

Администрация  
Приозерского  
муниципального района  
Ленинградской области

ООО «Гриф»

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ**

### **О НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА № 047/01/17-3336/2022 О НАРУШЕНИИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

### **К РАССМОТРЕНИЮ**

08 декабря 2022 года  
Санкт-Петербург

г. Санкт-

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Ленинградской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства на основании Приказа Ленинградского УФАС России от 21.11.2022 № 203/22 о возбуждении дела № 047/01/17-3336/2022 и создании комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушения Администрацией Приозерского муниципального района Ленинградской области (далее – Администрация, Организатор торгов) части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции),

УСТАНОВИЛ:

В Управление федеральной антимонопольной службы поступила жалоба ООО «Гриф» (вх. № 2714/22 от 28.09.2022) на действия Организатора торгов при организации и проведении открытого конкурса на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Приозерского муниципального района Ленинградской области, или на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, на территории Приозерского муниципального района Ленинградской области. (изв. № 090822/0972786/01, лоты 1, 3, 4, 5, 6, 8) (далее – конкурс).

По результатам рассмотрения жалобы в порядке статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) Ленинградское УФАС России пришло к следующим выводам.

11.08.2022 Организатором торгов на официальном сайте для размещения информации о проведении торгов [www.torgi.gov.ru](http://www.torgi.gov.ru) (далее – официальный сайт) размещено извещение № 090822/0972786/01 о проведении конкурса (далее – Извещение).

Установлено, что предметом конкурса является право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Приозерского муниципального района Ленинградской области, или на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, на территории Приозерского муниципального района Ленинградской области сроком на 5 лет.

В силу ч. 5.1 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 настоящей 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.

В соответствии с п. 1.1 конкурсной документации конкурсная документация разработана в соответствии с требованиями Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Организатор конкурса при проведении настоящих торгов руководствуется положениями:

- Решением Совета депутатов муниципального образования Приозерский муниципальный район Ленинградской области «Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории Приозерского муниципального района Ленинградской области» от 16 апреля 2019 года № 313;

- Решением Совета депутатов муниципального образования Приозерский муниципальный район Ленинградской области «Об утверждении формы торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции» от 18 августа 2020 года № 57;

- Постановлением администрации муниципального образования Приозерский муниципальный район Ленинградской области «О Порядке проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории муниципального образования Приозерский муниципальный район Ленинградской области» от 02 марта 2021 года № 707.

Согласно п. 17 Извещения Организатором торгов установлен следующий порядок определения победителя: «на основании

результатов оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе конкурсной комиссией каждой заявке на участие в конкурсе присваивается порядковый номер по мере уменьшения степени выгоды содержащихся в них условий исполнения предмета конкурса. Заявке на участие в конкурсе, в которой содержатся лучшие условия исполнения предмета конкурса, присваивается первый номер. Победителем конкурса признается участник, который предложил лучшие условия исполнения предмета конкурса, в результате чего набравший наибольшее количество баллов, и заявке на участие, в конкурсе которого присвоен первый номер. В случае если в нескольких заявках содержатся одинаковые предложения по исполнению предмета конкурса, меньший порядковый номер присваивается заявке на участие в конкурсе, которая подана участником конкурса по дате и времени ранее других заявок на участие в конкурсе, содержащих такие условия. В случае если к участию в конкурсе допущен только один заявитель, конкурсной комиссией принимается решение о признании торгов несостоявшимися и победителем конкурса признается лицо, которое является единственным участником конкурса».

В силу п. 3.1 конкурсной документации для участия в конкурсе претендент лично или через уполномоченного им представителя представляет организатору в установленный извещением и конкурсной документацией срок заявку (комплект документов) на бумажном носителе по форме, установленной настоящей конкурсной документацией.

Заявка состоит из двух частей. Первая часть заявки является открытой, вторая часть - закрытой, подаваемой в непрозрачном запечатанном конверте. Обе части заявки подаются организатору одновременно.

Требования к первой части заявки на участие в конкурсе установлены разделом 4 конкурсной документации.

В соответствии с п. 7.8 конкурсной документации претендент не допускается к участию в конкурсе в случае несоответствия первой части заявки участника установленным требованиям.

Пунктом 5.3 конкурсной документации установлено, что вторая закрытая часть заявки включает следующие документы:

5.3.1. Конкурсные предложения участника конкурса по конкурсным критериям, составленные по форме, установленной Приложением №

10 к конкурсной документации, с указанием следующей информации:

-ценовое предложение;

-документы, подтверждающие квалификацию участника конкурса;

-проект рекламной конструкции - предложения по дизайнерскому и конструктивному решению рекламной конструкции и архитектурно-художественному оформлению места размещения рекламной конструкции и благоустройства территории (проекты предполагаемых к установке рекламных конструкций с проектом благоустройства прилегающей территории, эскизы, рисунки, чертежи, фотографии, иные изображения рекламных конструкций);

- предложения по объему размещения социальной рекламы.

На основании п. 9.1 конкурсной документации конкурсная комиссия осуществляет оценку и сопоставление вторых закрытых частей заявок участников на закрытом заседании в целях выявления лучших условий исполнения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в соответствии с критериями, указанными в настоящей конкурсной документации.

Пунктом 9.3 конкурсной документации установлено, что для оценки заявок участников конкурса в конкурсной документации устанавливаются следующие критерии:

1) стоимостной критерий оценки:

- ценовое предложение (годовой размер платы по договору);

2) нестоимостной критерий оценки:

- квалификация участника конкурса, в том числе по показателям:

- продолжительность практического опыта работы в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций;

- иные сведения участника конкурса о его квалификации (грамоты, благодарности, успешный опыт исполнения муниципальных/государственных контрактов и т.д.);

- проект рекламной конструкции;

- предложения участника по размещению социальной рекламы в общегодовом объеме распространяемой рекламы в год, в процентах.

Раздел 9 конкурсной документации содержит следующий порядок оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе:

Рейтинг представляет собой оценку в баллах, получаемую по результатам оценки в соответствии с критериями.

Значимость критериев определяется в процентах. При этом при расчете рейтингов применяются коэффициент значимости, равный значению соответствующего критерия в процентах, деленному на 100.

Сумма значимости критериев оценки заявок, установленных в конкурсной документации, составляет 100 процентов, в том числе:

- ценовое предложение участника - 40% (коэффициент значимости 0,4);
- квалификация участника – 10% (коэффициент значимости 0,1);
- проект рекламной конструкции- 30 % (коэффициент значимости 0,3);
- предложения по объему размещения социальной рекламы - 20% (коэффициент значимости 0,2).

Для оценки конкурсных предложений участников осуществляется расчет итогового рейтинга по каждой заявке. Итоговый рейтинг определяется расчетным путем в баллах, сумма максимальных значений которых не может превышать 100 (сто) баллов, по формуле:  **$P_{\text{итог}} = P_1 + P_2 + P_3 + P_4$** , где

$P_{\text{итог}}$ - итоговый рейтинг критериев оценки предложений участника конкурса, в баллах;

$P_1$ - рейтинг ценового предложения участника конкурса, в баллах;

$P_2$ - рейтинг квалификации участника конкурса, в баллах;

$P_3$ - рейтинг проекта рекламной конструкции, в баллах;

$P_4$ - рейтинг предложения участника конкурса по годовому объему размещения социальной рекламы, в баллах.

Установлено, что наибольший коэффициент значимости в оценке заявки имеет ценовое предложение (40%), следующую по значимости часть рейтинга участника – 30% – составляет оценка по критерию «Проект рекламной конструкции». При этом максимальный балл по критерию «Проект рекламной конструкции» составляет 100 баллов, общая сумма баллов по данному критерию рассчитывается как

среднее арифметическое оценок всех рекламных мест в баллах, присвоенных каждым членом конкурсной комиссии по данному критерию. Член Комиссии определяет преимущество предложения по архитектурно-художественному оформлению места размещения рекламной конструкции и возможность практического применения предлагаемых вариантов благоустройства территории для каждой рекламной конструкции.

Также по показателю «Иные сведения участника конкурса о его квалификации (грамоты, благодарности, успешный опыт исполнения муниципальных/государственных контрактов и т.д.)» количество баллов, присуждаемое конкурсной комиссией, определяется как среднее арифметическое значение баллов. Согласно конкурсной документации, указанное значение определяется исходя из оценки предложений участника конкурса каждым присутствующим членом конкурсной комиссии по 70-балльной шкале путем вычисления среднего арифметического значения баллов.

Коэффициент значимости критерия «Квалификация участника», состоящего из показателей «Продолжительность практического опыта работы в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций» и «Иные сведения участника конкурса о его квалификации (грамоты, благодарности, успешный опыт исполнения муниципальных/государственных контрактов и т.д.)» в общей оценке заявки участника – 10%. При этом оценка по показателю «Иные сведения участника конкурса о его квалификации (грамоты, благодарности, успешный опыт исполнения муниципальных/государственных контрактов и т.д.)» составляет 70% в общей сумме баллов по указанному критерию.

Таким образом, 37% значимости (30% по показателю «Проект рекламной конструкции» и 7% от критерия «Квалификация участника») в общей оценке заявки участника зависит от субъективной оценки каждого члена комиссии Организатора торгов. При этом конкурсной документацией не установлен однозначный порядок оценки, шкала оценки, которой руководствуются члены комиссии.

При этом показатель «Продолжительность практического опыта работы в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций» критерия «Квалификация участника» содержит установленную шкалу оценки, а второй показатель критерия «Квалификация участника» – показатель «Иные сведения участника конкурса о его квалификации

(грамоты, благодарности, успешный опыт исполнения муниципальных/государственных контрактов и т.д.)», предложение по которому состоит из грамот, благодарностей и т.д., субъективно оцениваемых каждым членом комиссии Организатора торгов, не содержит шкалу оценки. При этом оценка по критерию «Квалификация участника» формируется из суммы оценки по указанным показателям в пропорции 30/70, где 30 баллов из возможных 100 возможно получить по показателю «Продолжительность практического опыта работы в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций», 70 баллов – по показателю «Иные сведения участника конкурса о его квалификации (грамоты, благодарности, успешный опыт исполнения муниципальных/государственных контрактов и т.д.)». Таким образом, 70% в оценке по критерию «Квалификация участника» составляет оценка, посчитанная как среднее арифметическое из оценок каждого члена комиссии Организатора торгов, начисляемых без установленной шкалы оценки.

Таким образом, установленный Организатором торгов порядок оценки заявок на участие в конкурсе содержит пробелы в виде отсутствия какой-либо объективной шкалы оценок по части показателей, что не позволяет однозначно определить основания выставления того или иного количества баллов, а также влечет необоснованно диспропорциональное распределение баллов.

В силу п. 4 ст. 447 Гражданского кодекса Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (далее – ГК РФ) торги (в том числе электронные) проводятся в форме аукциона, конкурса или в иной форме, предусмотренной законом.

Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу - лицо, которое по заключению конкурсной комиссии, заранее назначенной организатором торгов, предложило лучшие условия.

Следовательно, в нарушение указанного требования ГК РФ порядок оценки заявок на участие в конкурсе, установленный Организатором торгов в конкурсной документации, не позволяет выявить лучшие условия исполнения договора и однозначно сопоставить предложения участников конкурса.

При этом договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по лотам № 1, 3, 4, 5, 6, 8 заключены Организатором торгов с победителями торгов 22.09.2022, т.е. до получения

Организатором торгов уведомления о поступлении жалобы ООО «Гриф», в связи с чем устранение выявленных нарушений путем выдачи предписания не представилось возможным.

Согласно ч. 1 ст. 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 соответствии с п. 7 ст. 4 Закона о защите конкуренции 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.

В силу п. 8 ст. 4 Закона о защите конкуренции дискриминационные условия – условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами.

Согласно п. 17 ст. 4 Закона о защите конкуренции 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, отказ хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке, определение общих условий обращения товара на товарном рынке соглашением между хозяйствующими субъектами или в соответствии с обязательными для исполнения ими указаниями иного лица либо в результате согласования хозяйствующими субъектами, не входящими в одну группу лиц, своих действий на товарном рынке, иные обстоятельства, создающие возможность для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке, а также установление органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями, участвующими в предоставлении государственных или

муниципальных услуг, при участии в предоставлении таких услуг требований к товарам или к хозяйствующим субъектам, не предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Таким образом, в действиях Администрации имеются признаки нарушения ч. 1 ст. 17 Закона о защите конкуренции, выразившегося в недопущении, ограничении или устранении конкуренции, в связи с тем, что Организатор торгов в конкурсной документации установлен порядок оценки заявок на участие в конкурсе, который не позволяет выявить лучшие условия исполнения договора и однозначно сопоставить предложения участников конкурса.

Приказом от 21.11.2022 № 203/22 возбуждено дело № 047/01/17-3336/2022 в отношении Администрации по признакам нарушения части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции.

Руководствуясь частью 13 статьи 44 Закона о защите конкуренции,

#### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Назначить дело № 047/01/17-3336/2022 к рассмотрению **на 17.01.2023 в 10 часов 30 минут.**

Во исполнение Указа Президента Российской Федерации от 02.04.2020 № 239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19)», в целях предотвращения распространения коронавирусной инфекции, Ленинградское УФАС России обеспечивает реализацию прав на участие в рассмотрении дела о нарушении антимонопольного законодательства **исключительно в дистанционном режиме, без очного участия представителей лиц, участвующих в деле.**

Принять дистанционное участие в рассмотрении дела возможно посредством интернет-видеоконференции (далее – ВКС).

Для подключения к конференции заседания комиссии Ленинградского УФАС России с компьютера/ноутбука Вам

необходимо выполнить следующие действия:

1) Перейдите по ссылке:

**<https://fas3.tconf.rt.ru/c/5455495502>**

Напоминаем, что конференция будет доступна для входа в неё только с момента заданного времени заседания.

2) Инструкция для участников ВКС размещена по ссылке: [https://fas.gov.ru/in\\_ca.pdf](https://fas.gov.ru/in_ca.pdf).

Полномочия представителей должны быть надлежащим образом подтверждены в соответствии с гражданским законодательством.

**Напоминаем** о необходимости заранее предоставить на адрес электронной почты документы, подтверждающие полномочия Вашего представителя.

Явка лиц, участвующих в рассмотрении дела № 047/01/17-3336/2022, обязательна.

2. Администрации представить в срок **до 16.01.2023** на адреса электронной почты: с одновременным досылком Почтой России или представлением нарочно по адресу: 191124, г. Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 3, правовую позицию по обстоятельствам, рассматриваемым Комиссией Ленинградского УФАС России. Все запрашиваемые документы должны быть заверены надлежащим образом.