Комитет по управлению имуществом г. Димитровграда

433508, Ульяновская область, г. Димитровград, ул. Гагарина, 16

ООО «Маркет-Люкс»

43271, г. Ульяновск, ул. К.Либкхнета, 19 а

М.

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

УПРАВЛЕНИЕ

по Ульяновской области

ул.Гончарова, 2, 2 этаж, г. Ульяновск, 432970 ГСП

тел./факс (8422) 41-32-03

e-mail:to73@fas.gov.ru

http://ulyanovsk.fas.gov.ru/

08.05.2019 № 2441-04

РЕШЕНИЕ

ДЕЛО № 073/10/18.1-15667/04-2019

г. Ульяновск

Резолютивная часть решения оглашена 07.05.2019

В полном объеме решение изготовлено 08.05.2019

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ульяновской области по рассмотрению жалоб по статье 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ "О защите конкуренции " в составе:

председатель • зам. руководителя управления К.Ю.Попов,

члены - начальник отдела М.С. Степанова;

• специалист- эксперт А.М.Шакурова,

рассмотрев дело №073/10/18.1-15667/04-2019 по признакам нарушения Комитетом по управлению имуществом г. Димитровграда (Ульяновская область, г. Димитровград, ул. Гагарина, 16) части 1 статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ "О защите конкуренции " (далее – Закон «О защите конкуренции»),

в присутствие на заседании
- от Комитета по управлению имуществом г. Димитровграда –К., дов. от 30.04.2019, П., дов. от 12.02.2019 (до перерыва), М., распоряжение от 17.04.2019 №165-р/лс (после перерыва);
- от ООО «Маркет-Люкс» - Р., решение от 09.06.2018, Н., дов. от 29.04.2019; Д., дов. от 06.05.2019;

- М., паспорт <...>

- П., паспорт

УСТАНОВИЛА:

25.04.2019 в Ульяновское УФАС России поступила жалоба ООО «Маркет-Люкс» на действия Комитета по управлению имуществом города Димитровграда при проведении аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в собственности города Димитровграда Ульяновской области, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена (извещение №110419/0982069/02 на сайте torgi.gov.ru).

30.04.2019 в Ульяновское УФАС России поступила жалоба М. на указанные торги.

На рассмотрении жалобы представители ООО «Маркет-Люкс» поддержали заявленные требования, пояснили следующее.

1. Отсутствует часть существенной информации при описании предмета торгов, указания его технических характеристик в извещении и аукционной документации:

Процедура проведения аукциона носит публичный характер, индивидуализация и характеристика объекта торгов должна быть осуществлена таким образом, чтобы любое заинтересованное лицо имело четкое представление о том, какое именно имущество (предмет торгов) выставлено на торги.

Согласно ч. 2.2. ст. 5 Положения о порядке проведения аукционов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Димитровграда Ульяновской области, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, утвержденным решением Городской Думы города Димитровграда Ульяновской области третьего созыва от 27.03.2019 № 18/147, в извещении о проведении аукциона должны быть указаны следующие сведения: «сведения о принадлежности земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, на котором предполагается установка рекламной конструкции, его описание и технические характеристики планируемой к установке рекламной конструкции, в том числе площадь, адрес места установки, тип, а также условное обозначение, в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области, утвержденной постановлением Администрации города». Однако из аукционной документации усматривается, что:

1.1. Отсутствует информация относительно мест, координатных точек мест для размещения рекламных конструкций, что делает неопределенной информацию о предмете аукциона и может воспрепятствовать получению разрешения на установку рекламных конструкций. Отсутствие точных координат расположения мест размещения рекламных конструкций не позволяет сделать вывод об отсутствии наложения мест размещения рекламных конструкций на земельные участки, находящиеся в федеральной либо частной собственности.

При ознакомлении по ссылке

https://torgi.gov.ru/restricted/notification/notificationView.html?notificationId=34440327&lotId=34440447&prevPag eN=5 с «Расположением объекта на карте» по всем 13 лотам отображается идентичная информация, что вводит в заблуждение.

На рассмотрение дела представлены фотографии предполагаемых мест установки рекламных конструкций, на которых находится кустарниковая растительность (Б-23, Б-71, Б-26, Б-16), которые загорожены кустарниковой растительностью (Б-23). По фотографии места размещения конструкции с обозначением Б-58 пояснили, что непосредственно радом с местом находится люк колодца одной из сетевых организаций.

По ряду конструкций пояснили, что их предполагаемое место установки отличается в ситуационном плане и схеме размещения рекламных конструкций (Б-72), ряд мест установки конструкций не соответствуют утвержденным Схемой размещения рекламных конструкций (Б-72, Б-71, Б-58, Б-59, Б-60).

Одно из планируемых мест установки конструкций находится на существующей автостоянке.

Пояснили, что невозможно самостоятельно точно определить место предполагаемой установки рекламной конструкции.

Указали, что при проведении торгов на право размещения в г. Ульяновске указывались координаты точек рекламной площади и фундамента конструкции, что делало возможным определить место расположения конструкции, а также было видно место расположения сетей по отношению к устанавливаемой конструкции.

1.2. Отсутствуют необходимые и актуальные согласования возможности

размещения рекламных конструкций в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области, утвержденной постановлением Администрации города Димитровграда от 10.01.2014 № 6, организациями, являющимися собственниками (пользователями) инженерных коммуникаций, во избежание наложения мест размещения рекламных конструкций на участки инженерных сетей.

1.3.Согласно Схеме размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области, утвержденной постановлением Администрации города Димитровграда от 10.01.2014 № 6, часть мест размещения рекламы расположена в полосе отвода автодорог, что не позволяет сделать вывод о соответствии мест размещения рекламных конструкций требованиям Федерального закона от 10.12.1995 года №196-ФЗ «О безопасности дорожного движения», ГОСТ Р 52044-2003 от 22.04.2003 года «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещении», Межгосударственный стандарт ГОСТ 33027-2014 «Дороги автомобильные общего пользования Требования к размещению средств наружной рекламы» и т.п. Соответствующие согласования собственников автомобильных дорог в аукционной документации отсутствуют.

1.4. На сайте Администрации города Димитровграда (http://www.diinitrovgrad.ru/about/worktime/22369/) опубликована информация, согласно которой Комиссия по землепользованию и застройке города Димитровграда сообщает, что 24 апреля 2019 года в 16 часов 00 минут в помещении здания областного государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Димитровградский технический колледж», расположенномv по адресу: Ульяновская область, город Димитровград, пр. Автостроителей, д. 63 состоятся публичные слушания по проекту планировки и проекту межевания территории для реконструкции части территории линейных объектов - автомобильных дорог по пр.Автостроителей и ул.Западная города Димитровграда Ульяновской области.

Таким образом, в нарушение требований ст. 307, ст. 309 ГК РФ Организатор аукциона не имеет возможности по результатам аукциона предоставить право на установку и эксплуатацию рекламных конструкций победителю аукциона на заявленный срок 10 лет для использования по целевому назначению, а потенциальный победитель торгов, рекламораспространитель не сможет фактически воспользоваться своим правом на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в течение указанного периода, что с учетом группировки лотов и завышенной стоимости права на заключение договоров является существенным.

2.В проекты договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Димитровграда аукционной документации неправомерно включены не соответствующие положениям Федерального закона от 13.03.2006 N 38 "О рекламе" и постановлению Администрации города Димитровграда от 10.01.2014 № 6 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области» (с изменениями от 21.10.2015 №3485; от 04.07.2017 №1215; от 11.01.2018 №024) положения:

2.1.Положения раздела 7 «Социальная реклама» и Приложения №1 к проектам договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Димитровграда аукционной документации.

Согласно части 2 статьи 10 Федерального закона от 13.03.2006 N 38 "О рекламе"

органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Часть 3 статьи 10 Федерального закона от 13.03.2006 N 38 "О рекламе" определяет, что заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, обшей рекламной площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

Порядок обязательного заключения договора установлен в статье 445 Гражданского кодекса Российской Федерации. При этом частью 4 статьи 445 Гражданского кодекса Российской Федерации предусматривается, что, если сторона, для которой в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации или иными законами заключение является обязательным, уклоняется от его заключения, другая сторона вправе обратиться в суд с требованием о понуждении заключить договор. Сторона, необоснованно уклоняющаяся от заключения обязательного договора, должна возместить другой стороне причиненные этим убытки. Следовательно, рекламораспространитель обязан заключить договор с любым лицом, которое к нему обратится с предложением о распространении социальной рекламы в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы.

В соответствии с положением части 3 статьи 423 Гражданского кодекса Российской Федерации договор предполагается возмездным, если из закона, иных правовых актов, содержания или существа договора не вытекает иное. Договор на распространение социальной рекламы (равно как и рекламы) является гражданско-правовым договором, а именно договором оказания услуг. Согласно нормам статьи 781 Гражданского кодекса Российской Федерации оказываемые услуги подлежат оплате в порядке и в сроки, которые указаны в договоре. Поэтому при обязательности для рекламораспространителя заключения договора оказания услуг по распространению социальной рекламы в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы, безвозмездность такого договора законодательством Российской Федерации не предусмотрена.

Кроме того, в нарушение части 3 статьи 10 Федерального закона от 13.03.2006 N 38 "О рекламе" общий годовой объем подлежащей распространению социальной рекламы согласно аукционной документации составляет не 5% годового объема распространяемой рекламы (общей рекламной площади рекламных конструкций), а 105 из 365 дней в году, т.е. около 30% общего времени размещения рекламы победителем аукциона должно быть бесплатно предоставлено под социальную рекламу с обязательством за свой счет провести работы по монтажу/демонтажу.

2.2. Положения п. 4.2.2. проектов договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Димитровграда аукционной документации, согласно которым Владелец обязан «установить и эксплуатировать рекламную конструкцию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, условиями настоящего договора при этом устанавливаемая рекламная конструкция должна быть новой, то есть не иметь признаков прежней

эксплуатации».

Данное требование отсутствует в описании типов рекламных конструкций, содержащемся в постановлении Администрации города Димитровграда от 10.01.2014 № 6 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области, создает необоснованную финансовую нагрузку для участников торгов, тем самым ограничивая конкуренцию.

3. Начальная цена договоров не соответствует рыночной стоимости.

В аукционной документации не содержится обоснование для установления начальной цены договоров. С учетом нормативно не обоснованных обременений (обязанность безвозмездно размещать социальную рекламу) 30% общего времени размещения рекламы, за свой счет провести работы по монтажу/демонтажу рекламных (материалов, обязанность установить новые рекламные конструкции), указанных в п. 2 настоящей жалобы, а также указанных в п. 1 настоящей жалобы рисков невозможности установки либо демонтажа рекламных конструкций начальная цена договоров является неоправданно завышенной по сравнению с рыночной оценкой, что ограничивает возможность участия субъектов малого и среднего предпринимательства.

4. В аукционной документации не содержится обоснование для формирования лотов (группировка мест размещения рекламных конструкций в лоты).

Группировка в лоты представляется чрезмерно укрупненной, что ограничивает возможность участия субъектов малого и среднего предпринимательства, места размещения рекламных конструкций сгруппированы произвольно, без учета доходности от размещения рекламы на соответствующих местах размещения рекламных конструкций.

На запрос общества организатор торгов запрашиваемую информацию и пояснения не представил, изменения в документацию не внес.

На рассмотрении жалобы М. поддержал заявленные доводы, пояснил следующее.

Опубликованная документация имеет серьезные недостатки:

1. Пункт договора: «5.3.Договор может быть расторгнут комитетом досрочно в случае общественной либо государственной необходимости, а также в случае ликвидации ВЛА-ДЕЛЬЦА или признания его несостоятельным (банкротом) в соответствии с действующим законодательством».

Непонятно, что значит «общественная необходимость». Также, не предусмотрено никаких мер компенсации при досрочном расторжения договора по общественной либо государственной необходимости.

2. Пункт договора «4.2.7. обеспечить в течение месяца после аннулирования разрешения или признания его недействительным, истечения срока действия или досрочного расторжения договора демонтаж рекламной конструкции и удалишь в течение трёх дней информацию, размещённую на рекламной конструкции. В необходимых случаях ВЛАДЕЛЕЦ обязан произвести восстановление места, на котором была установлена рекламная конструкция (косметический ремонт, благоустройство земельного участка).

Если разрешение аннулируется не по вине Владельца, то и в этом случае не

предусмотрено никаких мер компенсации.

3. Пункт договора «4.2.2. установить и эксплуатировать рекламную конструкцию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации, условиями настоящего договора при этом устанавливаемая рекламная конструкция должна быть новой, то есть не иметь признаков прежней эксплуатации;».

Считает требование в части: «устанавливаемая рекламная конструкция должна быть новой, то есть не иметь признаков прежней эксплуатации» излишними, т.к. даже новая конструкция на второй день будет иметь признаки эксплуатации. При этом, «признаки прежней эксплуатации» договором не конкретизируются.

4. В конкурсной документации не указаны конкретные места установки рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций в некоторых случаях не соответствует более подробным схемам масштаба 1:500, которые не представлены в конкурсной документации, не размещены в открытом доступе, и могут быть изменены в любой момент без ведома участников аукциона. Так. в некоторых случаях одна и та же рекламная конструкция размещена по разные стороны дорог и в разных схемах.

5. Часть конструкции попадает в места, заросшие кустарником, либо деревьями. Для установки рекламных конструкций в таких местах потребуется разрешение на снос растительности. Никаких обязанностей и сроков предоставления разрешений на снос растительности аукционной документацией не предусмотрено. Таким образом, процесс установки рекламной конструкции может затянуться на неопределенный период, либо вообще станет невозможным. Оплату же места нужно производить в любом случае.

6. Оценка стоимости всех мест размещения рекламных конструкций во всех районах города одинаковая, что не соответствует реальной рыночной ситуации. Стоимость размещения рекламы существенно зависит от района города и трафика улицы.

На рассмотрении жалоб также пояснил, что срок выдачи разрешения на установку рекламной конструкции в МКУ «Управление архитектуры» в соответствии с Административным регламентом составляет 14 дней, а пунктом 4.2.1 договоров в составе аукционной документации предусмотрено, что оформить разрешение на установку рекламной конструкции необходимо в течение 10 дней.

На основании изложенного заявители просят отменить торги.

На рассмотрении дела также присутствовал ИП П., подавший жалобу 07.05.2019, перед рассмотрением жалоб ООО «Маркет-Люкс» и М. Доводы ИП П.., изложенные на заседании аналогичны доводам ООО «Маркет-Люкс» и М.

Дополнительно указал, что схемы коммуникаций и их согласование у организатора торгов отсутствует, в связи с чем для ознакомления с ними организатор торгов направляет в МКУ «Управление архитектуры и градостроительства города Димитровграда». При ознакомлении со схемами 1:500 фотографирование и копирование запрещено. На данных схемах кодировка мест установки рекламных конструкций отсутствует, связи с чем сопоставить схемы 1:500 с конкретной конструкцией трудно либо невозможно.

Представители организатора торгов на рассмотрении жалобы наличие нарушений не признали, пояснили следующее.

1.1. Указание на сайте www.torgi.gov.ru места размещения рекламных конструкций по ссылке «Расположение объекта на карте» по каждому лоту не представляется возможным, так как в каждом лоте 9 объектов рекламных конструкций и их размещение предусмотрено по адресным ориентирам, а не в границах земельных участков, стоящих на государственном кадастровом учете.

Размещение рекламных конструкций - щитовых установок, которые включены в перечень лотов, выставленных на Аукцион, не предусмотрено на земельных участках, находящихся в федеральной или частной собственности или иным образом обремененных правами третьих лиц.

1.2. Схема размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области, утвержденная постановлением Администрации города от 10.01.2014 №6, а именно, все отдельно стоящие рекламные конструкции - щитовые установки, включенные в эту схему их размещения, согласованы со службами инженерных сетей. В распоряжении организатора торгов данная документация отсутствует. С ними участники торгов могут ознакомиться в МКУ «Управление архитектуры и градостроительства города Димитровграда» по адресу: г.Димитровград, ул.Гагарина, д. 16, 3 этаж, в рабочем порядке.

После перерыва представлена информация о датах согласования мест размещения рекламных конструкций с сетевыми организациями (2014-2015 годы).

Схема рекламных конструкций является документом, определяющим типы и виды отдельно стоящих рекламных конструкций, допустимых к размещению на территории города Димитровграда. Отдельно стоящие рекламные конструкции (щитовые установки 3х6) в действующей редакции постановления указаны в количестве 132 штук. На каждый щит подготовлена и согласована схема размещения объекта с учетом существующих коммуникаций.

С вышеуказанными схемами возможно ознакомиться в МКУ «УАиГ» в рабочем порядке, в связи с тем, что информация в системе ГИСинГЕО предназначена для служебного пользования. Каждая схема рекламной конструкции прорабатывалась на предмет уточнения местоположения инженерных сетей.

На рассмотрении жалобы пояснили также, что самостоятельно определить фактическое место установки рекламной конструкции невозможно, т.к. адресная привязка в документации и Схема размещения рекламных конструкций, утвержденная постановлением Администрации г. Димитровграда от 10.01.2014 №6, ориентировочны. Для определения точного места установки необходимо ознакомление со схемами 1:500 в МКУ «УАиГ».

Указание документации координат мест установки невозможно, т.к. данная информация у организатора торгов отсутствует, а работы по определению указанных координат требуют финансовых затрат.

1.3. Пп. «ч» п. 12 Указа Президента РФ от 15.06.1998 № 711 «О дополнительных мерах по обеспечению безопасности дорожного движения», устанавливающий право органам ГИБДД осуществлять согласование установки рекламной конструкции при обращении за таким согласованием, утратил силу с 1 июня 2013 года (Указ Президента РФ от 01.06.2013 N 527).

Размещение наружной рекламы не требуется согласовывать с ГИБДД. ГИБДД теперь не вправе осуществлять согласование установки рекламной конструкции даже при обращении за таким согласованием.

1.4. 24 апреля 2019 года состоялись публичные слушания по проекту планировки и проекту межевания территории для реконструкции части территории линейных объектов - автомобильных дорог по пр. Автостроителей и ул. Западная г. Димитровграда, по результатам обсуждения вопроса на публичных слушаниях было принято решение о том, что места будут предоставлены согласно схемы размещения рекламных конструкций.

2.1. В целях определения единого порядка размещения социальной рекламы участниками Договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций для всех лиц заключивших его, а также в целях определения сроков размещения социальной рекламы (наименование мероприятий) Администрацией города и своевременного обеспечения владельцем рекламных конструкций их размещения, организатором аукциона были включены в проекты договоров пункты 7 «Социальная реклама» и Приложения к Договорам.

Часть 3 статьи 10 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» определяет, что заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламодателя в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций).

Доводы о том, что объем подлежащей социальной рекламы превышает 5%, считают несостоятельными, поскольку в отношении рекламных конструкций ч.3 ст. 10 закона о рекламе предусматривает ограничение общей рекламной площади рекламной конструкции, а не времени.

Кроме того, пункт 7.1 договора предусматривает обязанность размещать социальные и праздничные плакаты (социальная реклама), предоставляемые администрацией города Димитровграда Ульяновской области в объемах и сроки, согласно приложению 1 к настоящему договору.

В соответствии с пунктом 7.7. договора в счет принятых обязательств, указанных в настоящем договоре, зачитывается исключительно то исполнение по размещению социальной рекламы и информационных материалов социальной направленности (исчисляемое в днях размещения и количестве размещенных плакатов в соответствующем отчетном периоде), которое было осуществлено по поручению Администрации.

Таким образом, обязанность размещения социальной рекламы возникает только в случае поручения Администрации, а объем и сроки размещения социальной и праздничной информации на рекламных конструкциях, указанные в приложении 1 договора, носят информационный характер о возможных датах и сроках.

Указали, что закон не запрещает требовать бесплатного размещения социальной рекламы на рекламных конструкциях. Не смогли пояснить, учтено ли при проведении оценки рыночной стоимости размещение социальной рекламы бесплатно. Не смогли пояснить, что предусмотрено пунктом 7.2 проектов договора, если приложение №1 предусматривает иные сроки.

Определение начальной цены предмета аукциона, а также формирование лотов (группировка мест размещения рекламных конструкций в лоты), требований к рекламной конструкции принято аукционной комиссией по проведению аукционов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на

земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Димитровграда Ульяновской области, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена (далее - Комиссия), а также постановлением Администрации города от 08.04.2019 № 905 «О проведении аукциона на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, находящемся в собственности города Димитровграда Ульяновской области, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена».

Рассмотрев представленные материалы дела, выслушав пояснения лиц, участвующих в деле, комиссия приходит к выводу о необходимости признать жалобы ООО «Маркет-Люкс, М. обоснованными.

Комиссия при принятии данного решения исходит из следующего.

11.04.2019 Комитетом по управлению имуществом города Димитровграда на сайте torgi.gov.ru размещено извещение №110419/0982069/02 о проведении аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в собственности г. Димитровграда Ульяновской области, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

Аукционной документацией предусмотрено 13 лотов, в каждый из которых включено 9 мест установки рекламных конструкций. Начальная цена договора, сумма задатка, шаг аукциона по каждому лоту одинаковы. Начальная цена определена на основании отчетов об оценке рыночной стоимости №087-Юл, №088-ЮЛ, согласно которым право на установку на каждом месте оценено в 771 руб. 65 коп. в месяц. Дата оценки – 20.10.2018.

Пунктом 3 Общих положений Аукционной документации предусмотрена ссылка, при переходе по которой возможно ознакомление со схемой размещения рекламных конструкций http://dimitrovgradpress.ru/index.php?searchword=10.01.2014%20%E2%84%966&searchphrase=all&Itemid=103&option=com_search. При переходе по данной ссылке открывается страница, на которой размещены ссылки на постановления Администрации города Димитровграда Ульяновской области, в том числе постановление от 10.01.2014 №0006. При переходе по наименованию данного постановления открывается страница, на которой размещены 2 ссылки на вложения: 006doc объемом 28kB, 006zip объемом 1423kB. При открытии архива осуществляется переход к 17 файлам формата jpg. При открытии данных файлов открываются схемы размещения рекламных конструкций в различных районах г. Димитровграда, масштаб которых не позволяет увидеть наименование улиц, а также коды рекламных конструкций.

В приложении №1 к аукционной документации находится описание лотов, в том числе по каждой рекламной конструкции указаны условное обозначение, адрес рекламной конструкции на территории г. Димитровграда, тип рекламной конструкции.

Адрес рекламной конструкции сформулирован путем указания на улицу города, по некоторым дополнительно указано географической направление от какого-либо ориентира либо дома. При этом, расстояние между указанными ориентирами не указано.

При просмотре сведений о торгах на сайте в разделе «Общие сведения» в строке

место размещения рекламной конструкции указано: Ульяновская область, Димитровград г. и размещены ссылка для перехода к карте г. Димитровграда, на которой отсутствует какое-либо обозначение мест установки рекламных конструкций.

Согласно части 2 статьи 448 ГК извещение должно содержать сведения о времени, месте и форме торгов, об их предмете, о существующих обременениях продаваемого имущества и о порядке проведения торгов, в том числе об оформлении участия в торгах, определении лица, выигравшего торги, а также сведения о начальной цене.

В соответствии со статьей 3 Положения о порядке проведения аукционов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Димитровграда Ульяновской области, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, утвержденного Решением Городской Думы г. Димитровграда от 27.03.2019 N 18/147 (далее также – Положение), Организатор аукциона, в том числе разрабатывает аукционную документацию и утверждает ее; опубликовывает извещение о проведении аукциона; дает разъяснения по вопросам аукционной документации.

Согласно части 2.2. стати 5 Положения в извещении о проведении аукциона должно быть указано сведения о принадлежности земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, на котором предполагается установка рекламной конструкции, его описание и технические характеристики планируемой к установке рекламной конструкции, в том числе площадь, адрес места установки, тип, а также условное обозначение, в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области, утвержденной постановлением Администрации города.

Однако вышеуказанный анализ аукционной документации и извещения об аукционе №110419/0982069/02 показывает, что из приведенного описания невозможно самостоятельно определить место установки каждой конструкции.

Более того, организатором торгов при рассмотрении жалоб пояснено, что для того, чтобы определить конкретное место расположения необходимо обращаться к третьему лицу – МКУ «Управление Архитектуры и градостроительства», чтобы ознакомиться со схемами в масштабе 1:500.

Таким образом, документация об аукционе не позволяет определить места расположения рекламных конструкций, право на установку которых является предметом аукциона, что препятствует участником принять решение о необходимости и/или возможности участия в аукционе, в том числе в связи с невозможностью оценки спроса на данную рекламную конструкцию, невозможностью оценки риска наложения мест установки на существующие инженерные коммуникации, необходимость либо отсутствие необходимости сноса растительности при исполнении заключенного по итогам аукциона договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Таким образом, признаны обоснованными довод о ненадлежащем описании предполагаемых мест установки рекламных конструкций.

Доводы о несоответствии проектов договоров Федеральному закону от 13.03.2006 N 38 "О рекламе" признаются обоснованными.

Согласно части 2 статьи 10 Федерального закона от 13.03.2006 N 38 "О рекламе" органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного

самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправле-ния, осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной ре-кламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Часть 3 статьи 10 Федерального закона от 13.03.2006 N 38 "О рекламе" определяет, что заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для ре-кламораспространителя в пределах 5% годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей реклам-ной площади печатного издания, обшей рекламной площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации.

Из Приложений №1 к договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, являющихся приложением №3 к аукционной документации, видно, что сроки размещения социальной и праздничной рекламы превышают допустимый 5% объем (105 из 365 дней в году).

Пояснения организатора торгов о том, что не все площади конструкций планируется использовать для размещения социальной рекламы, а также о том, что указанную социальную рекламу планируется размещать не полностью на все периоды, указанные в приложении №1 к договору, не находят подтверждения в проекте договоров, где указана только ссылка на объем и сроки, утвержденные приложением (пункт 7.1 проектов договоров).

В части доводов о незаконности условия о бесплатном размещении социальной рекламы Комиссия отмечает, что представленные отчеты об оценке рыночной стоимости основаны на доходном подходе и не учитывают размещение социальной рекламы на безвозмездной основе, в связи с чем указанные доводы признаются обоснованными.

Доводы о требованиях к рекламным конструкциям в части их новизны признаются обоснованными, поскольку технические характеристики типов и видов рекламных конструкций, установка которых допускается на земельных участках независимо от форм собственности на территории г. Димитровграда Ульяновской области, утвержденные постановлением Администрации города Димитровграда от 10.01.2014 № 6 «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Димитровграда Ульяновской области» не содержат подобного требования.

Довод о несоответствии пункта 4.2.1 договоров, которым предусмотрено, что оформить разрешение на установку рекламной конструкции необходимо в течение 10 дней, утвержденному административному регламенту оказания услуги по выдаче разрешения на установку рекламной конструкции признается обоснованным, поскольку постановление Администрации города от 30.06.2017 №1180 «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги по выдаче разрешения установку и эксплуатацию рекламной конструкции» предусматривает, что общий срок административных процедур, осуществляемых при выдаче разрешения составляет минимум 13 дней.

Доводы заявителей о неопределенности условий договора в части пунктов 5.3 1. признаются обоснованными, поскольку законодательно утвержденное определение общественной необходимости отсутствует, а в договоре указанному термину

определение не приведено.

Довод о несоответствии законодательству пункта 4.2.7 договора отклоняется, поскольку порядок взыскания убытков одной из сторон договора регулируется гражданским законодательством и специальные нормы рекламного законодательства не указывают на обязательность включения в условия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции указанного порядка.

Согласно части 1 статьи 17 Закона «О защите конкуренции» при проведении торгов, запроса котировок цен на товары (далее - запрос котировок), запроса предложений запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции.

В связи с тем, что устранение нарушений путем внесения изменений в документацию о торгах невозможно Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи организатору торгов предписания об аннулировании торгов.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 - 4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции", комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать жалобы ООО «Маркет-Люкс», М.обоснованными.

2. **Выдать Комитету по управлению имуществом г. Димитровграда** предписание об аннулировании торгов (аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, находящемся в собственности города Димитровграда Ульяновской области, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, по извещению № 110419/0982069/02, размещенному на сайте www.torgi.gov.ru).

3 . **Передать** материалы дела уполномоченному должностному лицу Ульяновского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по статье 7.32.4 КоАП РФ.

Председатель комиссии К.Ю.Попов

Члены комиссии М.С. Степанова

А.М.Шакурова

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

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.