Конкурсной документации противоречит части 5.7 статьи 19 Закона о рекламе, т. к. не содержит информации о порядке заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в случае признания конкурса несостоявшимся.

При этом, Заявитель ссылается на пункт 28 Приказа ФАС России №67, в соответствии с которым размещение информации о проведении конкурсов или аукционов на официальном сайте торгов является публичной офертой, предусмотренной статьей 437 ГК РФ.

В соответствии с абзацем 10 пункта 3.9 части II Конкурсной документации случае если по окончании срока подачи заявок на участие в конкурсе подана только одна заявка или не подана ни одной заявки на участие в конкурсе, конкурс признается несостоявшимся. В случае если конкурсной документацией предусмотрено два и более лота, конкурс признается не состоявшимся только по тем лотам, в отношении которых подана только одна заявка или не подано ни одной заявки.

Согласно части 5.7 статьи 19 Закона о рекламе в случае, если к участию в аукционе или конкурсе допущен один участник, аукцион или конкурс признается не состоявшимся и договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается с лицом, которое являлось единственным участником аукциона или конкурса.

В ходе рассмотрения жалобы, Комиссией Ханты-Мансийского УФАС России установлено, что абзацем 14 пункта 3.10. Конкурсной документации определено, что в случае признания торгов несостоявшимися договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций заключается с лицом, которое являлось единственным участником конкурса.

Следовательно, довод Заявителя, в указанной части является необоснованным.

Кроме того, Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России обращает внимание Заявителя на то, что ссылка на Приказ ФАС России №67 в данном случае неприменима, поскольку данный приказ регулирует порядок проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав в отношении государственного или муниципального имущества, и перечне видов имущества, в отношении которого заключение указанных договоров может осуществляться путем

проведения торгов в форме конкурса.

3. Заявитель указывает, что в нарушение подпункта 16 пункта 40 Приказа ФАС России №67 конкурсная документация не содержит положений и указаний на то, что при заключении и исполнении договора, изменение условий договора, по соглашению сторон не допускается.

Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России считает данный довод необоснованным, поскольку как было указано ранее Приказ ФАС России №67 при проведении настоящего конкурса не применим.

4. Заявитель ссылаясь на положения пунктов 31 и 105 Приказа ФАС России №67 указывает, что при проведении торгов начальной (минимальной) ценой договора может являться либо минимальная цена (плата) за право заключения договора, либо начальный (минимальный) размер арендной платы.

Однако, как указывает Заявитель, в нарушение указанных норм организатор торгов сформировал начальную цену лота исходя не из ежегодного платежа за право владения и пользования указанным имуществом, а исходя из платежа за весь срок владения и пользования, то есть за 7 лет.

Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России считает данный довод также необоснованным, поскольку как было указано ранее Приказ ФАС России №67 при проведении настоящего конкурса не применим.

5. Заявитель указывает, что извещение (стр. 6-10 часть I) о проведении конкурса содержит обремененные лоты, ссылки на предписания о демонтаже рекламных конструкций и решения судов, которыми такие предписания признаны законными. Однако, Заявитель указывает, что извещение и конкурсная документация не содержат информацию, которая указывала бы на то, какие конкретно действия должен или может совершить участник конкурса в отношении имеющихся обременений, а также не указано какие полномочия имеет участник конкурса в отношении имеющихся обременений.

Комиссией Ханты-Мансийского УФАС России уставлено, что конкурсная документация (часть I извещение о проведении конкурса) содержит сведения о существующих обременениях земельных участков, передаваемых под установку и эксплуатацию рекламных конструкций в отношении лотов №№2, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 22, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 38, 40, 46, 47, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 61, 63, 64, 65, 68, 70.

В соответствии с [частью 5.6 статьи 19](#) Закона о рекламе аукцион или конкурс на заключение договора на установку и эксплуатацию

рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, которое находится в государственной или муниципальной собственности и на котором на основании договора между соответственно органом государственной власти, органом местного самоуправления и владельцем рекламной конструкции установлена рекламная конструкция, проводится по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

При этом, в соответствии с [пунктом 2 статьи 448](#) Гражданского кодекса Российской Федерации если иное не предусмотрено законом, извещение о проведении торгов должно быть опубликовано организатором не позднее чем за тридцать дней до их проведения. Извещение должно содержать сведения о времени, месте и форме торгов, об их предмете, **о существующих обременениях** продаваемого имущества и о порядке проведения торгов, в том числе об оформлении участия в торгах, определении лица, выигравшего торги, а также сведения о начальной цене.

Поскольку в извещении о проведении конкурса содержится информация о времени, месте и форме торгов, об их предмете, **о существующих обременениях** продаваемого имущества и о порядке проведения торгов, в том числе об оформлении участия в торгах, определении лица, выигравшего торги, а также сведения о начальной цене, то довод Заявителя в указанной части является не обоснованным.

Однако, согласно разъяснениям ФАС России, содержащимися в письме от 17.07.2019 № ИА/61348/19 «О направлении Рекомендаций органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органам местного самоуправления о применении комплекса мер, направленных на предотвращение и профилактику нарушений антимонопольного законодательства в сфере наружной рекламы» подготовка к проведению торгов на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в том числе размещение извещения о проведении торгов, может осуществляться до истечения срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, но таким образом, чтобы непосредственно проведение торгов (определение победителя торгов) осуществлялось не ранее чем по истечении срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

При этом, из указанного письма следует, что в случае если рекламная конструкция на момент проведения конкурса занята или эксплуатируется незаконно, то орган местного самоуправления обязан совершить действия по демонтажу незаконно установленных и эксплуатируемых рекламных конструкций.

Неисполнение органом местного самоуправления обязанности по

демонтажу незаконно установленных и эксплуатируемых рекламных конструкций, в том числе при проведении торгов на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции при наличии на разыгрываемых местах фактически установленных рекламных конструкций, в отношении которых отсутствуют действующие договор и разрешение на установку и эксплуатацию данной рекламной конструкции, может подпадать под признаки нарушения части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, что будет являться основанием для принятия мер антимонопольного реагирования.

Также, признаки нарушения части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции могут усматриваться в бездействии органа местного самоуправления, выраженном в неисполнении обязанности по осуществлению действий по демонтажу рекламных конструкций, установленных и эксплуатируемых без действующего разрешения, при проведении торгов на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции непосредственно по истечении срока действия ранее заключенного договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, при наличии рекламных конструкций на разыгрываемых местах в случае, если победитель торгов по данной причине не сможет реализовать свое право на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Таким образом, до момента заключения договора, во избежание нарушения прав победителей конкурса Организатору торгов необходимо принять меры по демонтажу незаконно установленных и эксплуатируемых рекламных конструкций.

6. Заявитель указывает на то, что оценка предложений производится не в отношении конкретного участника, а ставится в зависимость от цены предложений других участников. Кроме того, Заявитель в своей жалобе указывает на отсутствие распределения баллов внутри каждого критерия.

В соответствии с разделом XI Положения:

- Критерии оценки рекламных конструкций, а также формула расчетов критерия оценки при проведении конкурса устанавливаются конкурсной документацией.

- Конкурсная комиссия осуществляет оценку и сопоставление заявок на участие в конкурсе, поданных заявителями, признанными участниками конкурса. Срок оценки и сопоставления таких заявок не может превышать десяти дней с даты подписания протокола рассмотрения заявок.

- Оценка и сопоставление заявок на участие в конкурсе осуществляются

в целях выявления лучших условий исполнения договора в соответствии с критериями и в порядке, которые установлены конкурсной документацией.

- Для определения лучших условий исполнения договора, предложенных в заявках на участие в конкурсе, оценка и сопоставление этих заявок осуществляются по цене договора и иным критериям, указанным в конкурсной документации.

- Для каждого применяемого для оценки заявок на участие в конкурсе критерия конкурса в конкурсной документации устанавливаются параметры его оценки.

- Оценка конкурсной заявки (предложения) каждого заявителя, допущенного к участию в конкурсе, осуществляется конкурсной комиссией путем присвоения его конкурсному предложению по каждому из критериев, содержащихся в конкурсной документации соответствующего количества баллов, исходя из предложения такого участника.

- На основании результатов оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе конкурсной комиссией каждой заявке на участие в конкурсе присваивается порядковый номер по мере уменьшения степени выгоды содержащихся в них условий исполнения договора. Заявке на участие в конкурсе, в которой содержатся лучшие условия исполнения договора, присваивается первый номер <...> В случае если в нескольких заявках содержатся одинаковые условия исполнения договора, меньший порядковый номер присваивается заявке на участие в конкурсе, которая поступила ранее других заявок на участие в конкурсе, содержащих такие условия.

- Победителем конкурса признается участник конкурса, который предложил лучшие условия исполнения договора и заявке на участие, в конкурсе которого присвоен первый номер.

Таким образом, оценка предложений для выявления лучших условий исполнения договора должна производиться путем сопоставления заявок на участие в конкурсе.

Следовательно, довод заявителя в указанной является не обоснованным.

В части III конкурсной документации «Оценка заявок (предложений) по не стоимостным критериям оценки» установлены критерии и порядок оценки заявок участников:

1. Р1 - рейтинг критерия «Наилучшее предложение по конструктивно-технологическому и дизайнерскому решениям рекламной конструкции»,

рассчитывается экспертно-балльным методом. Оценка, присуждаемая заявке по каждому из показателей критерия, определяется как среднее арифметическое оценок в баллах всех членов конкурсной комиссии по данному показателю.

За обычные конструкции принимаются конструкции на одной или двух выкрашенных металлических опорах, с бетонным основанием и закрытым болтовым соединением к нему, с металлической выкрашенной рамой для демонстрации рекламного изображения, с узлами для крепления рекламного материала. Без подсветки рекламной плоскости.

Оценка критерия рассчитывается по формуле:

$B = k * (B1_{\text{сумма}} + B2_{\text{сумма}} + B3_{\text{сумма}} + B4_{\text{сумма}} + B5_{\text{сумма}}) * 2$, где:

Б – балловая оценка заявки по критерию

к – коэффициент значимости критерия (0,30)

Б1сумма - сумма баллов, присвоенная показателю - наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения, определяется как среднее арифметическое оценок в баллах всех членов конкурсной комиссии по данному показателю. Для расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.

Оцениваются инновационные методы смены изображения, надежность и прочность крепления изображения, визуальный вид самой системы крепления изображения на рекламной конструкции, итоговый внешний вид смонтированного изображения (качество крепления изображения).

Б2сумма – сумма баллов, присвоенная показателю - наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий, определяется как среднее арифметическое оценок в баллах всех членов конкурсной комиссии по данному показателю.

Для расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.

Оценивается инновационное энергосберегающее оборудование, качество, долговечность и надежность энергосберегающего оборудования, показатели работы при низких температурах.

Б3сумма – сумма баллов, присвоенная показателю - наилучшее предложение по применению антивандальных технологий, определяется как среднее арифметическое оценок в баллах всех членов конкурсной комиссии по данному показателю. Для расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.

Оценивается применение инновационных антивандальных технологий, уровень прочности предлагаемой антивандальной системы в том числе при низких температурах, внешний вид данной системы, долговечность.

Б4сумма – сумма баллов, присвоенная показателю - наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов, определяется как среднее арифметическое оценок в баллах всех членов конкурсной комиссии по данному показателю. Для расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.

Оценивается качество, гарантийный срок, долговечность используемых материалов, производитель, соответствие их действующим ГОСТ-ам.

Б5сумма – сумма баллов, присвоенная показателю - наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции, определяется как среднее арифметическое оценок в баллах всех членов конкурсной комиссии по данному показателю. Для расчета применяется метод экспертных оценок - бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.

Оценивается общий вид рекламной конструкции с учетом применения предложенных энергосберегающих технологий, системы крепления и смены изображения, подсвета, использования долговечных и современных материалов, применение антивандальных технологий, элементы декора, соответствие внешнего вида рекламной конструкции архитектурному облику сложившейся застройки.

2. P2 - рейтинг критерия «Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции (и производство данной рекламы в виде баннеров)», рассчитывается согласно формуле:

$S = k * 100 * (S_i / S_{1max})$, где:

S - балловая оценка заявки по критерию

k - коэффициент значимости критерия (0,25).

S_i - предложение участника конкурса, заявка (предложение) которого оценивается;

S_{max} - максимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками конкурсами.

Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции, предоставляемых для размещения социальной рекламы при заполнении конкурсного предложения указывается целыми числами от общего количества дней в году (365 дней) для каждого лота (не менее пяти процентов годового

объема распространяемой им рекламы).

3. Р3 - рейтинг критерия «Квалификация участников конкурса, в том числе наличие опыта работы, связанного с предметом конкурса, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации», рассчитывается путем суммирования балльных значений параметров предложений, которые указаны участником конкурса в его конкурсном предложении:

$K4 = k * (K4.1 + K4.2 + K4.3)$, где:

K 4- рейтинг критерия оценки квалификации участника конкурса, в баллах;

k - коэффициент значимости критерия (0,30)

K4.1 – Показатель «Общее количество исполненных контрактов (договоров) на выполнение Участником работ связанных с предметом конкурса за период с 01.01.2017-по настоящее время».

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих общее количество исполненных контрактов (договоров) на выполнение участником работ связанных с предметом конкурса за период с 01.01.2017 по настоящее время, рассчитывается согласно формуле:

$K4.1 = k * 100 * (K4.1i / K4.1max)$, где:

k - коэффициент значимости показателя (0,30);

K4.1i - предложение участника конкурса, заявка (предложение) которого оценивается;

K4.1max - максимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками конкурсами.

Подтверждением успешного исполнения договоров (контрактов) является подписанный Заказчиком и Исполнителем (участником конкурса) акт и/или акты (далее - акт) приема выполненных работ.

Оценке не подлежат договоры (контракты), работы по которым продолжаются (являются незавершенными).

Подтверждением наличия опыта будет считаться только предоставление этих документов вместе (копия контракта (договора) + копия акта (актов)).

Копии указанных документов должны быть представлены в полном объеме со всеми приложениями, являющимися их неотъемлемой частью.

При этом представленные документы должны быть в виде неповторяющихся, читабельных копий в полном объеме, на которых видны

необходимые подписи, документы, не имеющие необходимых реквизитов (номер <...> дата) и подписей сторон, а также сведения об исполнении контрактов, договоров выполненные в качестве субподрядчика, учитываться при оценке заявок не будут.

К4.2 Показатель «Количество трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ оказания услуг».

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих количество трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ оказания услуг, рассчитывается согласно формуле:

$K4.2 = k * 100 * (K4.2i / K4.2max)$, где:

k - коэффициент значимости показателя (0,30);

K4.2i - предложение участника конкурса, заявка. (предложение) которого оценивается;

K4.2max - максимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками конкурсами.

По данному показателю оценивается количество у участника конкурса штатных сотрудников (руководителей и ключевых специалистов: монтажники, дизайнеры, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры (менеджеры по продажам рекламных плоскостей), маркетологи) с опытом работы по специальности не менее 5 лет (подтверждается копиями трудовых книжек и трудовых договоров).

К4.3- Показатель «Квалификация трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ, оказания услуг».

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих квалификацию трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ, оказания услуг, рассчитывается согласно формуле:

$K4.3 = k * 100 * (K4.3i / K4.3max)$,

где:

k - коэффициент значимости показателя (0,40);

K4.3i - предложение участника конкурса, заявка (предложение) которого оценивается;

K4.3max - максимальное предложение из предложений по критерию оценки, сделанных участниками конкурсами.

По данному показателю оценивается количество у участника конкурса штатных сотрудников (руководителей и ключевых специалистов: монтажники, дизайнеры, специалисты в области рекламы: менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры (менеджеры по продажам рекламных плоскостей), маркетологи) с высшим и средне -специальным образованием (подтверждается копиями дипломов, сертификатами повышения квалификации, аттестатами и т.п.).

Приложением №1 к Правилам оценки заявок определены следующие критерии:

№ п/п	Критерии оценки заявок	Значимость критерия в %	Коэффициент значимости критерия
1	Цена договора	15%	0,15
2	Наилучшее предложение по конструктивно-технологическому и дизайнерскому решениям рекламной конструкции. Содержание: наилучшее предложение в соответствии с показателями	30%	0,3
2.1.	Показатель (Б1 _{сумма}): Наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения. Для расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.		
2.2.	Показатель (Б2 _{сумма}): наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий. Для расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.		
2.3.	Показатель (Б3 _{сумма}): наилучшее предложение по применению антивандальных технологий. Для расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.		
2.4.	Показатель (Б4 _{сумма}): Наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов. Для		

	расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.		
2.5.	Показатель (Б5 <small>сумма</small>): Наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции. Для расчета применяется метод экспертных оценок – бинарных сравнений по 10-ти бальной шкале.		
3	Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции (и производство данной рекламы в виде баннеров)	25%	0,25
4	Квалификация участников конкурса, в том числе наличие опыта работы, связанного с предметом конкурса, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации: Содержание: квалификация участников конкурса в соответствии с показателями	30%	0,3
4.1.	Показатель: Общее количество исполненных контрактов (договоров) на выполнение Участником работ связанных с предметом конкурса за период с 01.01.2017- по настоящее время. Коэффициент значимости показателя – 0,30		
4.2.	Показатель: Количество трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов: дизайнеры, монтажники, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры, маркетологи,) предлагаемых для выполнения работ Коэффициент значимости показателя – 0,30		
4.3.	Показатель: Квалификация трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов: дизайнеры, монтажники, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры, маркетологи) предлагаемых для выполнения работ Коэффициент значимости показателя – 0,40		
Сумма значимостей критериев		100%	1

Количество баллов, присваиваемых заявке (предложению) определяется, как среднее арифметическое оценок (в баллах) всех

членов комиссии, присуждаемых заявке (предложению) по данному показателю с учетом коэффициента.

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

Отсутствие порядка оценки по указанным критериям, а также методики начисления баллов не позволяет участникам получить достоверную информацию о порядке присвоения баллов поданным заявкам, а также не обеспечивает равные права и возможности для участников закупки и равные условия для участия в торгах. Следовательно, определить правомерность выбора победителя не представляется возможным.

В силу пункта 2 статьи 448 ГК РФ если иное не предусмотрено законом, извещение о проведении торгов должно быть сделано организатором не менее чем за тридцать дней до их проведения. Извещение должно содержать во всяком случае сведения о времени, месте и форме торгов, их предмете и порядке проведения, в том числе об оформлении участия в торгах, **определении лица, выигравшего торги**, а также сведения о начальной цене.

Таким образом, необходимо сделать вывод, что конкурсная документация не содержит в должном объеме сведений об определении лица, выигравшего торги, то есть не отвечает требованиям пункта 2 статьи 448 ГК РФ.

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.

Полное раскрытие информации о торгах следует как из пункта 2 статьи 448 ГК РФ с учетом положения о равенстве всеобщего доступа к открытым торгам (пункт 1 этой статьи), так и из недопустимости ограничения конкуренции (часть 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции).

В соответствии с постановлением Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.02.2014 № 3323/13 отсутствие в действующем законодательстве требования установления в закупочной документации порядка расчета баллов и значимости критериев оценки заявок участников, не свидетельствует о том, что такие критерии и порядок не должны разрабатываться и применяться организаторами торгов. Они необходимы для определения порядка оценки заявок на

участие в закупочных процедурах в зависимости от видов товаров, работ, услуг для оценки и сопоставления заявок, осуществляемых в целях выявления лучших условий исполнения договора.

Отсутствие порядка оценки, а также методики начисления баллов может привести к злоупотреблениям со стороны организаторов торгов, поскольку определение победителя может быть основано на субъективном усмотрении организатора торгов (закупочной комиссии). Более того, критерии начисления баллов, а также вес (ценность) в баллах каждой разновидности документов являются необходимыми для участников, поскольку их наличие не только соответствует принципам открытости и прозрачности торгов, в том числе при определении победителя, но и является стимулирующим фактором при подаче заявок, а также направлено на поддержание конкуренции, нивелирование споров и разногласий участников и организаторов закупок при подведении их итогов.

Предоставленное Организатору торгов право самостоятельно определять критерии и порядок оценки и сопоставления заявок не освобождают его от обязанности при формировании конкурсной (аукционной) документации соблюдать иные требования действующего законодательства.

Таким образом, Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России приходит к выводу о наличии в действиях Организатора торгов нарушения части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции, выразившихся в не установлении в конкурсной документации порядка оценки и сопоставления заявок по критериям, установленным в конкурсной документации.

Указанные выводы Комиссии Ханты-Мансийского УФАС России также подтверждаются постановлением Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 22.12.2016 по делу №А75-3412/2016, решением Арбитражного суда Ханты-Мансийского автономного округа-Югры от 12.04.2017 по делу №А75-68/2017, постановлением Восьмого арбитражного апелляционного суда от 21.07.2016 по делу №А75-4550/2015.

Таким образом, довод Заявителя в части отсутствия распределения баллов внутри каждого такого критерия является обоснованным.

В соответствии с частью 20 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции по результатам рассмотрения жалобы по существу комиссия антимонопольного органа принимает решение о признании жалобы обоснованной или необоснованной и в случае, если жалоба признана обоснованной, либо в случае установления иных не являющихся предметом обжалования нарушений (нарушений порядка организации и проведения торгов, заключения договоров по результатам торгов или в

случае признания торгов несостоявшимися, нарушений порядка осуществления в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, являющихся субъектами градостроительных отношений, процедур, включенных в исчерпывающие перечни процедур в сферах строительства) принимает решение о необходимости выдачи предписания, предусмотренного пунктом 3.1 части 1 статьи 23 настоящего Федерального закона.

Комиссией Ханты-Мансийского УФАС России установлено, что ранее Ханты-Мансийским УФАС России была рассмотрена жалоба ООО «Регион Сервис» на действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации города Сургута при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление (извещение №251219/30684713/04).

По итогам рассмотрения указанной жалобы, Комиссией Ханты-Мансийского УФАС России принято решение о признании данной жалобы обоснованной (решение от 27.01.2020 №05/ИБ-570).

Кроме того, в адрес Департамента было выдано обязательное для исполнения предписание №5 (от 27.01.2020 №05/ИБ-571).

Таким образом, Комиссия Ханты-Мансийского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости для выдачи Организатору торгов обязательного для исполнения предписания по итогам рассмотрения настоящей жалобе Заявителя.

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

решила:

1. Признать жалобу ООО «Ритек» от 17.01.2020 №85-Ж на действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации города Сургута при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности

или государственная собственность на которые не разграничена, а также зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление, извещение №251219/30684713/04, обоснованной в части установления требований по предоставлению документов, установленных абзацами 20, 21, 22, 23 части I «Извещение о проведении конкурса», отсутствия порядка получения претендентами на участие в конкурсе вышеуказанных документов, а также распределения баллов внутри каждого критерия по критериям, установленным пунктами 2, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 3, 4, 4.1, 4.2, 4.3 Приложения №1 к правилам оценки заявок конкурсной документации, в остальной части необоснованной.

2. Признать действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации города Сургута, выразившиеся в установлении требований по предоставлению документов установленных абзацами 20, 21, 22, 23 части I «Извещение о проведении конкурса» конкурсной документации, а именно: документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по оплате договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Сургут; документы (справку), подтверждающие отсутствие задолженности по возмещению неосновательного обогащения за пользование муниципальным имуществом или имуществом, права на которое не разграничены, в целях размещения рекламных конструкций на территории города Сургут; документы, подтверждающие исполнение обязательств по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций, по ранее выданным предписаниям на территории города Сургут; документы, подтверждающие исполнение требований по возмещению расходов за принудительный демонтаж принадлежащих претенденту незаконно установленных рекламных конструкций, а также в отсутствии порядка получения вышеуказанных документов, нарушением части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

3. Признать действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации города Сургута, выразившиеся в неустановлении в конкурсной документации порядка оценки и сопоставления заявок по критериям установленным в конкурсной документации, нарушением части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

4. Обязательное для исполнения предписание не выдавать в связи с тем, что ранее по рассмотренной жалобе ООО «Регион Сервис» от 13.01.2020 №60-Ж, по указанному конкурсу было выдано предписание об устранении выявленных нарушений.