

РЕШЕНИЕ

по делу № К03-66/15

Санкт-Петербург

Резолютивная часть решения объявлена 29 октября 2015 года

Полный текст решения изготовлен 12 ноября 2015 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства, назначенная приказом от 03.06.2015 № 216,

рассмотрев дело № К03-66/15, возбужденное по признакам нарушения части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» в действиях (бездействии) Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации (191060, Санкт-Петербург, Смольный), выразившихся в непроведении торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности г. Санкт-Петербурга, в порядке, установленном ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», что может иметь своим результатом недопущение, ограничение или устранение конкуренции на рынке наружной рекламы,

УСТАНОВИЛА:

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 06.10.2003 N 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» утверждение схемы размещения рекламных конструкций, выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории городского округа, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций на территории городского округа, осуществляемые в соответствии с законодательством о рекламе, отнесены к вопросам местного значения городского округа.

В силу части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления

собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции. При этом установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, она подлежит демонтажу на основании предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа, на территориях которых установлена рекламная конструкция (часть 10 статьи 19 Закона о рекламе).

Согласно части 4 статьи 19 Закона о рекламе рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента.

Согласно части 5.1 статьи 19 Закона о рекламе заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, после утверждения в соответствии с частью 5.8 настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

Частью 24 ст. 19 Закона о рекламе установлено, что положения настоящей статьи, определяющие полномочия органов местного самоуправления, применяются к внутригородским муниципальным образованиям городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга, если в соответствии с Федеральным [законом](#) от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" законами субъектов Российской Федерации - городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга не установлен порядок, согласно которому указанные полномочия осуществляются органами государственной власти указанных субъектов Российской Федерации.

Законом Санкт-Петербурга от 09.06.2006 N 302-42 «О мерах по реализации Федерального закона «О рекламе», полномочия органов местного самоуправления в Санкт-Петербурге, предусмотренные в [статье 19](#) Закона о рекламе, в Санкт-Петербурге осуществляются уполномоченным Правительством Санкт-Петербурга исполнительным органом государственной власти Санкт-

Петербурга.

Федеральным законом от 07.05.2013 N 98-ФЗ (далее - Закон № 98) статья 19 Закона о рекламе дополнена частью 5.8, согласно которой органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности. Схема является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации. Схема и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В соответствии с частью 2 статьи 4 Закона № 98 со дня вступления в силу настоящего Федерального закона (вступил в силу с 08.05.2013) и до 01 января 2014 органы местного самоуправления (органы государственной власти субъектов Российской Федерации - городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга) обязаны утвердить схемы размещения рекламных конструкций в порядке, установленном [частью 5.8 статьи 19](#) Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ «О рекламе» (в редакции Закона № 98-ФЗ).

Согласно части 5 статьи 4 Закона № 98 с 01.01.2014 выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках независимо от формы собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, допускается только при наличии утвержденных в установленном порядке соответствующих схем размещения рекламных конструкций.

Таким образом:

- утверждение Схемы в срок до 01.01.2014 в Санкт-Петербурге является обязанностью исполнительного органа государственной власти Санкт-Петербурга. Схема должна соответствовать документам территориального планирования, обеспечивать соблюдение градостроительных норм и правил и требований безопасности, указанные в Схеме места размещения рекламных конструкций должны соответствовать требованиям технического регламента;

- в отсутствие действующего договора и разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции установка и эксплуатация рекламной конструкции недопустима, рекламная конструкция подлежит демонтажу.

Как установлено ч. 5.6. ст. 19 Закона о рекламе, аукцион или конкурс на право заключения 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 соответствии с Законом Санкт-Петербурга от 09.06.2006 N 302-42 «О мерах по реализации Федерального закона «О рекламе», полномочия органов местного самоуправления в Санкт-Петербурге, предусмотренные в [статье 19](#) Закона о рекламе, в Санкт-Петербурге осуществляются уполномоченным Правительством Санкт-Петербурга исполнительным органом государственной власти Санкт-Петербурга, который также уполномочен на проведение торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Согласно п. 1 постановления Правительства Санкт-Петербурга от 25.07.2006 N 904 «О выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в Санкт-Петербурге и проведении торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности Санкт-Петербурга, а также на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена» (далее – постановление № 904), исполнительным органом государственной власти Санкт-Петербурга, уполномоченным на осуществление функций по выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в Санкт-Петербурге и иных полномочий органов местного самоуправления, предусмотренных в [статье 19](#) Закона о рекламе является Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации (далее – Комитет по печати).

В этой связи, [постановлением](#) Правительства Санкт-Петербурга от 25.07.2006 № 904 Положение о Комитете по печати, утвержденное постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 02.12.2003 № 44 дополнено пунктом 3.23-1 следующего содержания:

«3.23-1. Осуществлять полномочия органов местного самоуправления, предусмотренные в [статье 19](#) Федерального закона «О рекламе».

[Постановлением](#) Правительства Санкт-Петербурга от 17.04.2014 № 266 «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Санкт-Петербурга» [пункт 3.23-1](#) Положения о Комитете по печати дополнен словами «, за исключением полномочия по утверждению Схемы размещения рекламных конструкций».

Таким образом, до 17.04.2014 года Комитет по печати был наделен полномочиями по утверждению Схемы размещения рекламных конструкций и по проведению торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах государственной собственности. В сроки, установленные Законом № 98-ФЗ (до 01.01.2014) Схема размещения рекламных конструкций в Санкт-Петербурге не утверждена.

С 17.04.2014 Комитет по печати обладает полномочиями по разработке и согласованию постановлений Правительства Санкт-Петербурга, в том числе об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций (п.3.10 Положения о комитете по печати).

«Схема размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной собственности Санкт-Петербурга», утверждена постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 17.04.2014 № 266 (далее – постановление № 266, Схема).

Постановление № 266 является действующим, не отменено, и не признано недействующим в установленном законом порядке.

По сообщению Комитета по печати (вх.№ 21007 от 10.09.2014, вх.№ 10142 от 08.05.2015, вх.№ 13708 от 25.06.2015) Схема разработана Комитетом по печати.

Разработка Схемы осуществлялась на основе адресных программ и договоров на установку и размещение рекламных конструкций, ранее заключенных СПб ГУП «Городской центр размещения рекламы» (далее – ГУП «ГЦРР») от имени Санкт-Петербурга.

Разработанный проект Схемы прошел процедуру согласования с профильными исполнительными органами государственной власти, в том числе Комитетом по градостроительству и архитектуре, Комитетом по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры, Комитетом по благоустройству Санкт-Петербурга, Комитетом по управлению городским имуществом, Государственной административно-технической инспекцией, Государственной жилищной инспекцией Санкт-Петербурга, Жилищным комитетом, а также с профильными вице-губернаторами Санкт-Петербурга.

Указанными органами в рамках их компетенции осуществлен анализ проекта постановления (Схемы), а также оценка его на соответствие мест размещения и типов рекламных конструкций документам территориального планирования, требованиям безопасности, законодательству об охраны зонах объектов культурного наследия, соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требованиям технического регламента.

Согласно представленным Комитетом по печати сведениям, количество мест размещения рекламных конструкций, включенных в Схему составляет 9692, что на 5644 места меньше, чем до разработки Схемы (15336 мест). По состоянию на

начало 2014 г. на городских территориях было установлено 14818 рекламных конструкций, из них:

- 12 543 конструкции по договорам, срок действия которых истек;
- 2 275 конструкций по действующим договорам.

По сообщению Комитета по печати, исключение большинства мест размещения рекламных конструкций из Схемы, осуществлено в соответствии с:

- п.13 и 15 ст. 19 Закона о рекламе;

- Федеральным законом от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации»;

- ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»;

- Законом Санкт-Петербурга от 19.01.2009 № 820-7 «О границах зон охраны объектов культурного наследия на территории Санкт-Петербурга...».

Также при разработке Схемы учтены требования Управления государственной инспекции безопасности дорожного движения ГУ МВД России по Санкт-Петербургу, в связи с чем в Схему не были включены места размещения рекламных конструкций над проезжей частью дорог и разделительной полосе.

Таким образом, Комитет по печати подтвердил соответствие 9692 мест размещения рекламных конструкций, включенных в Схему, требованиям федерального и регионального законодательства (документам территориального планирования, градостроительным нормам и правилам, требованиям безопасности, требованиям технического регламента.

Распоряжением Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации от 11.08.2014 № 49-р «О проведении открытого аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций» принято решение о проведении аукциона, утверждено извещение о проведении аукциона и аукционная документация.

Однако, по жалобам участников рынка наружной рекламы - ООО «Реклама-Центр» и ООО «Рекламно-производственное предприятие «Нева-Спорт», Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России приняла решение от 25.08.2014 № 04/19228 о признании в действиях Комитета по печати нарушения порядка проведения аукциона и выдала Комитету по печати предписание об аннулировании аукциона.

С августа 2014 года повторные торги Комитетом по печати не объявлялись.

В ходе рассмотрения дела №К03-66/15 Комитетом по печати не представлены доказательства несоответствия мест, включенных в Схему, требованиям законодательства. Изменения в Схему в части исключения мест, не соответствующих требованиям федерального законодательства, и включения новых мест, не внесены.

В 2012 - 2013 году срок действия большинства (85%) заключенных договоров на установку рекламных конструкций в Санкт-Петербурге истек.

В соответствии с частями 3, 4 и 5 статьи 4 Закона № 98:

- со дня утверждения схем размещения рекламных конструкций положения [части 5.1, пункта 2 части 15, пункта 3 части 20 и части 20.1 статьи 19](#) Закона о рекламе (в редакции Закона № 98-ФЗ) применяются в соответствующих муниципальных образованиях (субъектах Российской Федерации - городах федерального значения Москве и Санкт-Петербурге);

- до дня утверждения Схем применяется действовавший до дня вступления в силу Закон № 98-ФЗ о порядке размещения рекламных конструкций;
- с 01.01.2014 выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, допускается только при наличии утвержденных в установленном порядке соответствующих Схем размещения рекламных конструкций.

Однако с момента окончания сроков действия договоров и до настоящего времени (на дату рассмотрения настоящего дела) Комитетом по печати торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций не проведены. В силу ч. 2 ст. 4 Закона № 98-ФЗ и требований п.5.1, п. 5.6 ст. 19 Закона о рекламе проведение указанных торгов является обязанностью исполнительного органа государственной власти Санкт-Петербурга – Комитета по печати.

Согласно ч.ч. 9, 10 ст. 19 Закона о рекламе установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции без действующего разрешения не допускаются, рекламная конструкция подлежит демонтажу на основании предписания уполномоченного органа.

Таким образом, после окончания срока действия договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в 2012 - 2013 годах и соответственно, истечения срока действия разрешений, эксплуатирующие их организации обязаны были произвести демонтаж таких конструкций.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в письме от 20.08.2014 № АК/33600/14 «О порядке демонтажа рекламных конструкций», выдача предписания о демонтаже рекламной конструкции, установленной и эксплуатируемой в отсутствие разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, срок действия которого не истек, а также демонтаж рекламной конструкции, в случае, установленном [Законом](#) "О рекламе", является обязанностью, а не правом органа местного самоуправления.

По сведениям Комитета по печати, ГУП «ГЦРР» обратилось за судебной защитой интересов города в полном объеме, по всем операторам. В связи с тем, что многие

рекламные конструкции не были своевременно демонтированы после истечения срока действия договоров, ГУП «ГЦРР» от имени КУГИ, предъявило иски о демонтаже более чем 9 тысяч рекламных конструкций. В мае 2015 г. ГУП «ГЦРР» представлена информация о том, что получены исполнительные листы на демонтаж 4625 конструкций, решения ещё не вступили в силу по 3471 конструкции.

Фактически, по сообщению СПб ГУП «ГЦРР» (вх. № 10191 от 12.05.2015 г.) за 3 месяца в 2015 г. демонтировано всего 895, за 2014 г. – 868, за 2013 г. – 126 рекламных конструкций. Остальные рекламные конструкции фактически эксплуатируются незаконно вследствие непроведения торгов.

Таким образом, в условиях наличия утвержденной Схемы, Комитетом по печати торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в порядке ст. 19 Закона о рекламе не проводятся, что фактически привело к функционированию рынка наружной рекламы в Санкт-Петербурге вне рамок действующего законодательства российской Федерации..

Непроведение торгов нарушает требование, установленное ст. 19 Закона о рекламе, препятствует хозяйствующим субъектам осуществлению деятельности на рынке наружной рекламы, а также входу новых хозяйствующих субъектов на указанный рынок.

В ходе рассмотрения дела №К03-66/15 в материалы дела представлены документы и сведения, свидетельствующие о следующем.

По результатам заседания региональной контрольной группы по вопросам осуществления контрольной деятельности, проведенного главным федеральным инспектором по Санкт-Петербургу (протокол от 16.10.2014) было рекомендовано Комитету по печати завершить процедуру согласования внесения изменений в постановление № 266, исключающих возможность установки и эксплуатации на улично-дорожной сети Санкт-Петербурга рекламных конструкций, не соответствующих требованиям норм ГОСТ Р 52044-2003 в срок до 28 ноября 2014 года.

По информации Комитета по печати, Губернатором Санкт-Петербурга 13.12.2014 г. принято решение о моратории на демонтаж рекламных конструкций. Детальный механизм исполнения решения Губернатора Санкт-Петербурга о моратории определен 19.02.2015 в ходе совещания по вопросу текущей деятельности рекламных компаний и выработке механизма дальнейшего урегулирования сложившейся ситуации на рынке наружной рекламы, что нашло своё отражение в соответствующем протоколе, согласно которому, демонтаж конструкций приостанавливается, при этом, рекламные компании направляют в Комитет по печати графики погашения накопившейся задолженности, ее оплаты и текущих платежей.

Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России выявила, что федеральным законодательством такие действия (мораторий на демонтаж, оплата без договоров) в отношении рекламных конструкций, срок действия договоров и разрешений на которые истек, не предусмотрены.

Одной из целей законодательства о рекламе является развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции (ст. 1 Закона о рекламе).

Установка и эксплуатация рекламных конструкций на землях, находящихся в государственной (муниципальной) собственности или собственности на которые не разграничена, возможны, согласно ст. 19 Закона о рекламе, на основании договоров с собственниками таких участков, заключённых в результате проведения соответствующей процедуры торгов.

Закон о защите конкуренции имеет своей целью обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков. Закон о защите конкуренции определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями.

В соответствии с ч.1 ст. 15 Закона о защите конкуренции запрещаются действия (бездействие) органов государственной власти субъектов Российской Федерации, иных осуществляющих функции указанных органов организаций ограничивающие конкуренцию, в частности, к таким действиям относятся: необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами; создание дискриминационных условий. Из данного положения следует, что достаточным основанием для вывода о нарушении ч.1 ст.15 Закона о защите конкуренции является создание условий, возможности для наступления последствий в виде недопущения, ограничения либо устранения конкуренции.

Согласно статье 4 Закона о защите конкуренции:

п.7 конкуренция - соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке;

п. 17 признаки ограничения конкуренции - сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке, рост или снижение цены товара, не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке, иные обстоятельства, создающие возможность для хозяйствующего субъекта в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке.

Сокращение числа хозяйствующих субъектов на товарном рынке подтверждено сведениями об организациях, размещающих рекламные конструкции по состоянию на 01.01.2015, представленными ГУП «ГЦРР» (вх. № 10191 от 12.05.2015).

Наименование организации	Количество рекламных конструкций	Количество демонтированных рекламных конструкций за 3 месяца 2015 г.
ООО «Астра Вижн»	16	16
ЗАО «БВ Медиа»	59	57
ЗАО «БВ-Медиа»	1220	3
ООО РПП «Нева Спорт»	142	0
ООО «ОММ»	3061	3
ООО «Талер»	279	6
ООО РА«Стоик»	122	0
ООО Рекламная сеть «Стоик»	270	0
ООО «Топ Мьюзик»	543	147
ООО «Реклама-Центр»	854	1
ОАО «ХПО»	1603	540
ООО «Руан»	558	0

Кроме того, данные таблицы свидетельствуют о бездействии уполномоченных органов Санкт-Петербурга по демонтажу незаконно установленных рекламных конструкций (в отсутствие разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, срок действия которого не истек), а также о создании дискриминационных (неравных) условий, связанных с демонтажем рекламных конструкций различных хозяйствующих субъектов.

В тех случаях, когда требуется проведение торгов, подразумевающее состязательность хозяйствующих субъектов, их непроведение, за исключением случаев, допускаемых законом, не может не влиять на конкуренцию, поскольку лишь при публичном объявлении торгов в установленном порядке могут быть выявлены потенциальные желающие получить доступ к соответствующему товарному рынку либо право ведения деятельности на нем.

В связи с бездействием Комитета по печати и невыполнением функций по проведению торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, или государственная собственность на который не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности г. Санкт-Петербурга, в порядке, установленном ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в 2015 году происходит сокращение количества участников рынка наружной рекламы города Санкт-Петербурга, а также денежных средств, полученных бюджетом города.

Действия (бездействие) Комитета по печати, выразившиеся в непринятии мер для решения вопроса по проведению торгов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имеющихся местах, вошедших в Схему и учитывающих требования безопасности, ГОСТ, градостроительных норм и правил и непринятию иных мер, подлежащих применению при решении вопроса по изысканию возможных (новых) мест размещения рекламных конструкций, создают необоснованные препятствия осуществлению деятельности хозяйствующих субъектов на рынке наружной

рекламы города Санкт-Петербурга и влекут недопущение, ограничение и устранение конкуренции на вышеуказанном рынке.

На основании изложенного, руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать нарушение части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» в действиях (бездействии) Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации, выразившихся в непроведении торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, которые находятся в государственной собственности, или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности г. Санкт-Петербурга, в порядке, установленном ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», что имеет своим результатом недопущение, ограничение и устранение конкуренции на рынке наружной рекламы Санкт-Петербурга.

2. Выдать Комитету по печати и взаимодействию со средствами массовой информации обязательное для исполнения Предписание о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции путем проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, которые находятся в государственной собственности, или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности г. Санкт-Петербурга, в порядке, установленном ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

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