

ООО «Русс Аутдор»

SLitovsky@russoutdoor.ru

МКУ «Городской центр
рекламы»

lgcr@lgcr.ru

РЕШЕНИЕ № 048/01/18.1-76/2022

«31» января 2022 года
Липецк

Г.

Резолютивная часть решения оглашена 26.01.2022.

Решение в полном объеме изготовлено 31.01.2022.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы России по Липецкой области по рассмотрению жалоб по процедуре, предусмотренной статьёй 18.1 Федерального закона «О защите конкуренции» (далее – Комиссия; Комиссия Липецкого УФАС России), в составе:

заместитель председателя: Б,

члены Комиссии: Д, С

при участии представителей:

- ООО «Русс Аутдор» - Су. (по доверенности), Б. (по доверенности), См. (по доверенности);

- МКУ «Городской центр рекламы» - Т (по доверенности), Г (и.о. директора),

рассмотрев жалобу ООО «Русс Аутдор» на действия МКУ «Городской центр рекламы» при размещении информации о проведении торгов, обеспечении чётких критериев отбора, а так же несоответствие конкурсной документации Порядку проведения торгов (извещение № 27 размещено на сайте [http:// lipetskcity.ru](http://lipetskcity.ru)) (далее - конкурс),

У С Т А Н О В И Л А:

В Липецкое УФАС России 13.01.2022 поступила жалоба ООО «Русс Аутдор» (далее – заявитель) на действия МКУ «Городской центр рекламы» (далее – заказчик) при размещении информации о проведении торгов, обеспечении чётких критериев отбора, а так же несоответствие конкурсной документации Порядку проведения торгов.

Жалоба подготовлена в соответствии с требованиями ст. 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) и принята к рассмотрению.

Заседание Комиссии по рассмотрению жалобы назначено на 21.01.2022. В связи с необходимостью получения от сторон дополнительных пояснений, срок рассмотрения жалобы продлен на 7 рабочих дней и заседание Комиссии назначено на 26.01.2022.

Представитель заявителя по 1 доводу жалобы указал, что извещение о проведении Конкурса не было опубликовано в «Липецкой газете» в тридцатидневный срок до проведения самого конкурса, как того требует п.2.1.3 Постановления администрации города Липецка №15 от 15.01.2021 «Об утверждении порядка проведения торгов (в форме конкурса) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании

или ином имуществе, находящемся в муниципальной собственности» и п. 2 ст. 448 ГК РФ.

Представитель заказчика не согласился с данным доводом, указав, что в июне 2021 года был проведён аукцион на публикацию решений городского Совета, постановлений администрации, иных официальных документов органов местного самоуправления во втором полугодии 2021 года. Победителем данного аукциона стал ИП Г. С ним был заключён муниципальный контракт на публикацию официальных документов в СМИ «Ведомости органов местного самоуправления». Согласно п. 5 статьи 59 Устава городского округа город Липецк, официальным опубликованием муниципального правового акта или соглашения, заключенного между органами местного самоуправления, считается первая публикация его полного текста в периодическом печатном издании, определённом в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 №44-ФЗ и распространяемом на территории города Липецка. Таким образом, по мнению представителя заказчика, п. 2.1.3 Постановления Администрации города Липецка № 15 от 15.01.2021 имеет меньшую юридическую силу, чем положение пункта 5 статьи 59 Устава городского округа город Липецк, следовательно, информация о проведении открытого конкурса должна опубликовываться в СМИ «Ведомости органов местного самоуправления».

Представитель заявителя по доводу жалобы 2.1 указал, что в пункте 16.2.3.8 содержит условие о том, что проект РК должен быть разработан на основании действующих правовых актов, ГОСТ, СП, СНиП. Вместе с тем в вышеуказанном пункте имеются ссылки на недействующие нормативные акты. Согласно разъяснениям от 10.01.2022 на запрос ООО «АПР-Сити/ТВД» пункт 16.2.3.8 должен быть изменён. Вместе с тем, в вышеуказанный пункт не были внесены изменения оформленные в виде решения организатора конкурса и не были опубликованы ни на сайте администрации ни в «Липецкой газете» на момент подачи жалобы.

Представитель заказчика указал, что после принятия жалобы к производству, в конкурсную документацию были внесены изменения (приказ от 20.01.2022), которые были опубликованы на сайте <http://lipetskcity.ru>. В пункт 16.2.3.8 были внесены изменения, исключившие из него ссылки на недействующие нормативные акты.

Представитель заявителя по доводу жалобы 2.2 указал, что пункт 16.2.3.6 содержит неопределённые критерии к проекту рекламных

конструкций и не позволяют объективно оценивать участников (сохранение эстетической ценности городской среды; определение для всех рекламных конструкций потребности в инженерном обеспечении; обеспечение оригинальности дизайнерских и инженерных решений элементов; требование действующих нормативов при разработке дизайна элементов городской среды, в том числе в части обеспечения безопасности).

Представитель заказчика указал, что согласно приказу от 20.01.2022 в конкурсную документацию были внесены изменения, исключающие оспариваемые критерии, указанные в пункте 16.2.3.6 конкурсной документации.

Представитель заявителя по доводу жалобы 2.3 указал, что согласно пункту 16.2.3.7 Конкурсной документации предусматривает, что проект рекламных конструкций должен содержать, в том числе – **дополнительные варианты решения фундаментов рекламных конструкций**. Вместе с тем, количество дополнительных вариантов фундамента не отражается на количестве присваиваемых баллов по критерию «Проект рекламной конструкции».

Представитель заказчика указал, что приказом от 20.01.2022 в п. 16.2.3.7 конкурсной документации внесены изменения. Теперь проект рекламных конструкций должен содержать – **дополнительный вариант решения фундамента рекламной конструкции**. Заказчик так же указал, что рекламные конструкции расположены в разных районах города, из за чего возможны разные расположения коммуникаций и различные характеристики грунта. Именно из-за этого обусловлена необходимость дополнительного решения фундамента рекламной конструкции. Критерий оценки проекта рекламной конструкции указан в пункте 16.2.5 конкурсной документации (100 баллов – проект соответствует обязательным требованиям конкурсной документации, указанным в пунктах 16.2.3.2, 16.2.3.3, 16.2.3.6, **16.2.3.7**, 16.2.3.8; 0 баллов – проект не соответствует или соответствует частично обязательным требованиям конкурсной документации, указанным в пунктах 16.2.3.2, 16.2.3.3, 16.2.3.6, **16.2.3.7**, 16.2.3.8).

Представитель заявителя по доводу жалобы 2.4 указал, что согласно п. 16.3.5 Конкурсной документации, для подтверждения количества штатных или привлечённых работников, осуществляющих эксплуатацию или техническое обеспечение рекламных конструкций, а так же их квалификацию, участник представляет: копии трудовых

книжек, должностные инструкции, штатное расписание, копии дипломов, удостоверений, сертификатов. По мнению представителя заявителя, вышеуказанные документы содержат персональные данные работников. Для их обработки третьими лицами следует получить согласие работников. Получение такого согласия может быть невозможным, так как работник может отказаться представлять свои персональные данные заказчику (как третьему лицу). Таким образом, даже при наличии в штате квалифицированных сотрудников, но при отсутствии их согласия, участник не сможет обеспечить представление достаточной информации для соответствия п. 16.3.5 Конкурсной документации и получения максимального количества баллов по данному критерию. Кроме того, согласно ч. 1 ст. 88 ТК РФ, работодатель обязан предупредить лиц, получающих персональные данные работника, о том, что эти данные могут быть использованы лишь в целях, для которых они сообщены, и требовать от этих лиц подтверждения того, что это правило соблюдено. Лица, получающие персональные данные работника, обязаны соблюдать режим секретности (конфиденциальности). Вместе с тем, конкурсная документация не содержит заверений и гарантий того, что организатор конкурса обеспечит конфиденциальность полученных персональных данных.

Представитель заказчика указал, что согласно разъяснениям к конкурсной документации от 30.12.2021 (опубликованы на сайте [http:// lipetskcitcity.ru](http://lipetskcitcity.ru)), при подаче заявки на участие в конкурсе и по требованию заявителя, заказчиком будет предоставлен документ, подтверждающий неразглашение персональных данных работников участника конкурса и предусматривающий ответственность за их несанкционированное разглашение (в соответствии с ч. 3 ст. 6 Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных»).

Представитель заявителя по доводу жалобы 2.5 указал, что в соответствии с разъяснениями, размещёнными на сайте [http:// lipetskcitcity.ru](http://lipetskcitcity.ru) в отношении применения пункта 16.3.5.1, сотрудники заявителя или подрядная организация, с которой у заявителя заключён договор на обслуживание рекламных конструкций должны оперативно обеспечить эксплуатацию и техническое обслуживание рекламных конструкций, в том числе оперативно реагировать на возникновение внештатных ситуаций, для чего они должны находиться на территории Липецкой области. Представитель заявителя считает, что данное требование добавляет необоснованное ограничение для участников конкурса в виде

территориальной принадлежности заявителя или подрядной организации в ином регионе РФ.

Представитель заказчика указал, что приказом от 20.01.2022 в п. 16.3.5.1 конкурсной документации внесены изменения, а именно в целях подтверждения своей возможности обеспечить деятельность вышеуказанных сотрудников, участник конкурса представляет в составе заявки заявление о том, что в случае признания его победителем конкурса, он принимает на себя обязательство подтвердить факт наличия (создания) на территории Липецкой области производственно-технической базы для обеспечения своевременного технического обслуживания рекламных конструкций и оперативного реагирования при возникновении внештатных ситуаций, связанных с обслуживанием рекламных конструкций (обеспечение бесперебойного освещения, наличие рекламного носителя, надлежащее техническое и визуальное состояние рекламной конструкции и т.п.). В срок не позднее 30 (Тридцати) дней с даты заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций Победитель конкурса обязан подтвердить факт наличия (создания) на территории Липецкой области производственно-технической базы путем представления Организатору конкурса копии документов о владении на праве собственности или пользования на основаниях, предусмотренных законодательством РФ, объектом недвижимости (зданием, строением, сооружением, помещением и др.), необходимым для оперативного осуществления деятельности.

Представитель заявителя по доводу жалобы 2.6 указал, что наличие критерия опыт распространения в сфере наружной рекламы ограничивает конкуренцию.

Представитель заказчика указал, что считает наличия опыта работы в сфере распространения наружной рекламы прозрачным и соответствующим требованиям законодательства о защите конкуренции. Под наличием опыта работы в сфере распространения наружной рекламы подразумевается наличие у участника действующих и/или действовавших в течение двух лет, предшествующих подаче заявки, разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с площадью рекламного поля 18 квадратных метров каждая. При применении данного критерия больший бал получает участник, обладающий большим опытом в сфере наружной рекламы.

Представитель заявителя по доводу жалобы 2.7 указал, что критерий Социальная реклама является непрозрачным и не объективным. Формулировка критерия предполагает, что такая социальная реклама будет размещаться только по заявкам уполномоченного округа в пределах предложения победителя. Если таких заявок не будет или они будут на меньший период времени, чем предложено победителем, победитель торгов получит необоснованное преимущество перед иными участниками торгов, которые полагали, что весь предложенный ими период они должны будут размещать социальную рекламу.

Представитель заказчика указал, что исходя из существующей практики работы МКУ «Городской центр рекламы» на протяжении последних лет сложилась ситуация, когда потребность органов власти и местного самоуправления значительно превышает установленный законодательно минимальный объём (5% рекламной площади (пространства) в год, то есть 18 дней в году на 1 конструкцию). Соответственно, в зависимости от количества официальных праздников и социально значимых событий в жизни города, а так же событий, которые невозможно спрогнозировать, тем больше объём социальной рекламы будет присутствовать на поверхностях наружной рекламы в г. Липецке, тем больше будет положительный эффект от такого размещения. Таким образом, по мнению заказчика, данный критерий является обоснованным, так как право установить данный критерий является прерогативой органа местного самоуправления и преследует общественно значимую цель распространения максимально возможного объёма социальной рекламы в городе.

Представитель заявителя по доводу жалобы 3 указал, что при формировании лотов нарушены нормы действующего законодательства – лоты необоснованно укрупнены, из-за чего при проведении торгов организатор не учтёт все районы или укажет только отдельные места установки рекламных конструкций в конкретном районе (например только в центре города) или объединит в одном лоте технологически не связанные рекламные конструкции.

Представитель заказчика указал, что требования законодательства о защите конкуренции не нарушены, так как действующее законодательство не содержит ограничений по формированию лотов по территориальному принципу. Деление рекламных конструкций по лотам производилось по территориальному принципу с учётом того

факта, что победитель конкурса по любому из лотов может получить в распоряжение сеть рекламных конструкций, расположенных в разных районах города Липецка, что в дальнейшем позволит осуществлять свою хозяйственную деятельность наиболее эффективно.

Представитель заявителя по доводу жалобы 4 указал, что ценовому критерию отведено 30% из 100% при подсчёте итоговых баллов и определению победителя конкурса. Данное значение, по мнению заявителя, является дискриминационным, так как в случае значительного повышения ценового предложения заинтересованным участником это не будет являться основанием при подсчёте и определении такого участника победителем конкурса.

Представитель заказчика указал, что данные торги по своей форме являются конкурсом, а не аукционом, где значимость ценового критерия составляет 100%. При проведении торгов в форме конкурса, по общепринятой практике, ценовой критерий не является основным, а является составной частью в совокупности с иными критериями, указанными в конкурсной документации. Соответственно, организатор конкурса в праве не отдавать приоритет ценовому критерию, и установить значимость ценового критерия по своему усмотрению.

Рассмотрев представленные документы, заслушав мнение представителей сторон, Комиссия установила следующее.

По пункту 1 жалобы:

В соответствии п. 2.1.3. Постановление администрации г. Липецка от 15.01.2021 N 15 "Об утверждении Порядка проведения торгов (в форме конкурса) на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином имуществе, находящемся в муниципальной собственности", организатор конкурса (конкурсная комиссия) организует опубликование извещения о проведении Конкурса в "Липецкой газете". Данное постановление изложено в действующей редакции. Кроме того, указанная выше норма является императивной, то есть не подразумевающей разночтений. Следовательно, публикация извещения о проведении конкурса в «Липецкой газете» является обязательным для организатора конкурса (конкурсной комиссии).

По пунктам 2.1, 2.2. жалобы:

Доводы о наличии ссылок на недействующие нормативные акты и неопределённые требования к проекту рекламных конструкций в составе актуальной редакции конкурсной документации заявителем не представлены.

По пунктам 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7 жалобы:

Согласно ч. 4 ст. 447 ГК РФ, 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.**

Согласно определению Верховного суда Российской Федерации от 12.05.2015 №305-КГ15-1682 отмечено, что определение победителя торгов, основанное на субъективном усмотрении организатора закупки, не соответствует целям и задачам, ради которых проводится конкурс. Оценка и сопоставление заявок на участие в торгах представляет собой процесс выявления по критериям оценки и в порядке, установленном в документации, лучших условий исполнения договора, заключаемого по итогам торгов, указанных в заявках участников конкурентных процедур.

Порядок оценки и сопоставления заявок должен содержать вес критерия оценки в совокупности критериев оценки, установленных конкурсной документацией, оценку в балах, получаемых участником закупки по результатам оценки каждого критерия, алгоритм расчёта итогового рейтинга по каждой заявке, шкалу ранжирования баллов по каждому критерию, подкритерии, а так же иные параметры, необходимые для выявления лучших условий, при которых заявка одного из участников будет признана более предпочтительной, по сравнению с заявками других участников. Отсутствие в действующем законодательстве требования установления в конкурсной документации порядка расчёта баллов и значимости критерием оценки заявок участников, не свидетельствует о том, что такие критерии и порядок не должны разрабатываться и применяться организатором торгов. Отсутствие критериев и порядка расчёта баллов может привести к злоупотреблению со стороны организатора торгов, поскольку определение победителя может быть основано на субъективном усмотрении организатора торгов. Данные элементы являются стимулирующим фактором при подаче заявок, что позволяет поддерживать конкуренцию, нивелировать споры и разногласия между участниками конкурса и организатора

закупок при проведении торгов, что способствует принципам открытости и прозрачности торгов. В рассматриваемой конкурсной документации присутствуют все вышеуказанные элементы, что не позволяет организаторам торгов злоупотреблять своими полномочиями, поскольку победитель будет определяться в связи с указанными в конкурсной документации критериями, а не по субъективному усмотрению организатора торгов.

Кроме того, предложения участника по критериям оценки не повлияет на его допуск к участию в конкурсе. Таким образом, у всех потенциальных участников конкурса имелись равные возможности для подачи заявки, признаков ограничения количества участников комиссией Липецкого УФАС России не установлено. Доказательств иного в адрес Липецкого УФАС России не представлено.

Наличие критерия «дополнительный вариант решения фундамента рекламной конструкции» не ограничивает конкуренцию, так как применяется ко всем потенциальным участникам конкурса. Кроме того, в соответствии с п. 16.2.5. Конкурсной документации, оценивается само **наличие** дополнительного решения фундамента рекламной конструкции. То есть при наличии такого решения участник получает 100 баллов по критерию «оценка проекта рекламной конструкции», а без дополнительного решения фундамента рекламной конструкции – 0 баллов.

Вопрос о получении разрешения работника на передачу персональных данных третьим лицам не влияет на качество исполнения договора. Работодатель уже получал обозначенные в 16.5.3 конкурсной документации документы от своих работников при их устройстве на работу. Ему следует только получить разрешение о передаче этой информации третьим лицам. Препятствий для получения данного разрешения у работника комиссией Липецкого УФАС России не установлено. Согласно ч. 3 ст. 6 Федерального закона от 27.07.2006 N 152-ФЗ "О персональных данных", Оператор (ООО «Русс Аутдор») вправе поручить обработку персональных данных другому лицу (МКУ «Городской центр рекламы») с согласия субъекта персональных данных, если иное не предусмотрено федеральным законом, на основании заключаемого с этим лицом договора, в том числе государственного или муниципального контракта, либо путем принятия государственным или муниципальным органом соответствующего акта. Лицо, осуществляющее обработку персональных данных по поручению оператора, обязано соблюдать принципы и правила обработки

персональных данных, предусмотренные настоящим Федеральным законом. При этом форма поручения действующим законодательством РФ не установлена. Ответственность за не сохранность персональных данных работников распространяется на всех держателей персональных данных – как на работодателя, так и на третьих лиц.

Вопрос о наличии на территории Липецкой области производственно-технической базы для обеспечения своевременного технического обслуживания рекламных конструкций и оперативного реагирования при возникновении внештатных ситуаций не является критерием оценки исходя из содержания п. 16.3.5.1 конкурсной документации, так как не содержит ранжирования по балам. То есть, заявление в составе заявки о том, что в случае признания участника победителем конкурса он обязан подтвердить наличие (создание) на территории Липецкой области производственно-технической базы для обеспечения своевременного технического обслуживания не оценивается конкурсной комиссией.

Вопрос о наличии критерия «Социальная реклама» не влияет на объективность данного критерия, так как заказчиком установлен максимальный порог оценки данного критерия для социальной рекламы (п. 16.4.3 конкурсной документации) - 540% включительно и более дополнительно к обязательному объёму (5%) – от 90 до 100 баллов.

По сложившейся практике оценка заявок должна быть пропорциональна, то есть количество баллов, которые получает участник, должно зависеть от количества сведений, которые есть у участника. То есть, если возможна количественная оценка представленных участником торгов сведений, между такими сведениями и количеством присваиваемых баллов должно быть установлено их взаимное соотношение: определённое количество баллов должно соответствовать определённому показателю, возможное количественное изменение показателя оценки должно изменять количество присеваемых баллов в соответствии с интервалами их изменений или используемой формулой.

Кроме того, все выше перечисленные критерии оценки применяются в равной мере ко всем участникам конкурса, что не позволяет сделать вывод о предоставлении преимущества какому то конкретному участнику конкурса. Доказательств установления вышеуказанных критериев с целью ограничения количества

участников конкурса комиссией Липецкого УФАС России не установлено. Доказательств иного в адрес Липецкого УФАС России не представлено.

По пунктам 3,4 жалобы:

Относительно вопросов о наличии нарушений Закона о защите конкуренции (ч. 1 ст. 17), Комиссия Липецкого УФАС России полагает необходимым отметить следующее.

Закон о защите конкуренции распространяется на отношения, которые связаны с защитой конкуренции, в том числе, с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, и в которых участвуют российские юридические лица и иностранные юридические лица, организации, федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации, а также государственные внебюджетные фонды, Центральный банк Российской Федерации, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели.

Таким образом, организационные и правовые основы защиты конкуренции регулируются названным выше Законом.

В случае поступления в антимонопольный орган заявлений и материалов, свидетельствующих о признаках нарушения антимонопольного законодательства в действиях каких-либо субъектов, антимонопольный орган может признать нарушения обозначенного законодательства исключительно на основании решения, принятого комиссией по результатам рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Порядок рассмотрения заявлений, поданных в антимонопольный орган о наличии признаков нарушения антимонопольного законодательства, а также порядок возбуждения и рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства установлен главой 9 Закона о защите конкуренции.

Следовательно, в рамках рассмотрения жалобы по процедуре, предусмотренной статьёй 18.1 Федерального закона «О защите конкуренции» Комиссия Липецкого УФАС России, не вправе давать оценку указанным действиям заказчика на предмет наличия нарушений Закона о защите конкуренции.

С учетом вышеизложенного, руководствуясь ст. 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ "О защите конкуренции", Комиссия Липецкого УФАС России

Р Е Ш И Л А:

1. Признать жалобу ООО «Русс Аутдор» на действия МКУ «Городской центр рекламы» при размещении информации о проведении торгов, обеспечении чётких критериев отбора, а так же несоответствие конкурсной документации Порядку проведения торгов (извещение № 27 размещено на сайте [http:// lipetskcit.ru](http://lipetskcit.ru)) обоснованной.

2. В действиях МКУ «Городской центр рекламы» установлено нарушение п. 2.1.3. Приложения к постановлению администрации г. Липецка от 15.01.2021 N 15.

3. Предписание МКУ «Городской центр рекламы» о прекращении нарушения не выдавать, так как извещение о проведении конкурса было размещено на официальном сайте администрации города Липецка, у потенциальных участников конкурса имеется возможность ознакомиться с конкурсной документацией, в том числе у заявителя.

4. В рамках рассмотрения жалобы по процедуре, предусмотренной статьёй 18.1 Федерального закона «О защите конкуренции» вопросы о нарушении заказчиком требований Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссией Липецкого УФАС России не рассматривались.

5. Передать материалы рассмотрения жалобы должностному лицу Липецкого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении административного производства.

Решение может быть обжаловано в Арбитражном суде Липецкой области в течение трех месяцев со дня его принятия.

Зам. председателя Комиссии:

_____ Б

Члены Комиссии:

_____ Д

_____ C