

## РЕШЕНИЕ по жалобе № 01-08/18.1/16

«23» мая 2016 года

г. Челябинск, пр. Ленина, 59

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

Председателя		заместителя руководителя Управления –
Комиссии:	<...>	начальника отдела контроля за
		рекламой и недобросовестной
		конкуренцией;
Членов		главного специалиста-эксперта отдела
Комиссии:	<...>	контроля за рекламой и
		недобросовестной конкуренцией
		Челябинского УФАС России;
		специалиста-эксперта отдела контроля
	<...>	за рекламой и недобросовестной
		конкуренцией Челябинского УФАС
		России,

рассмотрев жалобу гр. <...> на неправомерные действия Управления наружной рекламы и информации Администрации города Челябинска (далее - Управление), выразившиеся в нарушении порядка организации и проведения открытого аукциона по продаже права на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, лот 14 (дата проведения аукциона 29.04.2016) (далее – Аукцион, торги),

### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) поступила жалоба гр. <...> на неправомерные действия Управления наружной рекламы и информации Администрации города Челябинска (далее - Управление), выразившиеся в нарушении порядка организации и проведения открытого аукциона по продаже права на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, лот 14.

*В качестве доводов Заявитель в жалобе указал следующее.*

1. В состав лота № 14 включены тридцать четыре рекламных места, в настоящее время используемые несколькими рекламными агентствами. По мнению заявителя, действия организатора торгов по укрупнению состава лота не позволили ему и другим возможным участникам участвовать в аукционе по приобретению права на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках,

входящих в данный лот.

2. При организации торгов на право установки и эксплуатации рекламной конструкции по лоту № 14 Управление не произвело освобождение земельных участков от ранее размещенных на них рекламных конструкций, принадлежащих хозяйствующим субъектам, получившим ранее разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, срок действия которых истек.

3. При проведении торгов не соблюден порядок в части объявления «шага Аукциона», в связи с чем, по мнению заявителя, победителем торгов необоснованно признано лицо, сделавшее 700 шагов единовременно и предложившее завышенную стоимость за право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

На основании изложенного, Заявитель просит признать жалобу обоснованной и обязать Управление аннулировать результаты аукциона.

*Управлением представлены документы о проведении Аукциона и по доводам жалобы указано следующее:*

1. Договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, включенных в лот № 14, ранее были заключены с ООО «Неон Сити».

Нормами Гражданского Кодекса Российской Федерации, Положения о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска, утвержденное решением Челябинской городской Думы от 25.03.2014 N 50/11 (далее – Положение о торгах) не предусмотрено ограничений по порядку формирования лотов на торгах на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций или величины лота. Также не содержится запрета на объединение в один лот нескольких мест, предназначенных для установки и эксплуатации рекламных конструкций.

Лот № 14, включающий в себя более одного рекламного места, сформирован таким образом, что адреса размещения рекламных конструкций находятся в разных частях и районах города Челябинска, что соответствует принципу максимально равномерного охвата территории города и обуславливает объединение в один лот более одного рекламного места.

Лот сформирован с учетом технологического сходства эксплуатации рекламных конструкций их владельцами, и соответственно возможности участия в торгах за такой лот лица, осуществляющего эксплуатацию рекламных конструкций одного формата.

Формирование лотов, выставляемых на аукцион, осуществлялось в соответствии с утвержденной схемой размещения рекламных конструкций на территории города Челябинска.

В рамках проводимого аукциона большинство лотов содержат наименьшее количество рекламных мест, в связи с чем, сумма задатка по таким лотам существенно ниже, что также дает возможность принять участие в аукционе представителям среднего и малого бизнеса в сфере наружной рекламы.

2. По условиям договора, заключаемого по результатам торгов, у Управления возникает обязанность по предоставлению рекламораспространителю права на установку и эксплуатацию рекламной конструкции согласно паспорту рекламного места. При этом дополнительная обязанность по освобождению земельного участка от рекламной конструкции у лица, выигравшего торги, не возникает.

3. Последним заявившем цену по лоту № 14 (74 501 370, 0) является участник с номером билета № 15 ООО «Фотолог», которым была заявлена цена, превышающая предыдущую цену больше, чем на шаг аукциона и кратную шагу аукциона (700 шагов), что не противоречит подпункту 6 пункта 38 Положения о торгах.

Победителем торгов в форме открытого аукциона по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности г. Челябинска, по лоту № 14 признано ООО «Фотолог» (г. Екатеринбург, проезд Решетникова, 22 А).

В срок до 13.05.2016 ООО «Фотолог» надлежало перечислить на счет, указанный в извещении, денежные средства в размере 74 501 370 рублей. Обязательство по оплате права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции ООО «Фотолог» не исполнено в полном объеме. В адрес ООО «Фотолог» Управлением направлена претензия с требованием оплатить сумму в размере 74 501 370 рублей и заключить договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

По мнению организатора торгов, порядок проведения Аукциона не нарушен, в связи с чем доводы заявителя являются необоснованными.

*Изучив представленные материалы дела, Комиссия Челябинского УФАС России пришла к следующим выводам.*

29 марта 2016 года на официальном сайте Администрации города Челябинска в сети «Интернет (cheladmin.ru) в разделе «Управление наружной рекламы и информации» размещены извещение, проект договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, форма заявки на участие в торгах по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска.

Всего подано 7 заявок на участие в торгах. Из протокола № 2/14 от 29 апреля 2016 года о результатах торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска, следует, что предметом торгов по лоту № 14 является право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в виде отдельно стоящих

щитовых установок, общее число мест 34. Начальная цена лота 1 044 900 рублей, шаг аукциона 10% от начальной цены лота.

1. 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 или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска, проводятся в соответствии с Гражданским Кодексом Российской Федерации (ст.ст.447-449) и Положением о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска, утвержденным решением Челябинской городской Думы от 25.03.2014 № 50/11 (далее – Положение о торгах).

В соответствии с пунктом 5 Положения о торгах торги проводятся в форме аукциона. Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену. Аукцион является открытым по составу участников и способу подачи предложений.

Согласно пункту 7 Положения о торгах в качестве организатора торгов от имени Администрации города Челябинска выступает Управление наружной рекламы и информации Администрации города Челябинска.

В силу пункта 8 Положения о торгах организатор торгов в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и настоящим Положением устанавливает перечень лотов, выставляемых на торги, и определяет начальную цену предмета торгов.

Таким образом, полномочиями по формированию лотов при организации торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обладает Управление, которое самостоятельно определяет места для установки и эксплуатации рекламных конструкций.

По смыслу приведенных нормативных правовых актов организатор торгов наделен правом самостоятельного формирования лотов при проведении аукционов. При этом организатор торгов при формировании условий аукциона должен строго следовать целям проведения торгов, соблюдать принципы публичности, открытости и прозрачности.

Кроме того, согласно письму ФАС России от 26.10.2012 N АК/35008 «О торгах на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций» включение в один лот мест из различных зон, на которые разделена территория

муниципального образования для целей установки рекламных конструкций (при наличии такого "зонирования" территории муниципального образования) - пропорционально доле информационных полей рекламных конструкций, расположенных в разных зонах, может выступать в качестве одного из признаков отсутствия ограничения конкуренции при формировании лотов. Оценка объединения в один лот нескольких мест для установки рекламных конструкций разного формата на предмет возможности отнесения такого условия проведения торгов к ограничивающим конкуренцию должна проводиться с учетом технологического сходства эксплуатации рекламных конструкций их владельцами, и соответственно возможности участия в торгах за такой лот лица, осуществляющего эксплуатацию рекламных конструкций одного формата.

Как установлено материалами дела, формирование лотов, в том числе лота № 14, осуществлялось в соответствии с утвержденной схемой размещения рекламных конструкций на территории города Челябинска.

Согласно протоколу № 2/14 от 29 апреля 2016 года о результатах торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска, общее число мест 34, вид рекламной конструкции – отдельно стоящая щитовая установка. Участники открытого аукциона: ООО «Кванта», ООО «Фотолог», ООО АН «Орион», ООО «Корпорация Руан», ООО «Вернисаж Медиа», гр-Арбузин А.В., ООО Стрит-Медиа».

Таким образом, в данных торгах приняло участие 6 организаций, в том числе заявитель, в связи с чем нельзя прийти к выводу об ограничении количества участников торгов ввиду включения в лот 34 конструкций. Жалоб иных участников на ограничения, связанные с невозможностью подачи заявки на лот № 14, в том числе от лиц, участвовавших в Аукционе, в антимонопольный орган не поступало. Каких-либо доказательств факта невозможности или иных ограничений, связанных с подачей заявки на лот № 14, заявителем не представлено.

Как следует из извещения о проведении Аукциона от 29 марта 2016 года торги проводятся по 14 лотам, предметом которых было также право на размещение самостоятельной отдельно стоящей рекламной конструкции.

Также не принят во внимание довод заявителя о том, что лот № 14 сформирован на основании ранее действующих разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, поскольку лицо, ранее осуществляющее эксплуатацию рекламных конструкций, указанных в лоте № 14 (ООО «Неон-Сити») участником торгов не являлось, победителем не признавалось.

2. Согласно части 5.6 статьи 19 Федерального 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.

Из материалов Управления следует, что договоры на размещение и эксплуатацию

рекламных конструкций, включенных в лот № 14, отсутствуют. Таким образом, Управление при организации торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции руководствовалось требованиями рекламного законодательства.

В соответствии с пунктом 48 Положения о торгах договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции подлежит заключению в срок не позднее 20 дней со дня подписания протокола о результатах торгов.

Согласно пункту 56 Положения о торгах победитель торгов, оплативший право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, вправе приступить к монтажу рекламной конструкции после оформления в установленном действующим законодательством Российской Федерации порядке разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции

Как следует из проекта договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, заключаемого Управлением и победителем торгов, в частности пункта 4.1.15, рекламораспространитель обязан по окончании срока действия договора в течение 30 дней осуществить демонтаж рекламной конструкции и привести рекламное место в первоначальное состояние в полном объеме и в том виде, как это было до установки средства наружной рекламы, предоставив в Управление фотоотчет о произведенном демонтаже.

Таким образом, при проведении торгов на право заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска у Управления отсутствует безусловная обязанность демонтировать ранее установленные рекламные конструкции на земельных участках, включенных в лоты, поскольку прежний владелец рекламных конструкций в рамках установленного срока, в данном случае 30-ти дней должен исполнить свою обязанность по прекращению размещения рекламной конструкции, в том числе в случае, если он не будет признан победителем по результатам торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельных участках, являющихся предметом торгов.

Обязанность по выдаче предписания о демонтаже рекламной конструкции возникает у Управления после истечения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

В случае, если на размещение конкретной рекламной конструкции в последующем заключен договор, в том числе по результатам торгов на право её размещения и выдано разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязанности по выдаче предписания на демонтаж рекламной конструкции у Управления не возникает.

Отношения, связанные с эксплуатацией рекламной конструкции на местах, права на размещение которой предоставляется на торгах могут быть определены иными гражданско-правовыми договорами между владельцем ранее установленной рекламной конструкции и лицом, получившим право на размещение рекламной конструкции на конкретном месте, включенном в схему (договоры купли-продажи, аренды рекламной конструкции и т.д.).

По данным основаниям не принят довод заявителя об обязанности Управления выставлять на торги освобожденный от рекламной конструкции земельный участок.

3. В силу подпункта 5 пункта 38 Положения о торгах после оглашения аукционистом начальной цены лота участникам аукциона предлагается заявить эту цену путем поднятия билетов участников аукциона.

Подпунктом 6 пункта 38 Положения о торгах установлено, что после заявления участниками начальной цены аукционист предлагает участникам аукциона заявлять свои предложения по цене продажи, превышающей начальную цену. Каждая последующая цена, превышающая предыдущую цену на шаг аукциона, заявляется участниками аукциона путем поднятия билетов участников аукциона. В случае заявления цены, превышающей предыдущую цену больше, чем на шаг аукциона и кратной шагу аукциона, эта цена заявляется участником путем поднятия билета участника аукциона и ее оглашения. Участники не вправе иными способами заявлять свои предложения по цене продажи. Если названная цена меньше или равна предыдущей или не кратна шагу аукциона, она считается не заявленной.

Согласно подпункту 7 пункта 38 Положения о торгах после объявления очередной цены аукционист называет номер билета участника аукциона, который первым поднял билет, и указывает на этого участника аукциона. При отсутствии предложений со стороны иных участников аукциона аукционист повторяет эту цену 3 раза. Если до третьего повторения заявленной цены ни один из участников аукциона не поднял билета участника аукциона, аукцион завершается.

Таким образом, Положение предусматривает возможность заявления предложения цены, превышающей предыдущую цену больше, чем на шаг аукциона и кратной шагу аукциона.

Как следует из протокола № 2/14 от 29 апреля 2016 года о результатах торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска, участником с номером билета № 15 000 «Фотолог», была заявлена цена, превышающая предыдущую цену больше, чем на шаг аукциона и кратная шагу аукциона (700 шагов), 74 501 370 рублей, что не противоречит подпункту 6 пункта 38 Положения о торгах.

В связи с изложенным не принят довод заявителя о нарушении Управлением процедуры проведения Аукциона ввиду принятия предложения ООО «Фотолог» цены кратно превышающей «шаг Аукциона».

Руководствуясь частью 20 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать жалобу <...> на действия Управления наружной рекламы и информации Администрации города Челябинска, выразившиеся в нарушении порядка организации и проведения открытого аукциона по продаже права на

заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, лот 14 необоснованной.

2.Предписание в порядке части 20 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции не выдавать.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>