

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОБ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ ДЕЛА № 026/01/17-919/2024

09 июля 2024 года
Ставрополь

город

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии – Золина Г.В. заместитель руководителя Ставропольского УФАС России;

Члены Комиссии:

Гритчин И.Н. – начальник отдела контроля органов власти и соблюдения антимонопольного законодательства Ставропольского УФАС России;

Дзыба А.З. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти и соблюдения антимонопольного законодательства Ставропольского УФАС России,

рассмотрев дело № 026/01/17-919/2024 в отношении администрации города Пятигорска по признакам нарушения части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

при участии в заседании представителей сторон:

От ответчика:

представитель по доверенности "...";

руководствуясь статьей 48.1 Федерального закона от 26.07.2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

УСТАНОВИЛА:

Ставропольским УФАС России в целях предотвращения и профилактики нарушений антимонопольного законодательства в сфере наружной рекламы, был направлен запрос администрации города Пятигорска о предоставлении сведений.

На основании Постановления администрации города Пятигорска № 4570 от 27.11.2023 г. администрацией 10.01.2024 г. был проведен конкурс на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности муниципального образования города Пятигорска.

Согласно части 5.1 статьи 45 Закона о защите конкуренции, при рассмотрении

дела о нарушении антимонопольного законодательства антимонопольный орган проводит анализ состояния конкуренции в объеме, необходимом для принятия решения о наличии или об отсутствии нарушения антимонопольного законодательства.

Анализ проведен в соответствии с Порядком проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке, утвержденным приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 и зарегистрированным в Минюсте РФ 2 августа 2010 г. №18026 (далее – Порядок проведения анализа).

Временной интервал исследования: 04.12.2023 — 10.01.2024 гг.

Предмет торгов: в соответствии с извещением о проведении конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций предметом конкурса является — право на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по перечню согласно Приложению к постановлению администрации города Пятигорска от 27.11.2023 г. № 4570 «Об организации и проведении 10 января 2024 года конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций».

Проанализировав имеющуюся информацию и документы, управлением было установлено, что количество рекламных конструкций, включенных в состав каждого лота составляет: 1 лот (112 конструкций), 2 лот (107 конструкций), 3 лот (126 конструкций), 4 лот (38 конструкций), 5 лот (7 конструкций), 6 лот (1 конструкция), 7 лот (5 конструкций), 8 лот (1 конструкция), 9 лот (1 конструкция), 10 лот (1 конструкция), 11 лот (1 конструкция), 12 лот (2 конструкция), 13 лот (1 конструкция), 13 лот (1 конструкция), 14 лот (1 конструкция).

Лот № 1 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
Щит	3x6	106	36 кв.м	3 816 кв.м
Щит	6x3	1	36 кв.м	36 кв.м
Щит	4x7	1	84 кв.м	84 кв.м
Перетяжка	d1,5v 0,35x1,65 и	2	37,6 кв.м	75,2 кв.м
Сити-формат	1,2x1,8	1	4,32 кв.м	4,32 кв.м
Сити-формат	1,8x1,2	1	4,32 кв.м	4,32 кв.м
Итого				4 019,84 кв.м

Таким образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 1 составляет 4 019,84 кв.м., что составляет 37,5 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 2 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
Щит	3x6	45	36 кв.м	1 620 кв.м

Щит	3x12	1	72 кв.м	72 кв.м
Щит	4,5x7	1	63 кв.м	63 кв.м
Сити-формат	1,2x1,8	60	4,32 кв.м	259,20 кв.м
Итого				2 014,20 кв.м

Таким образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 2 составляет 2 014,20 кв.м., что составляет 18,9 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 3 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
Щит	3x6	86	36 кв.м	3 096 кв.м
Сити-борд	2,7x3,7	14	17,5 кв.м	245 кв.м
Перетяжка	d1,5v 0,35x1,65 и	17	37,6 кв.м	639,20 кв.м
Щит	3x12	1	36 кв.м	36 кв.м
Щит	2x8	4	16 кв.м	64 кв.м
Щит	2,5x5,6	1	14 кв.м	14 кв.м
Сити-формат	1,2x1,8	3	4,32 кв.м	12,96 кв.м
Итого				4 107,16 кв.м

Таким образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 3 составляет 4 107,16 кв.м., что составляет 38,3 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 4 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
Рекламная конструкция, совмещенная с элементами уличной мебели	1,25x1,75	17	2,19 кв.м	37,23 кв.м
Рекламная конструкция, совмещенная с элементами уличной мебели	1,4x2,9	14	12,18 кв.м	170,52 кв.м
Рекламная конструкция, совмещенная с элементами уличной мебели	3,7x3,95	7	14,62 кв.м	102,34 кв.м
Итого				247,09 кв.м

Таким образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 4 составляет 247,09 кв.м., что составляет 2,3 процента от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 5 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Щит	3x6	2	36 кв.м	72 кв.м
	Щит	1,25x2,5	4	3,125 кв.м	12,50 кв.м
	Щит	2x3	1	12 кв.м	12 кв.м
	Итого				96,50 кв.м

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 5 составляет 96,50 кв.м., что составляет 0,9 процента от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 6 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Щит	2x4	1	16 кв.м	16 кв.м
	Итого				16 кв.м

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 6 составляет 16 кв.м., что составляет 0,15 процента от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 7 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Сити-формат	1,2x1,8	4	4,32 кв.м	17,28 кв.м
	Итого				17,28 кв.м

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 7 составляет 17,28 кв.м, что составляет 0,16 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 8 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Щит	3x6	1	36 кв.м	36 кв.м

Итого	36 кв.м
-------	---------

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 8 составляет 36 кв.м., что составляет 0,33 процента от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 9 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Щит	4x1,5	1	12 кв.м	12 кв.м
	Итого				12 кв.м

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 9 составляет 12 кв.м., что составляет 0,11 процента от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 10 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Электронное табло	1,4x3	1	4,2 кв.м	4,2 кв.м
	Итого				4,2 кв.м

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 10 составляет 4,2 кв.м., что составляет 0,03 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 11 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Щит	3x6	1	36 кв.м	36 кв.м
	Итого				36 кв.м

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 11 составляет 36 кв.м., что составляет 0,33 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 12 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Щит	3x6	2	36 кв.м	72 кв.м

Итого	72 кв.м
-------	---------

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 12 составляет 72 кв.м, что составляет 0,68 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 13 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Щит	2x4	1	8 кв.м	8 кв.м
	Итого				8 кв.м

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 13 составляет 8 кв.м., что составляет 0,07 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

Лот № 14 представлен следующими видами и форматами рекламных конструкций:

Таким	Вид конструкции	Формат	Количество	Площадь (кв.м.)	Общая площадь рекламных полей
	Щит	3x6	1	36 кв.м	36 кв.м
	Итого				36 кв.м

образом общая площадь рекламных полей представленных в лоте № 13 составляет 36 кв.м., что составляет 0,33 процентов от общего числа предоставляемых рекламных полей.

При формировании количества мест для установки рекламных конструкций в одном лоте, в лотах под №№ 1, 2 и 3, при равном формате объектов рекламных конструкций, площади мест, выставленных на торги под установку и эксплуатацию рекламных конструкций, значительно отличаются по площади предлагаемых рекламных полей (как в сторону увеличения, так и уменьшения).

Формирование лотов №№ 1, 2 и 3 по чрезмерному количеству мест для установки рекламных конструкций в одном лоте (по сравнению с другими лотами конкурса) направлено, в первую очередь, на ограничение количества участников проведения торгов, то есть на ограничение конкуренции, поскольку предоставление организатором торгов в указанных лотах мест под установку и эксплуатацию рекламных конструкций с разной площадью квадратуры в отношении объектов наружной рекламы, имеющих одинаковый размер формата, не имеет логической обоснованности и методики, способной объяснить применение такого распределения. То же самое относится и к площадям, в которых меньшим по формату рекламным конструкциям выделены места размещения, имеющие равную площадь по квадратуре с местами, предлагаемыми для рекламных конструкций более крупного формата.

Процедура проведения торгов на право установки и эксплуатации рекламных конструкций, предусмотренная российским законодательством о рекламе,

направлена на развитие и поддержание рыночной экономики и конкурентных отношений в сфере наружной рекламы на территории регионов Российской Федерации, обеспечивает недискриминационные (равные) условия доступа всех участников экономических отношений, осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере наружной рекламы, снижает барьеры входа в данную сферу экономической деятельности и вероятность создания в данном секторе экономики региона Российской Федерации условий недопущения, ограничения, устранения конкуренции.

Объединение чрезмерного количества рекламных мест (1 лот (112 конструкций), 2 лот (107 конструкций), 3 лот (126 конструкций), 4 лот (38 конструкций)) в один лот для установки рекламных конструкций, оказывает негативное воздействие на количество потенциальных участников торгов, поскольку прослеживаемый приоритет в сторону обладающих значительными финансовыми возможностями организаций ставит большинство физических лиц, индивидуальных предпринимателей и организаций в неравное с ними положение.

Согласно части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закона о защите конкуренции) при проведении торгов, запроса котировок цен на товары, запроса предложений запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции.

Так, в силу части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции при проведении торгов, запроса котировок цен на товары, запроса предложений запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, в том числе: координация организаторами торгов, запроса котировок, запроса предложений или заказчиками деятельности их участников; создание участнику торгов, запроса котировок, запроса предложений или нескольким участникам торгов, запроса котировок, запроса предложений преимущественных условий участия в торгах, запросе котировок, запросе предложений, в том числе путем доступа к информации, если иное не установлено федеральным законом; нарушение порядка определения победителя или победителей торгов, запроса котировок, запроса предложений; участие организаторов торгов, запроса котировок, запроса предложений или заказчиков и (или) работников организаторов или работников заказчиков в торгах, запросе котировок, запросе предложений.

Учитывая вышеизложенное, комиссия приходит к выводу о том, что администрация города Пятигорска допустила нарушение требований части 1 статьи 17 Федерального закона «О защите конкуренции», что выразилось в укрупнении лотов при проведении вышеуказанного конкурса