

# РЕШЕНИЕ

оглашена 23.12.2015 г.

Резолютивная часть решения  
г.Ханты-Мансийск

Решение изготовлено в полном объеме 24.12.2015г.

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

Председателя комиссии:

<---->;

Членов комиссии:

<---->,

<---->,

в присутствии представителя заявителя ООО «Монолистрой», <---->, действующей по доверенности от 21.12.2015г. №1

в присутствии представителя организатора торгов от Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута <---->, действующей по доверенности от 17.12.2015г. ДАиГ №02-01-8644/15-0-0,

рассмотрев жалобу Общества с ограниченной ответственностью «МонолитСтрой» (вх.№1933-ж от 14.12.2015г.),

установила:

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

Как следует из содержания жалобы, Организатором торгов, 08.12.2015г., на сайте <http://admsurgut.ru/> размещено извещение о приостановлении проведения торгов, назначенных на 15.12.2015г. По мнению Заявителя, нормативный акт, послуживший основанием для приостановления конкурса, а именно Постановление Главы города Сургута от 07.12.2015 №139 «О назначении публичных

слушаний», не размещено на сайте органа местного самоуправления, в связи с чем, информация о приостановлении проведения торгов не является полной и достаточной, и кроме того, нарушает положения пункта 2 конкурсной документации.

Кроме того, как указывает Заявитель, основанием для приостановления проведения торгов послужило в том числе, совершенствование конкурсной документации в части критериев оценки. При этом Заявитель считает, что Организатором торгов нарушены сроки размещения информации о внесении изменений в конкурсную документацию.

Также, Заявитель указывает, что Организатором торгов принято решение об увеличении объема закупки, что является нарушением Федерального закона от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В ходе рассмотрения жалобы по существу представитель Заявителя дополнительно указала, что приостановка проведения торгов не предусмотрена ни Положением, ни конкурсной документацией.

Представитель Организатора торгов дополнительно пояснила, что в связи с проведением публичных слушаний, объявленных Постановлением Главы города Сургута от 07.12.2015 №139, возможно внесение изменений в схему размещения рекламных конструкций на территории города Сургута, и соответственно в содержание конкурсной документации.

В ходе рассмотрения документов Комиссией установлено, что действительно ни Положением, утвержденным Решением Думы г.Сургута от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», ни конкурсной документацией не предусмотрено приостановление торгов.

Кроме того, возможные изменения в схему размещения рекламных конструкций на территории города Сургута ни каким образом не могут повлиять на проведение настоящих торгов, поскольку в случае внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций, Организатор торгов вправе принять решение о проведении отдельного конкурса. Об этом, в том числе, Организатор торгов указал в своих письменных возражениях на жалобу (исх.№ ДАиГ №02-01-8722/15-0-0 от 18.12.2015г.).

Следовательно, довод Заявителя о том, что Организатор торгов неправомерно приостановил проведение торгов, является обоснованным.

Вместе с тем, Комиссия не может согласиться с доводом Заявителя о том, что Организатором торгов были нарушены сроки по внесению изменений в конкурсную документацию, поскольку из представленных документов не следует, что Организатором торгов вообще вносились какие либо изменения в конкурсную документацию. Из информации, размещенной на сайте 08.12.2015г. следует только то, что торги приостановлены по причине совершенствования критериев оценки в конкурсной документации. Изменения в конкурсную документацию не вносились, на официальном сайте, а также в печатном издании не размещались.

Также, Комиссия не может согласиться с доводами Заявителя о том, что Организатором торгов нарушены нормы Федерального закона от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», в связи с увеличением объема закупки.

В соответствии со статьей 1 Федерального закона от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», настоящий Федеральный закон регулирует отношения, направленные на обеспечение государственных и муниципальных нужд в целях повышения эффективности, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг.

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Статье 2 Закона о рекламе установлено, что настоящий Федеральный закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.

Размещение наружной рекламы на территории городских поселений, районов не является муниципальными нуждами, размещение наружной рекламы способствует развитию рынков товаров, работ и услуг, реализация прав потребителей на получение добросовестной рекламы.

Федеральный закон от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» в сфере рекламы применяется исключительно при осуществлении закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы (часть 2 статьи 10 Закона о рекламе).

Таким образом, правоотношения в области заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином строении, находящемся в государственной или муниципальной собственности, не регулируются нормами Закона о контрактной системе.

В соответствии с частью 17 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции при рассмотрении жалобы по существу комиссия антимонопольного органа рассматривает обжалуемые действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии. В случае, если в ходе рассмотрения жалобы комиссией антимонопольного органа установлены иные нарушения в действиях (бездействии) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии, комиссия антимонопольного органа принимает решение с учетом всех выявленных нарушений.

Комиссия, руководствуясь частью 17 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции установила следующее.

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

№ п.п.	Критерий оценки	Значимость критерия, %	Рейтинг
			<p>индивидуальный дизайн, отвечающий современным эстетическим требованиям, в сочетании с конструктивными решениями, обеспечивающим прочность и надежность, а также с технологическими решениями, обеспечивающими простоту и удобство эксплуатации на длительный период</p> <p>– от 1 до 100 баллов включительно.</p>

1	Дизайн (внешний вид)	80 %	<p>1 - единый внешний вид и дизайн-проект рекламных конструкций - 40 баллов;</p> <p>2 - оригинальность и гармоничность сочетания средств наружной рекламы с окружающей средой и внешним архитектурным обликом сложившейся застройки – 30 баллов;</p> <p>3 - техническое и художественно-архитектурное решение крепления установки и с учётом последующей эксплуатации рекламной конструкции – 30 баллов;</p>
2	Размещение на рекламной конструкции на безвозмездной основе социальной рекламы	5%	<p>5 % времени в год – 10 баллов</p> <p>5 – 10 % времени в год – 20 баллов</p> <p>10 – 15% времени в год – 30 баллов</p> <p>15 – 20% времени в год – 40 баллов</p> <p>20 – 25% времени в год – 50 баллов</p> <p>25 – 30% времени в год – 60 баллов</p> <p>30 – 35% времени в год – 70 баллов</p> <p>35 – 40% времени в год – 80 баллов</p> <p>40 – 45% времени в год – 90 баллов</p> <p>45 -50 и выше% времени в год – 100 баллов</p>
3	Цена договора	5%	

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

индивидуальный дизайн, отвечающий современным эстетическим требованиям, в сочетании с конструктивными решениями, обеспечивающими прочность и надежность, а также с технологическими решениями, обеспечивающими простоту и удобство эксплуатации на длительный период (от 1 до 100 баллов):

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

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

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

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

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

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

Критерии начисления баллов, а также вес (ценность) в баллах каждой разновидности документов являются необходимыми для участников квалификационного отбора, 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.

Аналогичный вывод содержится в постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.02.2014 № 3323/13.

Кроме того, в силу пункта 2 статьи 448 Гражданского кодекса Российской

Федерации 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.

Вместе с тем конкурсная документация не содержит в должном объеме сведения о порядке определения победителя, то есть не отвечает требованиям пункта 2 статьи 448 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Кроме того, такие подкритерии как «единый внешний вид и дизайн-проект рекламных конструкций» и «оригинальность и гармоничность сочетания средств наружной рекламы с окружающей средой и внешним архитектурным обликом сложившейся застройки», не сочетаются друг с другом и могут привести к противоречивому результату.

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

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

Также Комиссия считает необходимым обратить внимание, что ранее, по результатам рассмотрения жалобы Общества с ограниченной ответственностью «ТрансСельхозСервис» (вх.№1882-ж от 08.12.2015г.) и на основании решения Комиссии Ханты-Мансийского УФАС России от 22.12.2015г., Организатору торгов было выдано предписание №88 от 22.12.2015г. о внесении изменений в конкурсную документацию, путем установления порядка оценки заявок по критерию «дизайн (внешний вид)», с соблюдением требований части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

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

решила:

1. Признать жалобу Общества с ограниченной ответственностью «МонолитСтрой» на действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, назначенных на 15 декабря 2015 года, обоснованной.



2. Признать действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута, в части приостановления проведения открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление, назначенных на 15 декабря 2015 года, нарушением Положения 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, утвержденного Решением Думы г.Сургута от 29.09.2006 №74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», а также конкурсной документации по проведению конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление.

3. Признать действия Департамента архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута, выразившиеся в не установлении порядка оценки заявок по критерию «дизайн (внешний вид)», нарушением части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

4. Выдать Департаменту архитектуры и градостроительства администрации г.Сургута обязательное для исполнения предписание о возобновлении торгов.

5. Предписание в части внесения изменений в конкурсную документацию, путем установления порядка оценки заявок по критерию «дизайн (внешний вид)», не выдавать, в связи с ранее выданным Комиссией Ханты-Мансийского УФАС России предписанием от 22.12.2015г. №88.

Председатель Комиссии

<---->

Члены Комиссии:

<---->

<---->

**Примечание:** Решение комиссии антимонопольного органа может быть обжаловано в Арбитражный суд Ханты-Мансийского автономного округа-Югры в течение трех месяцев со дня его принятия.