

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена 07 ноября 2013 г.

В полном объеме решение изготовлено 21 ноября 2013 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства № 08-21/47-13 (далее – Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии:

Азаренко А.А. – заместителя руководителя Управления.

Членов Комиссии:

Стрельникова Д.Ю. – начальника отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Жуковой Е.А. – ведущего специалиста-эксперта отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/47-13, возбужденное в отношении Совета депутатов городского округа Долгопрудный Московской области (далее – Совет депутатов) по признакам нарушения части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившимся в принятии решения от 17.01.2007 № 2-нр «Правила размещения наружной рекламы и информации в г. Долгопрудном» утвердившего Положение о порядке организации и проведения конкурса на размещение рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности (в части подпунктов «в» и «д» пункта 6.2.4, подпунктов «а», «б», «г» пункта 6.3.1, абзаца 2 пункта 7.5 Правил размещения наружной рекламы, пунктов 1.4, 1.5, 6.8, 3.1, подпункта «в» пункта 4.1, подпункта «в» пункта 5.6, пункта 6.7 Положения о порядке организации и проведения конкурса на размещение рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности), применение которого может привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции на рынке наружной рекламы городского округа Долгопрудный Московской области,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения внеплановой документарной проверки в отношении Администрации городского округа Долгопрудный Московской области (адрес: 141700, Московская область, г. Долгопрудный, площадь Собина, д. 3) по заявлению Фирсова В.А. от 16.04.2013, переданного для рассмотрения ФАС России (письма от 30.04.2013 исх. № АД/17550/13 и от 22.05.2013 исх. № АК/19717-ПР/13) Московским областным УФАС России установлено, что размещение наружной рекламы на территории городского округа Долгопрудный Московской области осуществляется в соответствии с решением Совета депутатов городского округа Долгопрудный Московской области от 17.01.2007 № 2-нр «Правила размещения

наружной рекламы и информации в г. Долгопрудном» (далее - Правила размещения наружной рекламы), часть положений которого не соответствуют требованиям антимонопольного законодательства, а именно.

Согласно пункту 6.1 Правил размещения наружной рекламы все средства наружной рекламы на территории г. Долгопрудного подлежат регистрации в порядке, устанавливаемом Правилами размещения наружной рекламы.

Пунктом 6.2.4 Правил размещения наружной рекламы определены типы стационарных средств наружной рекламы.

В соответствии с подпунктами «в» и «д» пункта 6.2.4 Правил размещения наружной рекламы, к средствам наружной рекламы отнесены наземные панно и настенные панно, выполненные в виде покрытия тротуаров улиц различными красящими веществами или пленочными материалами и изображений (информационного поля), непосредственно нанесенных на стену соответственно.

Согласно письму ФАС России от 25.10.2012 № АК/34744, распространение рекламы путем нанесения краски на поверхность тротуара или фасад здания не подпадает в сферу регулирования статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», поскольку распространение рекламы приведенными способами осуществляется без использования каких-либо технических средств (рекламных конструкций).

Пунктом 6.3.1 Правил размещения наружной рекламы к временным средствам наружной рекламы (СНР) отнесены носители рекламных сообщений, размещаемые на определенном участке городской территории с условием ограничения по времени размещения, в том числе:

- выносные щитовые конструкции (штендеры) - временные СНР, размещаемые в городе предприятиями, организациями в часы их работы (подпункт «а» пункта 6.3.1).

- носимые рекламные конструкции - временные СНР, перемещаемые физическими лицами без использования технических средств. Эксплуатация носимых рекламных конструкций допускается в пешеходных зонах и на тротуарах. Запрещается использование носимых рекламных конструкций, мешающих проходу пешеходов, а также ориентированных на восприятие с проезжей части (подпункт «б» пункта 6.3.1);

- временные СНР, размещаемые на лотках, тележках, киосках и зонтиках, устанавливаемых на время работы предприятий розничной торговли и общественного питания, представляют собой покрытие отдельных частей лотков, киосков, тележек и зонтиков пленочными или красящими материалами (подпункт «г» пункта 6.3.1).

В соответствии с частью 5.4 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», временными рекламными конструкциями признаются рекламные конструкции, срок размещения которых обусловлен их функциональным назначением и местом установки (строительные сетки, ограждения строительных площадок, мест торговли и иных подобных мест, другие аналогичные технические средства).

Согласно письму ФАС России № АК/16266 от 28.04.2011 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» определяющим признаком отнесения той или иной конструкции - рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу части 1 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», является возможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединяемой к конструкции рекламы. Штендер представляет собой относительно небольшую складную, передвижную / переносную конструкцию с возможностью установки в определенном положении. Учитывая изложенное, штендер не относится к числу средств стабильного территориального размещения, и не является рекламной конструкцией.

Таким образом, носимые рекламные конструкции и штендеры не могут быть отнесены к временным рекламным конструкциям.

В соответствии с частью 23 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» требования указанной статьи в части получения разрешений не распространяются на витрины, киоски, лотки, передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы).

Учитывая изложенное, требование о регистрации средств наружной рекламы, указанных в подпунктах «в» и «д» пункта 6.2.4, подпунктах «а», «б», «г» пункта 6.3.1 Правил размещения наружной рекламы не основано на законодательстве Российской Федерации.

Согласно абзацу 5 пункта 7.4 Правил размещения наружной рекламы, в случае если заявитель желает самостоятельно получить от уполномоченных органов согласование выдачи разрешения на установку рекламной конструкции, Управление архитектуры и градостроительства Администрации города в день подачи и регистрации заявления выдает ему бланк [разрешения](#) на установку рекламной конструкции с перечнем уполномоченных органов, в чью компетенцию входит согласование разрешения на установку рекламной конструкции.

В соответствии с абзацем 2 пункта 7.5 Правил размещения наружной рекламы, на период осуществления согласования с согласующими органами и организациями заявления от третьих лиц на оформление разрешения на установку рекламной конструкции на рекламном месте, на которое претендует заявитель, не принимаются.

Согласно части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5 - 7 указанной статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

В соответствии с частью 14 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ

«О рекламе», решение в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче должно быть направлено органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов.

Возможность ограничения органом местного самоуправления приема заявлений на оформление разрешения на установку рекламной конструкции от третьих лиц, на период осуществления согласования места размещения рекламной конструкции с уполномоченными органами, законодательством Российской Федерации не установлена.

Учитывая изложенное, положения абзаца 2 пункта 7.5 Правил размещения наружной рекламы не соответствуют законодательству Российской Федерации.

Согласно пункту 1.4 приложения № 5 к решению Совета депутатов городского округа Долгопрудный Московской области от 17.01.2007 № 2-нр «Положение о порядке организации и проведения конкурса на размещение рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности» (далее - Положение о конкурсе) предметом конкурса является право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на муниципальных рекламных местах.

Победитель конкурса возмещает расходы, связанные с согласованием рекламных мест во всех согласующих инстанциях (в случае, когда такое согласование осуществляется Управлением архитектуры и градостроительства Администрации).

В соответствии с частью 13 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа самостоятельно осуществляет согласование с уполномоченными органами, необходимое для принятия решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче. При этом заявитель вправе самостоятельно получить от уполномоченных органов такое согласование и представить его в орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа.

Требование о возмещении победителем конкурса расходов, связанных с согласованием рекламных мест во всех согласующих инстанциях, не основано на законодательстве Российской Федерации.

Согласно пункту 1.5 Положения о конкурсе, конкурс проводится для выявления победителя, который предложит наилучшие условия. Условиями конкурса могут быть:

- предложения по цене 5-летней оплаты за пользование городским рекламным местом;
- предложение по использованию рекламных мест в социальных программах;
- предложения по благоустройству города и праздничному оформлению;
- другие условия.

В соответствии с пунктом 6.8 Положения о конкурсе, при проведении конкурса победителем признается лицо, предложения которого наиболее полно соответствуют конкурсным условиям.

Определение победителя конкурса осуществляется на основании следующих критериев:

- а) максимальное предложение по цене предмета конкурса;
- б) наилучшие предложения по благоустройству города;
- в) наилучшие предложения по праздничному оформлению;
- г) наилучшие предложения участника конкурса по другим конкурсным условиям, содержащимся в конкурсной документации.

Условие конкурса «предложение по использованию рекламных мест в социальных программах» предполагает размещение социальной рекламы на рекламных конструкциях лица, выигравшего торги.

Согласно части 2 статьи 10 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» органы местного самоуправления осуществляют размещение заказов на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с [ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ](#) Российской Федерации.

Таким образом, заключение договора в части размещения социальной рекламы, должно осуществляться в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 21.07.2005 г. № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» и не может быть реализовано в рамках проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Условия конкурса и критерии определения победителя конкурса «предложение по благоустройству города и праздничному оформлению» не относятся к предмету торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и не может применяться в качестве оценочного показателя при определении победителя таких торгов.

Неопределенность критериев определения победителя конкурса, указанных в подпунктах а - г пункта 6.8 Положения о конкурсе не позволяет лицам, желающим принять участие в конкурсе, сформировать конкурсное предложение, которое будет соответствовать потребностям организатора торгов. Применение указанных критериев может привести, с одной стороны к созданию лицам, имеющим представление о практике и обычаях делового оборота в сфере благоустройства, распространения наружной рекламы, сложившимся на территории городского округа Долгопрудный Московской области, преимущественных условий участия в торгах, и с другой – к сокращению количества новых участников, желающих выйти на рынок наружной рекламы городского округа Долгопрудный Московской области, но не имеющих возможности сформировать соответствующее потребностям организатора торгов конкурсное предложение, и как следствие, к ограничению доступа к участию в торгах.

В соответствии с пунктом 3.1 Положения о конкурсе, Извещение о проведении

открытого конкурса должно быть опубликовано в официальном печатном органе администрации города для всеобщего сведения не менее чем за 10 дней до даты проведения конкурса.

Согласно пункту 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.

Учитывая изложенное, пункт 3.1 Положения о конкурсе не соответствует требованиям пункта 2 статьи 448 Гражданского кодекса Российской Федерации.

В соответствии с подпунктом «в» пункта 4.1 Положения о конкурсе, участником конкурса может стать любое юридическое или физическое лицо - претендент, представивший организатору конкурса, в том числе документ, подтверждающий отсутствие задолженности перед муниципальным образованием г. Долгопрудный за право установки рекламной конструкции.

Согласно подпункту «в» пункта 5.6 Положения о конкурсе, претенденту может быть отказано в участии в конкурсе (в регистрации заявки) в случае если имеется задолженность за право установки рекламной конструкции.

Законодательством Российской Федерации не предусмотрено ограничений, влекущих недопустимость участия в торгах на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, лиц, имеющих задолженность за право установки рекламной конструкции.

Требование к участникам конкурса об отсутствии задолженности перед муниципальным образованием г. Долгопрудный за право установки рекламной конструкции и о предоставлении организатору конкурса соответствующего документа, не основано на законодательстве Российской Федерации.

Согласно пункту 6.7 Положения о конкурсе, после вскрытия и оглашения конкурсных предложений участников Комиссия вправе дополнительно объявить конкурс по цене лота в случае невозможности определить победителя по ранее заявленным предложениям.

В этом случае участники конкурса вправе устно внести повторные предложения по более высокой цене лота, которые фиксируются в протоколе Комиссии по проведению конкурса и подписываются их заявителями.

В соответствии с пунктом 4 статьи 447 Гражданского кодекса Российской Федерации торги проводятся в форме аукциона или конкурса. Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу - лицо, которое по заключению конкурсной комиссии, заранее назначенной организатором торгов, предложило лучшие условия.

Возможность проведения дополнительного конкурса по цене лота законодательством Российской Федерации не предусмотрена.

Кроме того, порядок определения победителя в случае равенства предложений установлен пунктом 6.9 Положения о конкурсе, в соответствии с которым при равенстве предложений победителем признается тот участник, чья заявка была подана раньше.

Таким образом, пункт 6.7 Положения о конкурсе не соответствует требованиям пункта 4 статьи 447 Гражданского кодекса Российской Федерации и пункту 6.9 Положения о конкурсе.

Применение подпунктов «в» и «д» пункта 6.2.4, подпунктов а, б, г пункта 6.3.1, абзаца 2 пункта 7.5 Правил размещения наружной рекламы, пунктов 1.4, 1.5, 6.8, 3.1, подпункта «в» пункта 4.1, подпункта «в» пункта 5.6, пункта 6.7 Положения о конкурсе может служить обстоятельством, препятствующим доступу на рынок наружной рекламы городского округа Долгопрудный Московской области, и может привести к ограничению конкуренции на указанном рынке.

Согласно части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», органам местного самоуправления запрещается принимать акты, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в том числе запрещается необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами путем установления не предусмотренных законодательством Российской Федерации требований к товарам или к хозяйствующим субъектам.

Таким образом, решение Совета депутатов города Долгопрудного Московской области от 17.01.2007 № 2-нр «Правила размещения наружной рекламы и информации в г. Долгопрудном» утвердившее Положение о порядке организации и проведения конкурса на размещение рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности не соответствует требованиям части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (в части подпунктов «в» и «д» пункта 6.2.4, подпунктов «а», «б», «г» пункта 6.3.1, абзаца 2 пункта 7.5 Правил размещения наружной рекламы, пунктов 1.4, 1.5, 6.8, 3.1, подпункта «в» пункта 4.1, подпункта «в» пункта 5.6, пункта 6.7 Положения о конкурсе).

Из представленных Советом депутатов документов следует, что решением Совета депутатов города Долгопрудного от 18.09.2013 № 86-нр «Об утверждении Положения о порядке организации и проведения торгов в форме открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции» решение Совета депутатов городского округа Долгопрудный Московской области от 17.01.2007 № 2-нр «Правила размещения наружной рекламы и информации в г. Долгопрудном» признано утратившим силу.

На основании изложенного, руководствуясь статьёй 23, статьёй 41, статьёй 48 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», пунктами 3.140 – 3.148 административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации, утвержденного приказом ФАС России от 25.05.2012 № 339, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать решение Совета депутатов городского округа Долгопрудный Московской области от 17.01.2007 № 2-нр «Правила размещения наружной рекламы и информации в г. Долгопрудном», утвердившего Положение о порядке организации и проведения конкурса на размещение рекламных конструкций с

использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности не соответствующим требованиям части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (в части подпунктов «в» и «д» пункта 6.2.4, подпунктов «а», «б», «г» пункта 6.3.1, абзаца 2 пункта 7.5 Правил размещения наружной рекламы, пунктов 1.4, 1.5, 6.8, 3.1, подпункта «в» пункта 4.1, подпункта «в» пункта 5.6, пункта 6.7 Положения о порядке организации и проведения конкурса на размещение рекламных конструкций с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности).

2. В связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства, установленного частью 1 настоящего Решения, рассмотрение дела в отношении Совета депутатов городского округа Долгопрудный Московской области прекратить.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

А.А. Азаренко

Председатель
комиссии

Д.Ю. Стрельников

Члены комиссии

Е.А. Жукова