

## РЕШЕНИЕ

### по жалобе № 074/10/18.1-468/2024

«15» марта 2024 года

г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению жалоб на нарушение порядка проведения торгов (далее – Комиссия Челябинского УФАС России), в соответствии со статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), в составе:

Председателя

<...> - заместителя руководителя Челябинского УФАС России;

Комиссии:

Членов Комиссии: <...> - начальника отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России;

<...> - главного специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России,

рассмотрев жалобу ООО «Армада Аутдор» (далее - Заявитель) на действия Комитета по управлению имуществом и земельными отношениями администрации города Магнитогорска (далее - Комитет, организатор торгов), выразившиеся в нарушении порядка организации и проведения аукциона в электронной форме на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Магнитогорска, а также земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, находящегося на территории города Магнитогорска, местоположение: ул. Московская, напротив дома № 33, извещение № SBR012-2401250131, лот № 2 (далее - Аукцион, торги),

### УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступила жалоба Заявителя на неправомерные действия Комитета, выразившиеся в нарушении порядка проведения Аукциона.

*В качестве доводов Заявитель указал следующее.*

При проведении Аукциона и подачи ценового предложения Заявителем выявлено, что размер начальной цены Аукциона по лоту № 2 в размере 91 368,00 руб. противоречит Методике расчета платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, утвержденной Магнитогорским городским Собранием депутатов, а именно при расчете коэффициента, учитывающего территориальное размещение рекламной конструкции, расположенной по ул. Московской, необходимо учитывать коэффициент, равный 2,0. В связи с чем, по мнению Заявителя, начальная цена Аукциона по лоту № 2 должна быть равна 60 912,00 руб.

ООО «Армада Аутдор» 13.12.2023 по результатам проведения аукциона (извещение № SBR012-2311090149, лот № 1) признано победителем на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, ул. Московская, напротив дома № 33, по начальной цене 60 912,00 руб. При этом договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции для его подписания в адрес Заявителя не направлен. Тогда как в январе 2024 года Комитетом размещен новый аукцион на право заключения договора на установку и эксплуатацию данной рекламной конструкции.

*Комитетом представлены документы (вх. № 3657-ЭП/24 от 12.03.2024, вх. № 3927-ЭП/24 от 15.03.2024) и на заседании Комиссии указано следующее.*

Комитетом 09.11.2023 на официальном сайте организатора торгов [www.magnitogorsk.ru](http://www.magnitogorsk.ru) и на электронной площадке <http://utp.sberbank-ast.ru> размещено извещение о проведении Аукциона.

Лотом № 1 являлась рекламная конструкция, расположенная по адресу: ул. Московская, напротив дома № 33, двухсторонний щит, площадь информационного поля рекламной конструкции 36 кв. м, номер точки на карте 419.

Протоколом подведения итогов аукциона от 15.12.2023 единственному участнику аукциона по лоту № 1 ООО «АРМАДА АУТДОР» предложено заключить договор по начальной (минимальной) цене договора (цене лота) в размере 60 912,00 руб.

Начальная (минимальная) цена лота определяется в размере годовой платы по договору за установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Размер платы по договору определяется в соответствии с Методикой расчета платы по договору за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, утвержденной Решением Магнитогорского городского Собрания депутатов от 29.05.2012 № 82 «Об утверждении новой редакции Положения о наружной рекламе в городе Магнитогорске».

В соответствии с Методикой расчета платы применяется коэффициент K2, учитывающий территориальное размещение рекламной конструкции. В случае размещения рекламной конструкции в пределах 50 метров от проезжей части улицы, на которой применяется K2 с большим значением, применяется K2 с большим значением.

Поскольку в извещении № SBR012-2311090149 организатором аукциона допущена техническая ошибка, а именно указана начальная цена предмета аукциона 60 912,00 руб., в то время как начальная (минимальная) цена лота должна составлять 91 368,00 руб., договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с единственным участником аукциона ООО «АРМАДА АУТДОР» не заключен.

*Изучив представленные материалы дела, заслушав пояснения сторон, Комиссия пришла к следующим выводам.*

Частью 5 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) предусмотрено, что 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, управомоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами названного Федерального закона и гражданского законодательства.

В соответствии с частью 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. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. 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 названной

статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района, органом местного самоуправления муниципального округа или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

Согласно части 5.8 статьи 19 Закона о рекламе органы местного самоуправления муниципальных районов, муниципальных 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 собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций 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 размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации. Схема размещения рекламных конструкций 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, органа местного самоуправления муниципального округа или органа местного самоуправления городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для целей названной статьи под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

Положение о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Магнитогорска, а также земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, находящихся на территории города Магнитогорска утверждено постановлением Администрации города Магнитогорска (далее - Администрация) от 01.04.2021 № 3435-П (далее - Положение).

Пунктом 1.3 Положения установлено, что предметом электронного аукциона является право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Магнитогорска, а также земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

Организатором электронного аукциона является Администрация в лице Комитета (пункт 2.1 Положения).

В силу пунктов 5.1, 5.2.4 Положения организатор электронного аукциона размещает извещение не позднее, чем за 30 дней до даты проведения электронного аукциона на сайте Администрации, а также обеспечивает его размещение на электронной площадке, которое должно содержать, в том числе сведения о начальной максимальной цене.

Согласно пункту 14.1 Положения победителем электронного аукциона признается его участник, который предложил наиболее высокую цену за право заключения договора, и заявка которого соответствует требованиям, установленным Положением и извещением.

Постановлением Администрации от 25.01.2014 № 653-П принято решение о проведении Аукциона.

Извещение о проведении Аукциона размещено на официальном сайте электронной торговой площадки АО «Сбербанк – Автоматизированная система торгов» <https://sberbank-ast.ru/>.

Согласно извещению о проведении Аукциона, дата начала и окончания приема заявок на участие в торгах – 26.01.2024 и 26.02.2024 соответственно, дата проведения Аукциона – 28.02.2024.

Положение о наружной рекламе в городе Магнитогорске утверждено решением Магнитогорского городского Собрания депутатов Челябинской области от 29.05.2012 № 82 (далее - Положение о наружной рекламе).

В соответствии с подпунктом 19 пункта 3 Положения о наружной рекламе утверждение схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от формы собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъекта Российской Федерации или муниципальной собственности отнесено к полномочиям Администрации.

Постановлением Администрации от 28.01.2014 № 897-П утверждена Схема размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Челябинской области или муниципальной собственности, допустимых к установке на территории города Магнитогорска (далее - Схема).

Комиссией установлено, что рекламная конструкция, являющаяся предметом Аукциона, включена в Схему:

№ точки на карте	Регистрационный номер в реестре рекламных мест	№ чертежа	Адрес размещения рекламной конструкции	№ паспорта рекламного места	Площадь рекламной конструкции, кв. м	Тип рекламной конструкции
419	749	773-836	Московская ул. напротив дома № 33	274	36.00	Щит (двухстор.)

Приложением № 2 к Схеме является карта размещения рекламных конструкций на территории города Магнитогорска.

На официальном сайте Администрации размещена Карта размещения рекламных конструкций на территории города Магнитогорска, в которой отражено место расположения рекламной конструкции, являющейся предметом Аукциона ([https://www.magnitogorsk.ru/storage/app/media/IMUSCHESTVO\\_GRADOSTROITELSTVO/KUIIZO/Map/Placement\\_map\\_of\\_advertising\\_structures\\_02-16.jpg](https://www.magnitogorsk.ru/storage/app/media/IMUSCHESTVO_GRADOSTROITELSTVO/KUIIZO/Map/Placement_map_of_advertising_structures_02-16.jpg)).

Довод Заявителя сводится к несогласию бездействием органа местного самоуправления города Магнитогорска по невнесению в Схему в части переноса места размещения рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, ул. Московская, напротив дома № 33.

Вместе с тем, в силу положений статьи 18.1 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган рассматривает **порядок организации и проведения обязательных торгов**, заключения договоров по результатам торгов.

Вопросы, связанные с утверждением Схемы, а также внесением изменений в неё, не относятся к процедуре проведения торгов и не подлежат рассмотрению в порядке, предусмотренном статьей 18.1 Закона о защите конкуренции.

При этом Комиссией не получено доказательств фактического переноса места расположения рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, ул. Московская, напротив дома № 33, а также несоответствия места размещения данной рекламной конструкции в Схеме.

В соответствии с пунктом 20 Положения о наружной рекламе размер платы по договору определяется в соответствии с Методикой расчета платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее - Методика), являющейся приложением № 1 к Положению о наружной рекламе. Порядок, условия и сроки внесения платы устанавливаются договором.

Ежегодная плата за установку и эксплуатацию рекламной конструкции определяется по формуле, определенной в Методике:

$$П = Бс \times 12 \times Т \times S \times K1 \times K2 \times K3, \text{ где}$$

П - размер ежегодной платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, руб.;

Т - период эксплуатации рекламной конструкции. Т = 1 при эксплуатации рекламной конструкции полный календарный год. При эксплуатации рекламной конструкции неполный календарный год Т = n / 365, где n - количество дней;

Бс - базовая ставка платы за установку и эксплуатацию, устанавливаемая постановлением администрации города;

S - площадь информационного поля рекламной конструкции, кв. м.

K1 - коэффициент, отражающий зависимость стоимости одного квадратного метра информационного поля рекламной конструкции от площади информационного поля рекламной конструкции, определяемый согласно таблице №1.

K2 - коэффициент, учитывающий территориальное размещение рекламной конструкции.

K2 = 1, за исключением мест территориального размещения рекламной конструкции, указанных в таблице № 2. В случае размещения рекламной конструкции в пределах 50 метров от проезжей части улицы, на которой применяется K2 с большим значением, применяется K2 с большим значением.

K3 - коэффициент качества рекламной конструкции.

Таблицей № 2 установлено значение коэффициента K2 исходя из территориального размещения рекламной конструкции.

Так, таблицей № 2 предусмотрено следующее значение коэффициента K2:

Территориальное размещение рекламной конструкции	Значение коэффициента K2
Проспект Ленина	3,0
Улица Московская	2,0

Заявителем указано, что при расчете коэффициента, учитывающего территориальное размещение рекламной конструкции, расположенной по ул. Московская, необходимо учитывать коэффициент, равный 2,0.

Комитетом на заседании Комиссии указано, что в рассматриваемом случае необходимо применять значение коэффициента K2 с большим значением, поскольку рекламная конструкция, являющаяся предметом Аукциона, размещена в пределах 50 метров от проезжей части проспекта Ленина, в связи с чем, применяется коэффициент K2, равный 3,0.

Согласно представленным в материалы жалобы сведениям геоинформационной системы ИНГЕО расстояние между проезжей частью проспекта Ленина и местом размещения рекламной конструкции, являющейся предметом Аукциона, составляет 30 м, что позволяет применить значение коэффициента K2, равный 3,0.

Сведений, подтверждающих размещение рекламной конструкции, являющейся предметом Аукциона, более чем 50 метров от проезжей части проспекта Ленина, Заявителем не представлено.

Таким образом, Комитетом правомерно определена начальная цена Аукциона по лоту № 2 в размере 91 368,00 руб.

На основании изложенного, Комиссией не установлено несоответствий в определении организатором торгов начальной цены Аукциона по лоту № 2, в связи с чем рассматриваемый довод признан необоснованным.

В силу пункта 3 части 6 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции жалоба на акты и (или) действия (бездействие) организатора торгов подается в письменной форме в антимонопольный орган и должна содержать, в том числе **указание на обжалуемые торги**, если размещение информации об обжалуемых торгах на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации, адрес сайта, на котором она размещена (указанная информация не представляется при обжаловании актов и (или) действий (бездействия) уполномоченного органа и (или) организации, осуществляющей эксплуатацию сетей).

В адрес Челябинского УФАС России 29.02.2024 поступила жалоба ООО «Армада Аутдор» на действия Комитета при проведении Аукциона, лот № 2, извещение № SBR012-2401250131.

Соответственно предметом рассмотрения настоящей жалобы являются конкретные торги, а именно проведение Аукциона, извещение от 25.01.2024.

В уточнении к жалобе ООО «Армада Аутдор», направленном в адрес Челябинского УФАС России 12.03.2024, указано на бездействие Комитета по ненаправлению в адрес Заявителя, признанного единственным участником торгов, проведенных в декабре 2023 года, договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, а также о признании незаконным аннулирования торгов, проведенных в декабре 2023 года (извещение № SBR012-2311090149).

Вместе с тем, Комиссией не может быть дана оценка действиям Комитета при проведении торгов в декабре 2023 года в рамках рассмотрения настоящей жалобы.

Руководствуясь частью 20 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции, Комиссия

**РЕШИЛА:**

Признать жалобу Заявителя необоснованной.

Настоящее решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня его принятия.