

Решение № 05-04.1/41-16

о признании жалобы обоснованной

05.05.2016

г. Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) по рассмотрению жалоб на нарушение процедуры торгов и порядка заключения договоров (далее – Комиссия) в составе:

«<...>» – руководителя управления, председателя Комиссии;

«<...>» – начальника отдела контроля органов власти, заместителя председателя Комиссии;

«<...>» – ведущего специалиста-эксперта отдела контроля органов власти, члена Комиссии;

«<...>» – специалиста-эксперта отдела контроля органов власти, члена Комиссии,

рассмотрев в порядке, предусмотренном статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), жалобу общества с ограниченной ответственностью «ДиалогАвиаТрэвел» (далее – Заявитель, ООО «ДиалогАвиаТрэвел») на действия Департамента имущественных отношений Администрации города Омска (далее – Департамент, Организатор торгов) по проведению аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (распоряжение Департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 23.03.2016 № 562) (далее – аукцион),

при участии представителей ООО «ДиалогАвиаТрэвел»:

«<...>» (приказ от 01.05.2015 № 00000000002, личность удостоверена паспортом),

«<...>» (доверенность от 04.05.2016 без номера, личность удостоверена паспортом);

при участии представителей Департамента:

«<...>» – главного специалиста судебно-правового отдела правового управления Департамента (доверенность от 05.05.2016 № Исх-ДИО/6241, личность удостоверена паспортом),

«<...>» – консультанта управления арендных отношений Департамента (доверенность от 05.05.2016 № Исх-ДИО/6239, удостоверение № 0122/16

действительно до 11.07.2017),

«<...>» – главного специалиста управления договорных отношений Департамента (в качестве слушателя, удостоверение № 0128/16 действительно до 11.07.2017);

в присутствии представителей заинтересованных лиц:

закрытого акционерного общества «Компания СТА» – «<...>» (доверенность от 05.05.2016 без номера, личность удостоверена паспортом),

общества с ограниченной ответственностью «Компаньон-РА» – «<...>» (доверенность от 11.04.2016 № 1, личность удостоверена паспортом),

общества с ограниченной ответственностью «Рекламное агентство Медиа-Холдинг «Слово» – «<...>» (доверенность от 27.04.2016 без номера, личность удостоверена паспортом),

УСТАНОВИЛА:

1. В Омское УФАС России поступила жалоба Заявителя (вх. от 22.04.2016 № 2965), который полагает, что аукционная документация разработана с нарушением требований действующего законодательства.

В обоснование своей позиции Заявитель указывает следующее.

1.1. В соответствии с пунктом 2.3 проекта договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции Рекламораспространитель обязан вносить плату по договору с момента заключения договора.

Пунктом 43 Порядка проведения аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, размещения рекламы на транспортном средстве, находящемся в муниципальной собственности города Омска, утвержденного постановлением Администрации города Омска от 01.10.2014 № 1309-п (далее – Порядок проведения аукциона), установлено, что победитель аукциона вправе приступить к установке рекламной конструкции только после оформления в установленном порядке разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Между тем, по смыслу статьи 614 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) Рекламораспространитель не обязан оплачивать аренду за период, в течение которого установка и эксплуатация рекламной конструкции была невозможна в силу обстоятельств, независящих от него.

Таким образом, внесение платы по договору с момента заключения договора до выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, противоречит положениям статьи 614 ГК РФ.

1.2. Согласно пункту 13 Порядка проведения аукциона в любое время до истечения срока представления заявок на участие в аукционе организатор аукциона вправе изменить аукционную документацию. Изменения публикуются в газете «Третья столица» и в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска не менее чем за 3 дня до начала проведения аукциона и имеют для претендентов обязательную силу.

По мнению Заявителя, установление столько коротких сроков внесения изменений в аукционную документацию, приводит к ущемлению прав участников аукциона, не осведомленных заранее о деталях планируемых изменений.

Например, в случае, если изменения аукционной документации опубликованы Организатором торгов в пятницу, а последний день приема заявок – понедельник, то формально Организатором торгов срок публикации за 3 календарных дня был соблюден.

Однако участник, который уже подал заявку на участие в торгах (условия которого впоследствии были изменены) и оплатил задаток, не сможет внести изменения в оплаченную сумму задатка, поскольку срок исполнения платежного поручения банком составляет до трех дней.

Таким образом, участник не будет допущен к участию в аукционе по причине непоступления задатка на счет Организатора торгов на дату окончания приема заявок.

В то же время участник аукциона по ходатайству которого были внесены изменения в аукционную документацию, будет иметь преимущественное положение в сравнении с другими участниками аукциона, поскольку он заблаговременно осведомлен о предстоящих изменениях и готов к оплате измененной суммы задатка, а также обладает итогами экономического анализа нового состава лотов, необходимого для принятия решения о целесообразности участия в торгах.

Пунктом 2 части 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, в том числе: создание участнику торгов или нескольким участникам торгов преимущественных условий участия в торгах, в том числе путем доступа к информации, если иное не установлено федеральным законом.

Кроме того, Организатор аукциона вправе внести изменения в документацию до окончания срока представления заявок на участие – в оспариваемых торгах 25.04.2016.

Однако опубликовать сведения о внесенных изменениях Организатор аукциона вправе до начала проведения аукциона – в оспариваемых торгах 10.05.2016.

Таким образом, участники аукциона не будут извещены о внесенных изменениях до даты проведения аукциона, что является явным ущемлением прав участника аукциона и ограничивает свободную конкуренцию между участниками аукциона.

Согласно части 1 статьи 6 ГК РФ в случаях, когда отношения прямо не урегулированы законодательством или соглашением сторон и отсутствует применимый к ним обычай, к таким отношениям, если это не противоречит их

существо, применяется гражданское законодательство, регулирующие сходные отношения (аналогия закона).

В отсутствие нормативно-правового акта местного самоуправления, регулирующего порядок продления срока рассмотрения заявок в случае внесения изменений в аукционную документацию, допустимо применить аналогию Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Закон о контрактной системе).

В соответствии с частью 5 статьи 65 Закона о контрактной системе Организатор аукциона «По собственной инициативе или в соответствии с поступившим запросом о даче разъяснений положений документации об электронном аукционе вправе принять решение о внесении изменений в документацию о таком аукционе не позднее чем за два дня до даты окончания срока подачи заявок на участие в таком аукционе. Изменение объекта закупки и увеличение размера обеспечения данных заявок не допускаются в течение одного дня с даты принятия указанного решения изменения, внесенные в документацию о таком аукционе, размещаются заказчиком в единой информационной системе. При этом срок подачи заявок на участие в таком аукционе должен быть продлен так, чтобы с даты размещения изменений до даты окончания срока подачи заявок на участие в таком аукционе этот срок составлял не менее чем пятнадцать дней или, если начальная (максимальная) цена контракта (цена лота) не превышает три миллиона рублей, не менее чем семь дней».

Таким образом, по мнению Заявителя, внесение изменений в аукционную документацию без соответствующего продления срока принятия заявок на участие в аукционе и при условии публикации указанных изменений после окончания срока принятия заявок на участие в аукционе являются нарушением Закона о защите конкуренции.

Заявитель также указывает, что 21.04.2016 в газете «Третья Столица» (выпуск № 17 (935)) Организатором торгов опубликованы изменения аукционной документации. Между тем, публикация в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска отсутствует. По мнению Заявителя, основанием для внесения изменений в аукционную документацию послужили обращения действующих участников рынка наружной рекламы города.

1.3. В соответствии с пунктом 4 Порядка формирования лотов и расчета размера начальной (минимальной) цены лота торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, договора на размещение рекламы на транспортном средстве, находящемся в муниципальной собственности города Омска, утвержденного постановлением Администрации города Омска от 17.03.2016 № 308-п (далее – Порядок формирования лотов), объединение в один лот нескольких рекламных конструкций, расположенных в местах, соответствующих утвержденной схеме размещения рекламных конструкций на территории города Омска, должно соответствовать требованиям настоящего Порядка и не ограничивать конкуренцию по доступу на рынок услуг по распространению рекламы.

Согласно пункту 6 Порядка формирования лотов допускается 4 категории формирования лотов.

Критерии формирования лотов по категориям представлены в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Категория лота	Общая площадь лота
1.	I категория	до 250 кв.м (одно рекламное место)
2.	II категория	от 250 кв.м (включительно) до 2 000 кв.м
3.	III категория	от 2 000 кв.м (включительно) до 5 000 кв.м
4.	IV категория	от 5 000 кв.м (включительно) до 10 000 кв.м

При определении количества лотов общая площадь лотов одной категории не должна превышать значений, приведенных в таблице 2.

Таблица 2

№ п/п	Категория лота	Общая площадь лотов одной категории	Объединение нескольких рекламных конструкций в рамках одного лота
1.	I категория	Не менее 10% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	
2.	II категория	Не более 15% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
3.	III категория	Не более 25% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
4.	IV категория	Не более 50% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо

В соответствии с пунктом 5 Порядка формирования лотов формирование лота обеспечивается с учетом, в том числе, общей площади всех информационных полей рекламных конструкций, включенных в состав лота (общей площади лота).

В соответствии с пунктом 3 Порядка формирования лотов при формировании лота торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Омска, на земельном

участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, учитывается общая площадь информационных полей всех рекламных конструкций, места размещения которых определены схемой размещения рекламных конструкций, тип рекламных конструкций в части технологического сходства эксплуатации рекламных конструкций.

В соответствии со стр. 63-98 «Схемы размещения рекламных конструкций», утвержденной постановлением Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п, общая площадь всех рекламных конструкций в схеме составляет 48 659,31 кв.м.

Общая площадь лотов II категории аукциона (с учетом изменений, опубликованных Организатором торгов в выпуске № 17 (935) от 21.04.2016 газеты «Третья Столица») составляет 7 591,41 кв.м., что составляет 15,6011% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме и превышает установленное ограничение для общей площади лотов II категории (не более 15% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме) на 0,6011%.

Учитывая причину внесения изменений в аукционную документацию, выраженную в удовлетворении официальных обращений действующих участников рынка наружной рекламы города, Организатором торгов нарушены требования пунктов 5, 6 Порядка формирования лотов.

1.4. Согласно аукционной документации (в редакции распоряжения Департамента от 20.04.2016 № 794) начальная цена:

– лота № 1 – 8 170 544,42 руб.;

– лота № 2 – 7 652 896,20 руб.;

– лота № 3 – 8 460 774,00 руб.;

– лота № 4 – 1 712 508,48 руб.;

– лота № 5 – 3 070 548,00 руб.;

– лота № 6 – 1 334 288,70 руб.;

– лота № 7 – 1 557 144,00 руб.;

– лота № 8 – 1 144 420,00 руб.

По мнению Заявителя, Организатором торгов необоснованно завышена начальная цена лота на право заключения договора на размещение и эксплуатацию рекламных конструкций. Данная начальная цена не соответствует среднерыночной стоимости размещения рекламной конструкции аналогичных технических характеристик и форматов.

Таким образом, Организатор аукциона ограничил круг потенциальных участников, которые смогут участвовать в данных торгах, в частности субъектов малого и среднего предпринимательства.

На основании вышеизложенного, Заявитель просит признать жалобу ООО «ДиалогАвиаТрэвел» обоснованной, а также отменить аукцион на право

заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

К жалобе Заявителя приложена копия извещения о проведении аукциона.

На заседании Комиссии 05.05.2016 представитель Заявителя поддержал доводы, изложенные в жалобе ООО «ДиалогАвиаТрэвел» (вх. Омского УФАС России от 22.04.2016 № 2965).

2. На основании запроса Омского УФАС России (исх. от 26.04.2016 № 05-2665) Департаментом представлены надлежащим образом заверенные копии:

– распоряжения Департамента «О проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции» от 23.03.2016 № 562 (с приложением);

– распоряжения Департамента «О внесении изменений в распоряжение заместителя Мэра города Омска, директора департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 23.03.2016 № 562» от 20.04.2016 № 794 (с приложением);

– распоряжения Департамента «О внесении изменений в распоряжение заместителя Мэра города Омска, директора департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 20.04.2016 № 794» от 25.04.2016 № 837;

– журнала регистрации заявок;

– заявок участников аукциона (на 17 листах);

– публикаций в газете «Третья столица».

На заседании Комиссии 05.05.2016 представитель Ответчика с доводами жалобы Заявителя не согласился, высказался согласно возражениям Департамента на жалобу ООО «ДиалогАвиаТрэвел» (вх. Омского УФАС России от 29.04.2016 № 3182), отметив следующее.

2.1. Пунктом 2.3 проекта договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции установлено, что плата по настоящему договору осуществляется рекламораспространителем в размере и порядке, установленном настоящим договором, с момента заключения настоящего договора.

Согласно части 2 статьи 307 ГК РФ обязательства возникают из договора.

В силу части 1 статьи 432 ГК РФ договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Таким образом, с момента подписания договора, у сторон в равной степени

возникают обязательства по исполнению его условий.

В соответствии с частью 1 статьи 420 ГК РФ договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

Победитель аукциона не лишен возможности передать разногласия, возникшие при заключении договора, на рассмотрение суда.

Ссылка Заявителя на статью 614 ГК РФ, как указывает представитель Ответчика, несостоятельна, поскольку положения данной статьи регулируют отношения, вытекающие из договора аренды.

Заключаемые в рамках рассматриваемого аукциона договоры по своей правовой природе арендой не являются.

Таким образом, по мнению представителя Ответчика, довод Заявителя о противоречии проекта договора, аукционной документации положениям гражданского законодательства не находит своего подтверждения.

2.2. Пунктом 13 Порядка проведения аукциона установлено право организатора торгов в любое время до истечения срока представления заявок на участие в аукционе на изменение аукционной документации.

Изменения должны быть опубликованы в газете «Третья столица» и в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска не менее чем за 3 дня до начала проведения аукциона и имеют для претендентов обязательную силу.

Довод жалобы об ущемлении прав участников аукциона порядком внесения изменений в аукционную документацию основан лишь на предположениях самого подателя жалобы и никак фактически не подтвержден. Между тем, само Общество, заявку на участие в предстоящем аукционе не подавало.

Все условия, предъявляемые к порядку изменения аукционной документации, Департаментом выполнены. Процедура изменения аукционной документации соблюдена. Доводов, свидетельствующих об обратном, ООО «ДиалогАвиаТрэвел» не представлено.

Порядок внесения изменений в аукционную документацию определен нормативным актом Администрации города Омска, а именно постановлением от 01.10.2014 № 1309-п. Заявитель не лишен права на обжалование указанного постановления в порядке, установленном для обжалования нормативных актов.

2.3. Согласно пункту 6 Порядка формирования лотов допускается 4 категории формирования лотов.

Критерии формирования лотов по категориям представлены в таблице 1.

Таблица 1

№

п/п	Категория лота	Общая площадь лота
1.	I категория	до 250 кв.м (одно рекламное место)
2.	II категория	от 250 кв.м (включительно) до 2 000 кв.м
3.	III категория	от 2 000 кв.м (включительно) до 5 000 кв.м
4.	IV категория	от 5 000 кв.м (включительно) до 10 000 кв.м

При определении количества лотов общая площадь лотов одной категории не должна превышать значений, приведенных в таблице 2.

Таблица 2

№ п/п	Категория лота	Общая площадь лотов одной категории	Объединение нескольких рекламных конструкций в рамках одного лота
1.	I категория	Не менее 10% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	—
2.	II категория	Не более 15% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
3.	III категория	Не более 25% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
4.	IV категория	Не более 50% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо

Исходя из представленных нормативов, расчет можно произвести следующим образом:

Как указывает Заявитель, общая площадь всех рекламных конструкций согласно Схеме размещения рекламных конструкций, утвержденной постановлением Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п (далее – Схема), составляет 48 659,31 кв.м.

Общая площадь лотов II категории на торгах составляет 5 938,47 кв.м. (1427,46+1348,26+1480,2+313,92+558,00+252,63+288,00+270,00=5 938,47), что составляет 12,205% от общей площади всех рекламных конструкций Схемы (5 938,47*100/48 659,31 = 12,205%).

Таким образом, при формировании лотов Департаментом не допущено превышение значения, установленного Порядком формирования лотов (ограничение для общей площади лотов II категории – не более 15% от общей площади всех рекламных конструкций в Схеме).

2.4. Порядок расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию

рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, и на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, определен Решением Омского городского Совета от 28.01.2009 № 213 (далее – Решение от 28.01.2009 № 213).

Расчет размера платы по договору производится по формуле, приведенной в статье 3 указанного Решения.

В соответствии с пунктом 6 Порядка проведения аукциона организатор аукциона, в том числе: устанавливает перечень лотов, выставляемых на аукцион, и определяет начальную цену предмета аукциона (в размере трехкратной величины платы в год - по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в размере трехкратной величины платы в месяц - по договору на право размещения рекламы на транспортном средстве).

Таким образом, порядок определения начальной цены предмета аукциона установлен законодательно.

Департаментом в соответствии с вышеприведенными нормативными актами произведен расчет и определена начальная цена каждого лота аукциона.

Доказательств, указывающих на неправильность произведенного департаментом расчета, подателем жалобы также не представлено.

Таким образом, по мнению представителя Ответчика, доводы жалобы являются несостоятельными, в связи с чем, жалоба не может быть признана обоснованной.

3. Из представленных материалов и информации, размещенной на официальном сайте Администрации города Омска www.adtomsk.ru (далее – официальный сайт) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», Комиссией установлено, что на официальном сайте Департамент разместил извещение о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (распоряжение Департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 23.03.2016 № 562) (публикация в газете «Третья столица» № 17 (935) от 21.04.2016).

Согласно аукционной документации прием заявок на участие в аукционе осуществлялся Организатором торгов ежедневно с 9 часов 00 минут до 17 часов 00 минут, пятница до 16 часов 30 минут, кроме субботы, воскресенья и праздничных дней с 25.03.2016 по 25.04.2016, по адресу: 644043, г. Омск, ул. Краснофлотская, д. 8, каб. 503 (Департамент имущественных отношений).

Дата определения участников конкурса – 04.05.2016.

Дата проведения аукциона – 10.05.2016.

Дата подведения итогов аукциона – 10.05.2016.

Согласно журналу регистрации заявок на участие в аукционе подано 5 заявок: «<...>», «<...>», «<...>», «<...>», «<...>».

4 .Рассмотрев жалобу Заявителя, представленные Ответчиком документы, заслушав доводы представителей сторон, Комиссия признала жалобу обоснованной в части, исходя из следующего.

В соответствии с частью 1 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган рассматривает жалобы на действия (бездействие) юридического лица, организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной комиссии или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов либо в случае, если торги, проведение которых является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации, признаны несостоявшимися, а также при организации и проведении закупок в соответствии с Федеральным законом от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», за исключением жалоб, рассмотрение которых предусмотрено законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Согласно части 5.1 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 статьи 19 Закона о рекламе 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.

Постановлением Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п утверждена схема размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Омской области или муниципальной собственности города Омска, в границах муниципального образования городской округ город Омск.

В соответствии с частью 2 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции действия

(бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии могут быть обжалованы в антимонопольный орган лицами, подавшими заявки на участие в торгах, а в случае, если такое обжалование связано с нарушением установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах, также иным лицом (заявителем), права или законные интересы которого могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов.

В рассматриваемом случае ООО «ДиалогАвиаТрэвел» не является лицом, подавшим заявку на участие в торгах, однако его жалоба на действия Организатора торгов содержит в том числе, доводы о нарушении установленного пунктом 13 постановления Администрации города Омска от 01.10.2014 № 1309-п порядка размещения информации о проведении торгов, выразившегося в отсутствии публикации в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска, в связи с чем подлежит рассмотрению в порядке, предусмотренном статьей 18.1 Закона о защите конкуренции.

4.1. Порядок выдачи разрешения на установку рекламной конструкции установлен административным регламентом предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку рекламных конструкций на территории города Омска, аннулирование таких разрешений», утвержденным постановлением Администрации города Омска от 28.03.2012 № 462-п.

Пунктом 43 Порядка проведения аукциона установлено, что победитель аукциона вправе приступить к установке рекламной конструкции, нанесению рекламного изображения на транспортное средство только после заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, договора на размещение рекламы на транспортном средстве, оформления в установленном порядке разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, получения согласованного в установленном порядке эскиза рекламного изображения, размещаемого на транспортном средстве.

Согласно пункту 2.3 проекта договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции плата по договору осуществляется Рекламораспространителем в размере и порядке, установленном настоящим договором, с момента заключения настоящего договора.

При этом аукционная документация, пункт 3.1 проекта договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции содержат информацию о том, что Рекламораспространитель вправе после получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, установить и эксплуатировать рекламную конструкцию в течение срока действия настоящего договора.

Таким образом, из анализа положений пункта 43 Порядка проведения аукциона и пунктов 2.3. и 3.1 проекта договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции следует, что у победителя аукциона (Рекламораспространителя) с момента заключения указанного договора возникает обязанность производить оплату по договору, при этом право установки и эксплуатации рекламной конструкции, возникнет у него только после оформления в установленном порядке разрешения.

Вместе с тем, Комиссией при рассмотрении дела установлено, что на момент проведения аукциона из 193 мест размещения рекламных конструкций, входящих в состав лотов аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, 107 мест занято ранее установленными рекламными конструкциями. В перечне Мест установки рекламной конструкции в аукционной документации имеют отметку «Ограничение по использованию права*** - ограничение по использованию права на срок до двух месяцев: установлена рекламная конструкция».

Согласно пункту 5.6 статьи 19 Закона о рекламе аукцион или конкурс на заключение 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.

На момент рассмотрения жалобы Комиссии не представлена документально подтвержденная информация о времени демонтажа рекламных конструкций, установленных на 107 местах, включенных в предмет аукциона. Данная информация в аукционной документации также не содержится.

Согласно части 9 статьи 19 Закона 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.

В силу части 14 статьи 19 Закона о рекламе решение в письменной форме о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче должно быть направлено органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов.

Таким образом, установлено, что на часть мест установки рекламных конструкций (предмет аукциона) введено ограничение, которое должно быть снято в течение двух месяцев, в противном случае победитель аукциона не сможет в установленном законе порядке оформить разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

При таких обстоятельствах, Комиссия считает, что условие проекта договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, касающееся внесения платы по договору с момента заключения договора, является неправомерным, противоречащим части 9, 14 статьи 19 Закона о рекламе, поскольку

Рекламораспространитель будет обязан вносить плату по договору с момента его заключения до даты выдачи разрешения, при этом, фактически не используя в этот период место, предоставленное ему под установку рекламной конструкции.

4.2. Согласно пункту 13 Порядка проведения аукциона в любое время до истечения срока представления заявок на участие в аукционе организатор аукциона вправе изменить аукционную документацию. Изменения публикуются в газете «Третья столица» и в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска не менее чем за 3 дня до начала проведения аукциона и имеют для претендентов обязательную силу.

Комиссией установлено, что распоряжением Департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 20.04.2016 № 794 и распоряжением Департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 25.04.2016 № 837 внесены изменения аукционную документацию.

Согласно аукционной документации прием заявок на участие в аукционе осуществлялся Организатором торгов с 25.03.2016 по 25.04.2016.

То есть, согласно пункту 13 Порядка проведения аукциона у Департамента было право до 25.04.2016 г. вносить изменения в аукционную документацию.

Проанализировав представленные Департаментом документы, а также информацию, размещенную в сети «Интернет» на официальном сайте Администрации города Омска, нарушений *установленного нормативными правовыми актами* порядка размещения информации о проведении аукциона Комиссией не установлено.

Таким образом, довод Заявителя о том, что Организатор торгов не обеспечил публикацию изменений аукционной документации в сети «Интернет», на официальном сайте Администрации города Омска не находит своего подтверждения.

Кроме того, на заседании 05.05.2016 представитель Департамента пояснил, что никаких письменных обращений о внесении изменений в аукционную документацию от действующих участников рынка наружной рекламы не поступало.

Доказательств, свидетельствующих о внесении изменений в аукционную документацию на основании обращений и в интересах действующих участников рынка наружной рекламы Комиссии не представлено.

По мнению Комиссии, решение о предоставлении государственной или муниципальной собственности для размещения на ней рекламных конструкций относится к компетенции собственника данного имущества. Срок или какая-либо периодичность для проведения таких торгов законодательством не установлены.

Не может быть поддержан и довод Заявителя о нарушении статьи 17 Закона о защите конкуренции (в части порядка внесения изменений в аукционную документацию), поскольку порядок внесения изменений в аукционную документацию определен нормативным актом Администрации города Омска. В установленном для обжалования нормативных актов порядке обжалован не был. Порядок размещения информации соблюден.

4.3. В соответствии с пунктом 3 Порядка формирования лотов при формировании лота торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, учитывается общая площадь информационных полей всех рекламных конструкций, места размещения которых определены схемой размещения рекламных конструкций, тип рекламных конструкций в части технологического сходства эксплуатации рекламных конструкций.

В силу пункта 5 Порядка формирования лотов формирование лота обеспечивается с учетом:

- общей площади всех информационных полей рекламных конструкций, включенных в состав лота (далее - общая площадь лота);
- типов рекламных конструкций, включенных в состав лота;
- возможности объединения нескольких рекламных конструкций в рамках одного лота.

Пунктом 6 Порядка формирования лотов допускается 4 категории формирования лотов.

Критерии формирования лотов по категориям представлены в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Категория лота	Общая площадь лота
1.	I категория	до 250 кв.м (одно рекламное место)
2.	II категория	от 250 кв.м (включительно) до 2 000 кв.м
3.	III категория	от 2 000 кв.м (включительно) до 5 000 кв.м
4.	IV категория	от 5 000 кв.м (включительно) до 10 000 кв.м

При определении количества лотов общая площадь лотов одной категории не должна превышать значений, приведенных в таблице 2.

Таблица 2

№ п/п	Категория лота	Общая площадь лотов одной категории	Объединение нескольких рекламных конструкций в рамках одного лота
1.	I категория	Не менее 10% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	—
	III	Не более 15% от общей площади всех	

2.	II категория	Не более 10% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
3.	III категория	Не более 25% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо
4.	IV категория	Не более 50% от общей площади всех рекламных конструкций в схеме	Допустимо

Согласно аукционной документации (в редакции распоряжения Департамента от 25.04.2016 № 837) общая площадь рекламных конструкций составляет:

- по лоту № 1 – 1427,46;
- по лоту № 2 – 1348,26;
- по лоту № 3 – 1480,20;
- по лоту № 4 – 313,92;
- по лоту № 5 – 558,00;
- по лоту № 6 – 252,63;
- по лоту № 7 – 288,00;
- по лоту № 8 – 270,00.

Исходя из представленных нормативов, расчет можно произвести следующим образом.

Общая площадь всех рекламных конструкций согласно Схеме размещения рекламных конструкций, утвержденной постановлением Администрации города Омска от 11.02.2016 № 182-п, составляет 48 659,31 кв.м.

Общая площадь лотов II категории на аукционе составляет 5 938,47 кв.м. ($1427,46+1348,26+1480,2+313,92+558,00+252,63+288,00+270,00=5\ 938,47$), что составляет 12,205% от общей площади всех рекламных конструкций Схемы ($5\ 938,47*100/48\ 659,31 = 12,205\%$).

Таким образом, довод Заявителя о нарушении пунктов 5, 6 Порядка формирования лотов не находит своего подтверждения.

4.4. В соответствии с пунктом 6 Порядка проведения аукциона организатор аукциона, в том числе:

- устанавливает перечень лотов, выставляемых на аукцион, и определяет начальную цену предмета аукциона.

Согласно пункту 10 Порядка проведения аукциона расчет размера начальной цены производится по формуле:

$T = C_6 \times ((S1_{инф} \times K1) + (S2_{инф} \times K1) + (S3_{инф} \times K1)) \times K2$, где:

T – размер начальной цены лота (в рублях);

C_6 – базовая ставка одного квадратного метра информационного поля (в рублях).
Значение базовой ставки определяется как 36-кратное значение базовой ставки, установленной Решением от 28.01.2009 № 213;

$S1_{инф}$ – общая площадь всех информационных полей рекламных конструкций, включенных в состав лота и планируемых к размещению в границах зоны 1 в соответствии с делением территории города Омска на зоны размещения средств наружной рекламы, утверждаемые правовым актом Администрации города Омска (в квадратных метрах);

$S2_{инф}$ – общая площадь всех информационных полей рекламных конструкций, включенных в состав лота и планируемых к размещению в границах зоны 2 в соответствии с делением территории города Омска на зоны размещения средств наружной рекламы, утверждаемые правовым актом Администрации города Омска (в квадратных метрах);

$S3_{инф}$ – общая площадь всех информационных полей рекламных конструкций, включенных в состав лота и планируемых к размещению в границах зоны 3 в соответствии с делением территории города Омска на зоны размещения средств наружной рекламы, утверждаемые правовым актом Администрации города Омска (в квадратных метрах);

K1 – коэффициент, учитывающий место размещения рекламных конструкций, включенных в состав лота, значение которого определяется в соответствии с делением территории города Омска на зоны размещения средств наружной рекламы, утверждаемые правовым актом Администрации города Омска, и таблицей 2 статьи 6 Решения от 28.01.2009 № 213;

K2 – коэффициент-дефлятор, учитывающий изменение потребительских цен на товары (работы, услуги), установленный в соответствии с Решением от 28.01.2009 № 213.

Согласно аукционной документации (в редакции распоряжения Департамента от 25.04.2016 № 837) начальная цена:

– лота № 1 – 8 170 544,52 руб.;

– лота № 2 – 7 652 896,20 руб.;

– лота № 3 – 8 460 774,00 руб.;

– лота № 4 – 1 712 508,48 руб.;

– лота № 5 – 3 070 548,00 руб.;

– лота № 6 – 1 334 288,70 руб.;

– лота № 7 – 1 557 144,00 руб.;

– лота № 8 – 1 144 420,00 руб.

По мнению Комиссии, установленная в аукционной документации начальная цена лотов является допустимой. Закон о рекламе не содержит указания на какую-либо стартовую цену для участия в торгах на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Соответственно, организатор торгов вправе установить стартовую цену торгов по своему усмотрению.

В рассматриваемом случае расчет размера начальной цены лота определен Порядком проведения аукциона.

Как пояснил представитель Департамента, в соответствии с вышеуказанными нормативными актами (Порядок проведения аукциона, Решение от 28.01.2009 № 213) произведен расчет и определена начальная цена каждого лота аукциона.

Доказательств, указывающих на неправильность произведенного Департаментом расчета, доказательств, свидетельствующих об ограничении доступа к торгам отдельных субъектов рекламного рынка, ООО «ДиалогАвиаТрэвел» не представлено.

Принимая во внимание изложенное, руководствуясь частью 20 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать жалобу общества с ограниченной ответственностью «ДиалогАвиаТрэвел» на действия Департамента имущественных отношений Администрации города Омска по проведению аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (распоряжение Департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 23.03.2016 № 562), обоснованной в части.

2. Выдать предписание Департаменту имущественных отношений Администрации города Омска об аннулировании аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, путем отмены распоряжения Департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 23.03.2016 № 562 «О проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции».

Согласно части 23 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции настоящее решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня его принятия.

Председатель Комиссии

«<...>»

Члены Комиссии

«<...>»

Предписание № 05-04.1/41-16

об устранении нарушений антимонопольного законодательства

05.05.2016

г. Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) по рассмотрению жалоб на нарушение процедуры торгов и порядка заключения договоров (далее – Комиссия) в составе:

«<...>» – руководителя управления, председателя Комиссии;

«<...>» – начальника отдела контроля органов власти, заместителя председателя Комиссии;

«<...>» – ведущего специалиста-эксперта отдела контроля органов власти, члена Комиссии;

«<...>» – специалиста-эксперта отдела контроля органов власти, члена Комиссии,

рассмотрев в порядке, предусмотренном статьей 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), жалобу общества с ограниченной ответственностью «ДиалогАвиаТрэвел» на действия Департамента имущественных отношений Администрации города Омска по проведению аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена (распоряжение Департамента имущественных отношений Администрации города Омска от

23.03.2016 № 562),

на основании своего Решения от 05.05.2016 № 05-04.1/41-16, руководствуясь частью 20 статьи 18.1, пунктом 3.1 части 1 статьи 23 Закона о защите конкуренции,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Департаменту имущественных отношений Администрации города Омска аннулировать аукцион на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Омска, на земельном участке, расположенном на территории города Омска, государственная собственность на который не разграничена, путем отмены распоряжения Департамента имущественных отношений Администрации города Омска от 23.03.2016 № 562 «О проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции» в течение 5 рабочих дней со дня получения настоящего предписания.

2. Департаменту имущественных отношений Администрации города Омска проинформировать Омское УФАС России об исполнении предписания в течение 3 рабочих дней со дня его исполнения в письменном виде с приложением подтверждающих документов.

Контроль исполнения предписания осуществить члену Комиссии «<...>» .

Согласно части 23 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции настоящее предписание может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня его выдачи.

Невыполнение в установленный срок законного предписания, требования органа исполнительной власти, уполномоченного на осуществление контроля в сфере размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных или муниципальных нужд, его территориального органа влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 7 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии

«<...>»

