

РЕШЕНИЕ

по делу № 19-И/2012 о нарушении
антимонопольного законодательства при проведении торгов

24 августа 2012 г.

г. Краснодар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по рассмотрению жалоб на действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов (далее – Комиссия) в составе:

Заместитель председателя Комиссии

Оберемок В.В. – заместитель руководителя управления,

Члены Комиссии:

Крамаренко Е.В. – начальник отдела контроля органов власти;

Левит Н.В. – заместитель начальника отдела контроля органов власти;

Абдуллаев И.Р. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти,

в присутствии представителей Организатора торгов МКУ «Комитет по наружной рекламе города Сочи» – заместителя директора Бойко Т.А. (удостоверение № 01 от 25.05.2006), Поляковой В.А. (доверенность б/н от 22.03.2012), в присутствии представителя ООО «Омега-2006» – Лощининой Н.Г. (доверенность б/н от 10.08.2012), рассмотрев жалобу ООО «Омега-2006» (далее – Заявитель) на действия организатора торгов – МКУ «Комитет по наружной рекламе города Сочи», выразившиеся в нарушении порядка организации и проведения открытого конкурса № 1 на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи, проведенного 01.08.2012,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю поступила жалоба Заявителя о нарушении Организатором торгов - МКУ «Комитет по наружной рекламе города Сочи», выразившиеся в нарушении порядка организации и проведения открытого конкурса № 1 на право заключения договора

на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи, проведенного 01.08.2012 (вх. № 6658 от 13.08.2012).

На основании постановления Главы города Сочи от 24 ноября 2009 года № 404 «О проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, заходящемся в муниципальной собственности города Сочи» (далее – Постановление № 404) муниципальным казенным учреждением «Комитет по наружной рекламе города Сочи» проведен открытый конкурс № 1 «На право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи».

Извещение о проведении конкурса размещено в газете «Новости Сочи» № 98 от 16.06.2012г.; конкурсная документация размещена 16.06.2012г. на сайте администрации города Сочи: <http://www.sochiadm.ru>. Изменения, внесенные в извещение о проведении конкурса и конкурсную документацию, размещены в газете «Новости Сочи» от 04 июля 2012 года, 09 июля 2012 года и на официальном сайте Администрации города Сочи <http://www.sochiadm.ru>.

Согласно конкурсной документации, открытый конкурс проведен по трем лотам.

В соответствии с извещением о проведении открыто конкурса, прием заявок на участие в конкурсе осуществляется в период с 16 июня 2012 года по 16 июля 2012 года, вскрытие и рассмотрение заявок назначено 16 июля 2012 года в здании администрации. Как следует из протокола вскрытия конвертов на участие в открытом конкурсе на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи заявки на участие в конкурсе по лоту № 3 поданы ООО «Эталон Чистоты», ООО «Мега Про», ООО «Энергоресурс», ООО «Омега-2006» и допущены до участия в конкурсе.

Согласно протоколу оценки и сопоставления заявок на участие в открытом конкурсе № 1 решением конкурсной комиссии претенденты набрали следующее количество баллов ООО «Эталон Чистоты» - 7 баллов, ООО «Мега Про» - 15 баллов, ООО «Энергоресурс» - 20 баллов, ООО «Омега-2006» - 28 баллов.

Согласно Протоколу, в данных условиях победителем конкурса по лоту №3 на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи признан участник ООО «Эталон Чистоты», заявке которого присвоен первый порядковый номер.

ООО «Омега-2006», являющийся участником оспариваемого открытого конкурса, считает проведение оспариваемых торгов с нарушениями порядка, установленного пунктами 3.1., 3.2., 3.2.3., 3.2.4., 3.2.5., 3.2.7., 3.2.12. Приложения №2 Постановления главы города Сочи от 24.11.2009 N 404 «О проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности г. Сочи», ст. 16-17 Закона «О защите конкуренции», повлекшими неправильное определение победителя и обратился со следующей

жалобой в антимонопольный орган.

«Согласно п. 1, 3, 4 ст. 447 Гражданского кодекса Российской Федерации договор, если иное не вытекает из его существа, может быть заключен путем проведения торгов. Договор заключается с лицом, выигравшим торги. В случаях, указанных в Гражданском кодексе или ином законе, договоры о продаже вещи или имущественного права могут быть заключены только путем проведения торгов. Форма торгов определяется собственником продаваемой вещи или обладателем реализуемого имущественного права, если иное не предусмотрено законом.

В соответствии с частью 5.1 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ ред. от 28.07.2012) "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, (часть пятая.1 введена Федеральным законом от 21.07.2007 N 193-ФЗ)

Во исполнение указанной нормы Главой города Сочи принято Постановление от 24.11.2009 N 404 «О проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности г. Сочи», которым утверждены соответствующие:

1. Положение о комиссии по проведению конкурсов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи (Приложение N 1).
1. Порядок проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи (Приложение N 2).
1. Состав комиссии по проведению конкурсов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи (Приложение N 3).

В силу пункта 1.1. Приложения №1 Постановления № 404 Комиссия по проведению конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи (далее – конкурсная Комиссия) является постоянно действующим коллегиальным органом, созданным для подготовки и проведения открытых конкурсов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности г. Сочи, и определения их победителей. Пунктом 4.2. Приложения №1 Постановления N 404 в состав конкурсной Комиссии включаются представители управления архитектуры и градостроительства администрации г. Сочи, правового

управления администрации города Сочи, муниципального учреждения "Рекламная служба города Сочи", представители администраций внутригородских районов города Сочи, Городского Собрания Сочи (по согласованию).

Согласно Постановлению № 404 в состав конкурсной комиссии вошли:

Вронский Олег Викторович - заместитель Главы города Сочи -председатель комиссии;

Шевейко Олег Вадимович - начальник управления архитектуры и градостроительства администрации города Сочи - заместитель председателя комиссии;

Баранская Элина Борисовна - заместитель начальника управления архитектуры и градостроительства администрации города Сочи - заместитель председателя комиссии;

Бойко Татьяна Анатольевна - заместитель директора МУ «Рекламная служба города Сочи» - секретарь комиссии (без права голоса).

Члены комиссии:

Трукшин Вадим Анатольевич - директор МУ "Рекламная служба города Сочи";

главы районов города Сочи - согласно подведомственной территории;

Манцурова Людмила Георгиевна - председатель комитета Городского Собрания города Сочи по финансам, банкам, налогам и сборам, предпринимательству, инвестиционной деятельности, внешнеэкономическим связям (по согласованию);

Бороздина Мария Сергеевна - начальник правового управления администрации города Сочи.

В конкурсную комиссию не вошли представители правового управления администрации города Сочи и представители администраций внутригородских районов г. Сочи (Адлерского, Лазаревского, Хостинского внутригородских районов г. Сочи).

В силу пункта 3.1. Приложения №1 Постановления № 404 Конкурсная Комиссия вправе оценивать предложения участников в соответствии с условиями конкурса.

В силу пункта 11.1. Приложения №1 Постановления N 404 Участник конкурса, не согласный с решением или действиями организатора конкурса или конкурсной комиссии, вправе обжаловать их в судебном порядке.

Согласно пункта 2.2. Приложения №2 Постановления N 404 Организатор конкурса разрабатывает и утверждает конкурсную документацию по каждому из запланированных к проведению конкурсов.

В силу раздела 3 Приложения №2 Постановления № 404 3.1 В состав конкурсной документации входят: 3.1.1. Условия и порядок проведения конкурса, разработанные на основании настоящего Порядка. 3.2. Условия и порядок проведения конкурса включают в себя: 3.2.3. Сведения о территориальном размещении, внешнем виде и технических параметрах рекламной конструкции,

присоединение которой возможно к объекту недвижимого имущества, в отношении которого проводится конкурс.

Конкурсной документацией установлены следующие критерии оценки участников:

13.3. Критерии оценки

13.3.1. Критерий № 1 - качественные характеристики выполняемых работ (внешний вид, применение высокотехнологичных конструкций, предложения по благоустройству прилегающей территории к рекламному объекту).

1. Критерий № 2 - предложения по цене предмета конкурса.
2. Критерий № 3 - предложения по участию в праздничном и тематическом оформлении города и доля участия в размещении социальной рекламы и городской формации.

Таким образом, организатор конкурса рассматривает и оценивает внешний вид рекламных конструкций, в то время как самостоятельно обязан утвердить внешний вид рекламных конструкций в конкурсной документации, не ставит обязательным требованием к составу документов, прилагаемых к заявке участником предложение по внешнему виду и, кроме того, оценивает данный критерий с рейтингом в размере 0,35 от целого. Именно наличие сведений о внешнем виде рекламных конструкций, указанных в пунктах 3.1, 3.2, 3.2.3 Приложения №2 Постановления главы города Сочи от 24.11.2009 N 404, позволяет участникам конкурса осуществлять торг в ходе его проведения на равных условиях.

Применение высокотехнологичных конструкций, предложения по благоустройству прилегающей территории к рекламному объекту не предусматривается как критерий в Постановлении № 404 и не относится к предмету конкурса, не дано определение «высокотехнологичной конструкции» ни в извещении о конкурсе, ни в конкурсной документации. Критерий №1 в части оценки применения высокотехнологичных конструкций, предложения по благоустройству прилегающей территории к рекламному объекту не имеет отношения к предмету проводимых торгов и является нарушением частей 1,2 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции». Оценка данного критерия с рейтингом в размере 0,35 от целого создало неравные условия при проведении конкурса и повлекло неправильное определение победителя.

В силу раздела 3 Приложения № 2 Постановления № 404 3.1. В состав конкурсной документации входят: 3.1.1. Условия и порядок доведения конкурса, разработанные на основании настоящего Порядка. 3.2. Условия и порядок проведения конкурса включают в себя: 3.2.4. **Стартовую цену за право заключения договора** на установку и эксплуатацию объекта наружной рекламы и информации и другие показатели конкурсной документации, по которым будет определяться победитель. Организатором обозначена стартовая цена за все рекламные конструкции, указанные в лоте №1 - 10 119 583 (Десять миллионов сто девятнадцать тысяч пятьсот восемьдесят три) рубля, лоте № 2 - 10 626 214 (Десять миллионов шестьсот двадцать шесть тысяч двести четырнадцать) рублей, лоте №3 - 9 864 889 (Девять миллионов восемьсот шестьдесят четыре тысячи восемьсот восемьдесят девять) рублей - это по 308/321/320 соответственно отдельно стоящих рекламных конструкций, то 100 остановочных павильонов, по 185 скамеек и урн. Применение

поправочных коэффициентов к расчету стоимости платы за право размещения рекламных конструкций закреплено решением Городского Собрания Сочи от 14 июля 2009 года № 100 «Правила размещения и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городке Сочи». Учитывая, что рекламные конструкции имеют разный формат, количество сторон, площади рекламного поля, район престижности, **при том, что Организатором вопреки части 13 статьи 19 Закона о рекламе не согласованы места размещения** (координаты мест под размещение) рекламных конструкций на этапе проведения конкурса, в связи с тем, что происходят изменения планировки территорий, дорожное строительство и строительство олимпийских объектов, **организатором не установлена цена по каждой рекламной конструкции в случае невозможности её установки в соответствии требованиям технического регламента и (или) нормативных правовых актов о безопасности дорожного движения.** Как следует из конкурсной документации, организатор конкурса не предоставляет участникам конкурса гарантий на то, что указанные им в извещении места для установки рекламных конструкций согласованы с разрешительными органами и, уплатив наибольшую цену, победитель конкурса сможет становить рекламные конструкции по всем адресам.

При данных обстоятельствах участник конкурса не может определить реальную цену предлагаемого лота, не располагая объективной информацией о возможности установки всех рекламных конструкций, указанных в лоте, в то время как оценка критерия №2 с рейтингом в размере 0,4 от целого повлекло неправильное определение победителя.

В силу раздела 3 Приложения №2 Постановления № 404 3.1. В состав конкурсной документации входят: 3.1.1. Условия и порядок проведения конкурса, разработанные на основании настоящего Порядка. 3.2. Условия и порядок проведения конкурса включают в себя: 3.2.5. **Образцы форм документов**, в том числе **формы** конкурсной заявки, анкеты, **предложения о функциональных и качественных характеристиках работ.**

Организатором конкурса в нарушение указанных норм Форма предложения о функциональных и качественных характеристиках работ в составе конкурсной документации отсутствует, в связи с чем участник не получил равные права на участие в конкурсе и оценке заявок.

В силу раздела 3 Приложения №2 Постановления N 404 В состав конкурсной документации входят: 3.1.1. Условия и порядок проведения конкурса, разработанные на основании настоящего Порядка. 3.2. Условия и порядок ведения конкурса включают в себя: 3.2.6. Перечень и требования к документам, которые должны быть представлены участниками конкурса.

Раздел 8 Конкурсной документации включает в себя требования, но не содержит полный перечень документов, который должен быть представлен участниками, но был оценен конкурсной комиссией.

В силу раздела 3 Приложения №2 Постановления N 404 3.1. в состав конкурсной документации входят: 3.1.1. Условия и порядок проведения конкурса, разработанные на основании настоящего Порядка. 3.2. Условия и порядок проведения конкурса включают в себя: 3.2.7. Срок подачи заявки и входящих в ее

состав документов, место приема и адрес для почтовых отправок, порядок упаковки, доставки и регистрации. Конкурсной документацией не определен порядок упаковки заявки. По тексту конкурсной документации имеются упоминания о запечатывании в конверт заявки, что и было сделано ООО «Омега-2006». Но не указаны размер конверта, иные способы упаковки, так как секретарь конкурсной комиссии после вскрытия конвертов с заявками устно выразила недовольство заявкой, представленной в конверте формата А4, в то время как другие участники представили заявки в конвертах формата А3 и А2.

В силу раздела 3 Приложения №2 Постановления N 404 3.1. В состав конкурсной документации входят: 3.1.1. Условия и порядок проведения конкурса, разработанные на основании настоящего Порядка. 3.2. Условия и порядок доведения конкурса включают в себя: 3.2.12. В конкурсной документации в качестве условий конкурса могут быть предусмотрены:

- наличие у участника необходимых возможностей (финансовые средства, оборудование, трудовые ресурсы, профессиональные качества, необходимый опыт и др.);
- **предложения по участию в праздничном и тематическом оформлении города** и размещении социальной рекламы;
- наличие у участника представительства на территории города Сочи.

При этом постановление главы города Сочи указывает на возможность включения пункта с предложением по участию в праздничном и тематическом оформлении города в качестве условий, но не в качестве критерия оценки победителя конкурса: Критерий №3 в части оценки предложения по участию в праздничном и тематическом оформлении города не имеет отношения к предмету проводимых торгов и является нарушением частей 1, 2 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Оценка критерия №3, в который включены предложение по участию в праздничном и тематическом оформлении города с рейтингом в размере 0,25 от целого сделало невозможным проведение конкурса на равных условиях и повлекло неправильное определение победителя.

Пунктом 13.5. Конкурсной документации предусмотрено Определение победителя.

После присвоения каждому участнику конкурса трех рейтинговых значений, рассчитывается итоговое рейтинговое значение на конкурсе по следующей формуле:

$$IP = \underline{P_1 \times 0.35 + P_2 \times 0.40 + P_3 \times 0.25}$$

где IP - итоговое рейтинговое значение участника конкурса;

P1 - рейтинговое значение участника конкурса по Критерию № 1;

P2 - рейтинговое значение участника конкурса по Критерию № 2;

P3 - рейтинговое значение участника конкурса по Критерию № 3.

Критерий № 1 - качественные характеристики выполняемых работ (внешний вид, применение высокотехнологичных конструкций, предложения по благоустройству

прилегающей территории к рекламному объекту).

Критерий № 2 - предложения по цене предмета конкурса.

Критерий № 3- предложения по участию в праздничном и тематическом оформлении города и доля участия в размещении социальной рекламы и городской информации.

Согласно части 6 статьи 28 Федерального закона от 21.07.2005 N 94-ФЗ (ред. от 20.07.2012) "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» не допускается использование иных, за исключением предусмотренных частью 4 настоящей статьи, критериев оценки заявок на участие в конкурсе. При этом значимость критериев, указанных в пунктах 1 и 1.1 части 4 настоящей статьи, не может составлять более двадцати процентов, за исключением случаев, предусмотренных частями 6.1 и 6.2 настоящей статьи (часть 6 в ред. Федерального закона от 20.07.2012 N 122-ФЗ).

Пунктом 2.1. Конкурсной документации предусмотрено Законодательное регулирование. Настоящий конкурс проводится с учетом требований Федерального закона от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» в части, регламентирующей процедуру проведения торгов. Организатором конкурса нарушены Правила оценки заявок на участие в конкурсе на право заключить государственный или муниципальный контракт (гражданско-правовой договор бюджетного учреждения) на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для нужд заказчиков, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 10.09.2009 N 722 (ред. от 28.03.2012).

Рекламные места по адресам размещения рекламных конструкций всех трех Лотов конкурса распределены территориально, что запрещено ст. 16 ФЗ «О защите конкуренции» запрещаются соглашения между органами местного самоуправления, и хозяйствующими субъектами либо осуществление этими органами и организациями согласованных действий, если такие соглашения или такое осуществление согласованных действий приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

Согласно статье 5 ФЗ «О защите конкуренции» Доминирующим положением признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара превышает пятьдесят процентов.

Лот 1. содержит адреса размещения преимущественно, т.е. более 50% на определенной территории:

- отдельно стоящих рекламных конструкций по улице Ленина 43 места, в то время как Лот 2- 7 места, Лот 3-9 мест.
- остановочных павильонов по улице Гагарина - 9 места, в то время как Лот 2- 0 мест, Лот 3-0 мест; по улице Чайковского - 8 мест, в то время как Лот 2- 0 мест, Лот 3-0 мест; по улице Таврической - 8 мест, в то время как Лот 2- 0 мест, Лот 3 - 1 место.

Лот 2. содержит адреса размещения преимущественно, т.е более 50% на

определенной территории:

- отдельно стоящих рекламных конструкций в границах обхода Курортного проспекта 41 место, в то время как Лот 1 - 0 места, Лот 3-22 мест.
- отдельно стоящих рекламных конструкций в границах исторического и бизнес-центра внутригородского центрального района города Сочи более 80% (улицы Московская, Навагинская, Горького, Орджоникидзе, Пушкина, Роз, Черноморская, Конституции, Юных Ленинцев, Чайковского, Воровского, Театральная, Карла Либкнехта, Сквер перед рестораном Макдоналдс, Приморская набережная, Несербская, Платановая аллея).
- Остановочных павильонов с рекламным местом по улице Горького - 10 мест, в то время как Лот 1-0 мест, Лот 3-0 мест; по Курортному проспекту - 33 места, в то время как Лот 1- 0 мест, Лот 3 — 0 мест; по улице Виноградная - 17 мест, в то время как Лот 1-0 мест, Лот 3-0 мест.
- Скамеек с рекламным местом в скверах города - 98 мест, в то время как Лот 1- 22 мест, Лот 3-30 мест;

Лот 3. содержит адреса размещения преимущественно, т.е более 50% на определенной территории:

- отдельно стоящих рекламных конструкций в границах Имеретинской низменности 15 место, в то время как Лот 1-0 места, Лот 2-6 мест.
- остановочных павильонов с рекламным местом по улице Ленина - 22 места, в то время как Лот 1- 2 места, Лот 2-0 мест.

Раздел товарного рынка по территориальному принципу организатором конкурса может привести к установлению доминирующего положения на определенной территории и регулированию цен и тарифов на размещение рекламы.

На торги выставлены места под размещение рекламных конструкций, на которых ранее в порядке, предусмотренном действовавшим на тот момент законодательством Российской Федерации о рекламе, были установлены рекламные конструкции. В соответствии со ст. 19 ФЗ «О рекламе», п. 5.6: 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.

Открытый конкурс № 1 проведен «на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи». Однако администрация не предоставила доказательств того, что земельные участки, предполагаемые под размещение отдельно стоящих рекламных конструкций находятся в муниципальной собственности. Конкурсная документация не содержит никаких сведений о земельных участках их количестве и принадлежности, не указаны кадастровые номера, не приложены акты о выборе земельных участков. Федеральным законом "Об особо охраняемых природных территориях" установлена относимость земельного участка к особо охраняемой природной территории федерального значения и его нахождение в федеральной

собственности по состоянию на момент проведения открытого конкурса № 1.

Постановлением Президиума Верховного Совета Российской Федерации от 12.04.1993 N 4766-1 и Совета Министров Российской Федерации от 12.04.1993 N 337 "О государственной поддержке функционирования и развития города-курорта Сочи" установлено, что Сочинский курортный регион является курортом федерального значения. Указом Президента Российской Федерации от 06.07.1994 N 1470 "О природных ресурсах побережий Черного и Азовского морей" одобрена инициатива администрации Краснодарского края об отнесении ряда природных ресурсов побережий Черного и Азовского морей к федеральным природным ресурсам. Перечень особо охраняемых природных территорий побережий Черного и Азовского морей, имеющих федеральное значение, утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 12.04.1996 N 591-р, курорт Сочи и рекреационные зоны в границах округов санитарной (горно-санитарной) охраны курорта Сочи отнесены к особо охраняемым природным территориям федерального значения. В соответствии с пунктом 10 статьи 3 Федерального закона от 25.10.2001 N 137-ФЗ "О введении в действие Земельного кодекса Российской Федерации" распоряжение земельными участками, государственная собственность на которые не разграничена, осуществляется органами местного самоуправления муниципальных районов, городских округов. В силу статьи 17 Земельного кодекса Российской Федерации в федеральной собственности находятся земельные участки, которые признаны таковыми федеральными законами. Согласно части 6 статьи 2 Федерального закона от 14.05.1995 N 33-ФЗ "Об особо охраняемых природных территориях" особо охраняемые природные территории федерального значения являются федеральной собственностью и находятся в ведении федеральных органов государственной власти. Органом, осуществляющим полномочия Российской Федерации по распоряжению федеральным имуществом, находящимся на территории Краснодарского края, является Территориальное управление Федерального агентства по управлению федеральным имуществом по Краснодарскому краю.

Таким образом, в соответствии с п. 6 ст. 31 Земельного кодекса РФ принять решение о предварительном согласовании места размещения рекламных конструкций вправе был орган, уполномоченный на распоряжение землями, находящимися в федеральной собственности, наличие таких полномочий у администрации г. Сочи ею, равно как и организатором конкурса, не доказано. Полномочиями по распоряжению федеральным имуществом на территории Краснодарского края обладало Территориальное управление Федерального агентства по управлению федеральным имуществом по Краснодарскому краю, а не администрация г. Сочи, в том числе и при решении вопросов о предварительном согласовании места размещения рекламных конструкций. Не представлены в конкурсную документацию сведения из Департамента имущественных отношений города Сочи, который должен согласовывать установку рекламных конструкций и определять условия их размещения на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности. Т.е., отсутствуют сведения о том, что конкурс на размещение рекламных конструкций проводится именно на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи.

Приложением №7 к конкурсной документации «Договор на размещение объектов наружной рекламы и информации на имуществе города Сочи совместно с социально значимым городским оборудованием» 1.3.1. Победитель после уплаты конкурсного предложения и заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций совместно с социально значимым городским оборудованием, обязуется в соответствии составом разыгранного лота,

7.1.2. Установка (монтаж) остановочных павильонов с рекламной конструкцией, формата 1,2x1,8 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи в количестве 100 (сто) шт.

7.1.3. Установка (монтаж) скамеек с рекламным местом формата 0,1x0,1 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи - 185(сто восемьдесят пять) шт.

7.1.4. Установка (монтаж) урн с рекламным местом формата 0,1x0,1 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи в количестве 185(сто восемьдесят пять) шт.,

7.2.2. Установка (монтаж) остановочных павильонов с рекламной конструкцией, формата 1,2x1,8 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи в количестве 100 (сто) шт.

7.1.3. Установка (монтаж) скамеек с рекламным местом формата 0,1x0,1 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи - 185(сто восемьдесят пять) шт.

7.1.4. Установка (монтаж) урн с рекламным местом формата 0,1x0,1 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи в количестве 185(сто восемьдесят пять) шт.,

7.3.2. Установка (монтаж) остановочных павильонов с рекламной конструкцией, формата 1,2x1,8 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи в количестве 100 (сто) шт.

7.3.3. Установка (монтаж) скамеек с рекламным местом формата 0,1x0,1 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи - 185(сто восемьдесят пять) шт.

7.3.4. Установка (монтаж) урн с рекламным местом формата 0,1x0,1 согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи в количестве 185(сто восемьдесят пять) шт.

8. Источник финансирования работ: За счет средств победителя конкурса, в течение 8-ми месяцев с момента подписания настоящего договора, выполнить работы по установке рекламоносителей, размещаемых на элементах общегородского благоустройства (остановочные комплексы, скамейки, урны),

согласно адресной программе департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи.

Фактически размещён муниципальный заказ на проведение работ по установке скамеек, урн, остановочных павильонов за счёт средств Победителя конкурса. При этом объём таких работ не определён, финансовые возможности «Победителя» для проведения таких работ, неизвестны.

Т.е., город заключает сделку - в соответствии с п. 1.3.1. Договора на размещение объектов наружной рекламы и информации на имуществе города Сочи совместно с социально значимым городским оборудованием, Победитель заключает ещё один договор на выполнение работ по установке рекламносителей, размещаемых на элементах общегородского благоустройства (остановочные комплексы, скамейки, урны), согласно адресной программе Департамента архитектура, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи.

Условия такого договора неизвестны. Он не представлен в конкурсной документации. Как и кем определена стоимость таких работ?

Участие уполномоченных органов Российской Федерации, субъекта Российской Федерации, муниципального образования при организации мероприятий по выполнению работ (по установке рекламных носителей - остановочных павильонов, урн, скамеек) осуществляется в порядке Федерального закона от 21 июля 2005 года N 94-ФЗ "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд".

В таком случае, администрация муниципального образования использовала не предусмотренный федеральным законодательством порядок предоставления права, что влечет к ничтожности результатов конкурса, так как конкурс, по результатам которого должен быть заключен договор, проведен с нарушением закона.

Исходя из вышеизложенного заявитель усматривает следующие нарушения:

1. Разделение рынка по территориальному принципу
2. Не сформирована цена отдельно по каждому рекламному месту
3. Конкурсная документация подготовлена не в полном объеме
4. Применение критериев запрещенных законом и не относящихся к предмету конкурса
5. Оценка результатов поданных заявок по не включенным в конкурсную документацию предложениям
6. Состав комиссии является неправомочным.
7. Администрация города Сочи не предоставила доказательств нахождения земельных участков в собственности, указаний на их кадастровые номера.
8. Имеются действующие договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с выданными разрешениями вплоть до 31.05.2013 года по тем же адреса установки рекламных мест, что разыгрываются в конкурсе №1.
9. Администрацией в состав конкурса включена обязанность по установке рекламносителей, без указания стоимости таких работ, адрес закупки, хотя должен был быть отдельно размещен заказ на поставку рекламносителей (остановочные комплексы, скамейки, урны) и заказ на выполнение работ по их

установке.

Фактически, организатором оспариваемых торгов не были созданы условия для определения победителя открытого конкурса в предусмотренных пунктами 3.1., 3.2., 3.2.3., 3.2.4., 3.2.5., 3.2.7., 3.2.12. Приложения №2 Постановления N 404, ст. 16-17 Закона «О защите конкуренции» порядке. Указанные нарушения порядка проведения органом местного самоуправления открытого конкурса, безусловно, повлияли на определение победителя конкурса, являются существенными».

На основании изложенного, Заявитель просит признать недействительным открытый конкурс № 1 на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи, расположенными на территории города Сочи, проведенный 01 августа 2012 года по лотам 1,2,3 недействительным.

Рассмотрение жалобы назначено на 21.08.2012 в 14-00.

Организатором торгов на рассмотрение жалобы представлены следующие документы (в копиях): Конкурсная документация (новая редакция), извещение о проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации на имуществе г. Сочи, опубликованное 16.06.2012 в газете «Новости Сочи» № 98(1810); извещение (новая редакция) о проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации на имуществе г. Сочи, опубликованное 04.07.2012 в газете «Новости Сочи» № 108(1820) и на официальном сайте Администрации www.sochiadm.ru; протокол вскрытия конвертов с заявками на участие в конкурсе № 1 от 16.07.2012; протокол рассмотрения заявок № 2 от 16.07.2012; протокол оценки и сопоставления заявок на участие в открытом конкурсе № 3 от 01.08.2012; журнал регистрации заявок; листы голосования членов конкурсной комиссии по допуску к участию в конкурсе; заключения от 01.08.2012 членов конкурсной комиссии о присвоении конкурсным заявкам порядковых номеров; договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций совместно с социально значимым городским оборудованием, заключенные 14.08.2012 с победителями указанного конкурса по трем лотам.

Организатор торгов возражает на жалобу и считает доводы, изложенные в ней, необоснованными по следующим основаниям.

«1. Разделение рынка по территориальному принципу

Ссылка ООО «Омега-2006» на статью 16 Федерального закона №135-ФЗ от 26 июля 2006года «О защите конкуренции» в жалобе, юридически не обоснована, так как при формировании лотов, ограничивающие конкуренцию **соглашения** или согласованные действия федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации **не заключались**. Кроме того в жалобе не указано, что в данном случае ООО «Омега-2006» считает территориальным размещением.

Применительно к данной ситуации и в соответствии с решением Городского собрания Сочи от 14 июля 2009 года №100 «Об утверждении правил размещения и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Сочи», город разделен на три зоны, а именно территорию исторического центра, территорию особого градостроительного значения и территорию общего городского значения. Данное деление определяет престижность мест размещения объектов наружной рекламы и применяется для установки коэффициента при расчетах суммы договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций расположенных на территории города Сочи. При формировании адресной программы размещения рекламных конструкций (лотов), МКУ «Комитет по наружной рекламе города Сочи» были учтены зоны престижности и пропорциональность.

2. Не сформирована цена отдельно по каждому рекламному месту

В соответствии с п.4.2.3, приложения №2 к постановлению администрации города Сочи «О проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи» №404 от 24.11.2009г. в извещении о проведении конкурса указан начальный размер годовой платы за право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящимся в муниципальной собственности города Сочи (в случае проведения конкурса по нескольким лотам - по каждому лоту отдельно), что по смыслу является ценой лота, что и указано в конкурсной документации. Законодательство Российской Федерации о рекламе, а так же о проведении конкурсов не обязывает организаторов конкурса вносить в конкурсную документацию расчет цены отдельно по каждому рекламному месту.

3. Конкурсная документация подготовлена не в полном объеме

Конкурсная документация подготовлена в полном объеме и соответствует действующему законодательству, а так же требованиям Приказа №16386 от 11 февраля 2010 года «Об утверждении правил проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав владения и (или) пользования в отношении государственного или муниципального имущества».

4. Применение критериев, запрещенных законом и не относящихся к предмету конкурса

ООО «Омега-2006» при составлении жалобы неправильно применило нормы права, в частности «Омега-2006» ссылается на Федеральный закон № 94-ФЗ от 21.07.2005г "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд". К проведению конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи положения Федерального закона № 94-ФЗ от 21.07.2005г. не распространяется.

Конкурсной документацией предусмотрены Критерии оценки конкурсных заявок:

1. Критерий № 1 - качественные характеристики выполняемых работ (внешний вид, применение высокотехнологичных конструкции, предложения по благоустройству прилегающей территории).
2. Критерий № 2 — предложения по цене предмета конкурса (по лотам);
3. Критерий № 3- предложения по участию в праздничном и тематическом оформлении города и доля участия в размещении социальной рекламы и городской информации.

Указанные критерии соответствуют пункту 77 Приказа ФАС №16386 от 11 февраля 2010 года «Об утверждении правил проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав владения и (или) пользования в отношении государственного или муниципального имущества», в частности подпункту б, где указано, что критериями оценки заявок на участие в конкурсе помимо цены договора могут быть: качественная характеристика архитектурного, функционально-технологического, конструктивного или инженерно-технического решения для обеспечения реконструкции объекта договора и квалификация участника конкурса. Указанный критерий может быть использован только в случае если условием договора предусмотрено обязательство участника конкурса по подготовке проектной документации на реконструкцию объекта договора либо обязательство участника конкурса по созданию в рамках исполнения договора имущества, предназначенного для поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг, поставка, выполнение, оказание которых происходит с использованием имущества, права на которое передаются по договору.

Так же в соответствии с пунктом п.3.2.12. постановления от 24.11.2009г. №404 «О проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи» в конкурсной документации в качестве условий конкурса могут быть предусмотрены:

- наличие у участника необходимых возможностей (финансовые средства, оборудование, трудовые ресурсы, профессиональные качества, необходимый опыт и др.);
- предложения по участию в праздничном и тематическом оформлении города и размещении социальной рекламы.

5. Оценка результатов поданных заявок по не включенным в конкурсную документацию предложениям

В соответствии с пунктом 52 Приказа ФАС №16386 от 11 февраля 2010года «Об утверждении правил проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав владения и (или) пользования в отношении государственного или муниципального имущества», заявка на участие в конкурсе должна содержать помимо всего и предложения об условиях исполнения договора, которые являются критериями оценки заявок на участие в конкурсе. Следовательно, заявление ООО «Омега-б» об оценке результатов поданных заявок по не включенным в конкурсную документацию предложениям не соответствует действительности.

6. Состав комиссии является неправомочным

Состав конкурсной комиссии определён Постановлением Главы города Сочи от 24 ноября 2009 года № 404.

Вронский Олег Викторович - заместитель Главы города Сочи -председатель комиссии;

Шевейко Олег Вадимович - начальник управления архитектуры и градостроительства администрации города Сочи - заместитель председателя комиссии;

Баранская Элина Борисовна - заместитель начальника управления архитектуры и градостроительства администрации города Сочи - заместитель председателя комиссии;

Бойко Татьяна Анатольевна - заместитель директора МУ "Рекламная служба города Сочи" - секретарь комиссии (без права голоса).

Члены комиссии:

Трукшин Вадим Анатольевич - директор МУ "Рекламная служба города Сочи";

главы районов города Сочи - согласно подведомственной территории;

Манцурова Людмила Георгиевна - председатель комитета Городского Собрания города Сочи по финансам, банкам, налогам и сборам, предпринимательству, инвестиционной деятельности, внешнеэкономическим связям (по согласованию);

Бороздина Мария Сергеевна - начальник правового управления администрации города Сочи.

По факту на заседании комиссии присутствовали:

- Вронский Олег Викторович - заместитель главы администрации города Сочи - председатель комиссии;
- Шевейко Олег Вадимович - директор департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи;
- Месс Александр Израильевич - заместитель директора департамента архитектуры, градостроительства и благоустройства администрации города Сочи;
- Азаров Олег Викторович - директор МКУ «Комитет по наружной рекламе города Сочи»;
- Соболев Евгений Витальевич - начальник отдела архитектуры и градостроительства администрации Лазаревского внутригородского района города Сочи;
- Мезенцев Михаил Александрович - начальник отдела курортного дела и туризма администрации Адлерского внутригородского района города Сочи;
- Лесенко Александр Владимирович - заместитель главы администрации Центрального района города Сочи;
- Секретарь комиссии (без права голоса):
- Бойко Татьяна Анатольевна - заместитель директора МКУ «Комитет по наружной рекламе города Сочи».

Наблюдатель

- Пищур Родион Валерьевич- сотрудник службы в г.Сочи УФСБ РФ по КК (без права голоса).

В соответствии с пунктом 16 Приказа ФАС №16386 от 11 февраля 2010 года «Об утверждении правил проведения конкурсов или аукционов на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, иных договоров, предусматривающих переход прав владения и (или) пользования в отношении государственного или муниципального имущества» комиссия правомочна осуществлять функции, если на заседании комиссии присутствует не менее пятидесяти процентов общего числа ее членов.

Все члены конкурсной комиссии были уведомлены о проведении конкурса и заседаниях комиссии. Замена членов комиссии осуществлялась организатором конкурса на основании писем и доверенностей. На всех заседаниях кворум имелся и комиссия была правомочна.

7. Администрация города Сочи не предоставила доказательств нахождения земельных участков в собственности, указаний на их кадастровые номера.

Законодательство РФ о рекламе, а так же о проведении конкурсов не обязывает организаторов конкурса представлять доказательств нахождения земельных участков в собственности, а так же указывать их кадастровые номера, поскольку на конкурс в составе лота выставляются не земельные участки, а места размещения рекламных конструкций. Кроме того ссылка ООО «Омега-2006» на Федеральный закон "Об особо охраняемых природных территориях" которым установлено, что курорт Сочи и рекреационные зоны в границах округов санитарной (горно-санитарной) охраны курорта Сочи отнесены к особо охраняемым природным территориям федерального значения и являются федеральной собственностью не обоснована, поскольку распоряжение Правительства Российской Федерации от 12.04.1996 N 591-р признано утратившим силу в связи с изданием распоряжения Правительства РФ от 21.04.2011 N 685-р. Кроме того, в соответствии с пунктом 10 статьи 3 Федерального закона от 25.10.2001 N 137-ФЗ "О введении в действие Земельного кодекса Российской Федерации" распоряжение земельными участками, государственная собственность на которые не разграничена, осуществляется органами местного самоуправления муниципальных районов, городских округов. На основании пункта 1.3. Решения Городского собрания Сочи от 14 июля 2009года №100 «Об утверждении правил размещения и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Сочи» осуществление функций собственника от имени администрации города Сочи в отношении рекламных мест, расположенных на территории города Сочи, зданиях, сооружениях и иных объектах, находящихся в муниципальной собственности, в части организации и проведения конкурса на право заключения договора, а также заключения договоров по итогам конкурса, ведение муниципального реестра городских рекламных мест, регистрацию объектов наружной рекламы осуществляет муниципальное казенное учреждение "Комитет по наружной рекламе города Сочи".

8. Имеются действующие договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с выданными разрешениями вплоть до 31.05.2013 года по тем же

адресам установки рекламных мест, что разыгрываются в конкурсе №1.

В соответствии со ст. 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе», п. 5.6. 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. В состав лотов, входящих в конкурсную документацию, включены места установки и эксплуатации рекламных конструкций, не обремененные заключенными ранее договорами.

Срок действия ранее заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций истекает 31.05.2013 года, следовательно, рекламные конструкции подлежат демонтажу, но поскольку в силу пункта 14.3. и 14.4 Федерального закона от 1 декабря 2007 года № 310-ФЗ «Об организации и о проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» на земельных участках, находящихся в границах зон особой архитектурно-планировочной организации территории строительство должно быть завершено до 1 января 2013 года, а благоустройство прилегающей территории должно быть завершено до 1 января 2014 года., организация и проведение конкурса на установку и эксплуатацию рекламных конструкций после истечения срока действия уже заключенных договоров и установка новых рекламных конструкций на месте предыдущих, невозможна. Следовательно, работы по установке рекламных конструкций победителем открытого конкурса №1 на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе находящемся в муниципальной собственности города Сочи, на указанных в конкурсной документации и входящих в состав лотов местах и демонтаж рекламных конструкций с истекшим сроком действия договора будут закончены до начала моратория на производство строительных работ.

9. Администрацией в состав конкурса включена обязанность по установке рекламоносителей, без указания стоимости таких работ, адрес закупки, хотя должен был быть отдельно размещен заказ на поставку рекламоносителей (остановочные комплексы, скамейки, урны) и заказ на выполнение работ по их установке

В соответствии со ст. 19 Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «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. Владелец рекламной конструкции (физическое или

юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником. Установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются 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. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается на срок пять лет, за исключением договора на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен на срок не более чем двенадцать месяцев. По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. 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.

Исходя из норм закона МКУ «Комитет по наружной рекламе города Сочи» являясь организатором открытого конкурса №1 на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся муниципальной собственности города Сочи, действуя от имени собственника, предоставляет победителю место для установки эксплуатации рекламной конструкции, в том числе, и рекламных конструкций совместно с социально значимым городским оборудованием. Бремя изготовления и установки лежит на рекламораспространителе, владельце рекламной конструкции, собственнике рекламной конструкции либо ином лице, обладающим вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником. Следовательно, организатор конкурса, притом, что одним из критериев оценки конкурсного предложения являлись качественные характеристики выполняемых работ (внешний вид, применение высокотехнологичных конструкции, предложения по благоустройству прилегающей территории), и конкурсной комиссией были оценены предложения и выбран победитель, не может диктовать условия по цене, выбору поставщика, виду и стоимости установки рекламных конструкций.

ООО «Омега-2006» решением членов конкурсной комиссии было допущено к участию в открытом конкурсе №1 на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе находящемся в муниципальной собственности города Сочи.

Согласно протоколу оценки и сопоставления заявок на участие в открытом конкурсе №1 решением конкурсной комиссии претенденты набрали следующее количество баллов ООО «Эталон Чистоты» - 7 баллов, ООО «Мега Про» - 15 баллов, ООО «Энергоресурс» -20 баллов, ООО «Омега-2006» - 28 баллов.

Согласно Протоколу, в данных условиях победителем конкурса по лоту №3 на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи признан участник ООО «Эталон Чистоты», заявке которого присвоен первый порядковый номер».

Также на заседании Комиссии Организатор торгов сообщил, что в соответствии с требованиями конкурсной документации, 14 августа 2012 года (не менее чем 10 дней со дня размещения (03.08.2012) на официальном сайте Администрации г. Сочи протокола оценки заявок) с победителями конкурса №1 заключены Договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций совместно с социально значимым городским оборудованием.

Комиссия, рассмотрев представленные материалы, выслушав пояснения сторон, признала необоснованными следующие доводы жалобы:

1. Разделение рынка по территориальному принципу
2. Не сформирована цена отдельно по каждому рекламному месту
3. Конкурсная документация подготовлена не в полном объеме
4. Применение критериев запрещенных законом и не относящихся к предмету конкурса
5. Оценка результатов поданных заявок по не включенным в конкурсную документацию предложениям
6. Администрация города Сочи не предоставила доказательств нахождения земельных участков в собственности, указаний на их кадастровые номера.
7. Имеются действующие договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с выданными разрешениями вплоть до 31.05.2013 года по тем же адреса установки рекламных мест, что разыгрываются в конкурсе №1.
8. Администрацией в состав конкурса включена обязанность по установке рекламоносителей, без указания стоимости таких работ, адрес закупки, хотя должен был быть отдельно размещен заказ на поставку рекламоносителей (остановочные комплексы, скамейки, урны) и заказ на выполнение работ по их установке.

Тогда как Администрацией не учтено следующее.

В Протоколах №№ 1, 2, 3 заседаний конкурсной комиссии закреплено, что состав конкурсной комиссии определен Постановлением Главы города Сочи № 404. Вместе с тем, на заседаниях присутствовали:

- согласно Протоколам № 1 и 2 только трое из семи членов комиссии из утвержденного Постановлением № 404 состава (Шевейко О.В., Баранская Э.Б., Бойко Т.А.);

- согласно Протоколу № 3 только трое из семи членов комиссии из утвержденного Постановлением № 404 состава (Вронский О.В., Шевейко О.В., Бойко Т.А.)

тогда как замена членов комиссии по всем протоколам (Вронского О.В. – председателя комиссии; членов комиссии: Баранской Э.Б., а также глав районов г. Сочи), осуществлялась на основании доверенностей, оформленных в простой письменной форме. Кроме того, утвержденные Постановлением № 404 члены конкурсной комиссии: Трукшин В.А., Манцурова Л.Г., Бороздина М.С. на заседаниях

отсутствовали.

Согласно пункту 1.3. Постановления № 404 состав комиссии по проведению конкурсов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи утвержден постановлением главы города Сочи (Приложение N3).

Таким образом, утверждение состава конкурсной комиссии относится исключительно к полномочиям главы города Сочи, и самостоятельно изменять утвержденный состав комиссии путем выдачи доверенности другому лицу, члены комиссии неправомочны.

Положений, допускающих замену членов комиссии по доверенности, указанное Постановление № 404 не содержит.

В связи с указанным, соответствующие изменения в состав комиссии должны утверждаться главой города Сочи путем внесения изменений в Приложение № 3 Постановления главы города Сочи № 404.

Таким образом, на заседаниях конкурсной комиссии присутствовало менее 50% от общего числа членов конкурсной Комиссии.

Вместе с тем, Заявитель не обосновал, каким образом указанное нарушение, повлияло на его право участвовать в торгах, а также какие его законные интересы затрагивает. Кроме того, не представлено доказательств того, что, участвующие в комиссии по проведению конкурса лица представляли интересы кого-либо из участников конкурса и совершили действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции.

На основании вышеизложенного, в соответствии с частью 20 статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать жалобу ООО «Омега-2006» (вх. № 6658 от 13.08.2012) на действия организатора торгов – МКУ «Комитет по наружной рекламе города Сочи», выразившиеся в нарушении порядка организации и проведения открытого конкурса № 1 на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Сочи, проведенного 01.08.2012, частично обоснованной.
2. Доводы жалобы в части неправомочного состава конкурсной комиссии – обоснованы.
3. В связи с тем, что Организатором торгов 14 августа 2012 года с победителями конкурса №1 заключены договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций совместно с социально значимым городским оборудованием, предписание не выносить.

Председатель Комиссии:

В.В. Оберемок

Члены Комиссии:

Е.В. Крамаренко

Н.В. Левит

И.Р. Абдуллаев

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его вынесения.