

## РЕШЕНИЕ

по делу № 8-01/3

31 января 2017 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю в составе председательствующей <...> – и.о. заместителя руководителя Хабаровского УФАС России, начальника отдела контроля органов власти, членов Комиссии: <...>– главный специалист отдела контроля органов власти Хабаровского УФАС России, <...>– ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти Хабаровского УФАС России,

в присутствии представителей:

ИП <...>., <...> (доверенность от 18.01.2017),

Департамент муниципальной собственности администрации города Хабаровска – <...> (доверенность от 26.01.2017 № 02-12/746), <...> (доверенность от 26.01.2017 № 02-12/747),

рассмотрев жалобу ИП <...> на действия Департамента муниципальной собственности администрации города Хабаровска при проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа «Город Хабаровск» либо на земельном участке, материалы дела № 8-01/3,

### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю поступила жалоба ИП <...> на действия Департамента муниципальной собственности администрации города Хабаровска при проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа «Город Хабаровск» либо на земельном участке, выразившиеся в отсутствии в конкурсной документации методики оценки и сопоставления конкурсных предложений участников, критериев оценки, форма заявки на участие в конкурсе не соответствует утвержденному Порядку проведения торгов, указание неверного номера рекламной конструкции на схеме, требование о заключении договоров на социальную рекламу в объеме, превышающем предусмотренный законом.

Представитель заявителя, заявитель в заседании Комиссии доводы жалобы поддержали в полном объеме.

Департамент муниципальной собственности администрации города Хабаровска в представленном отзыве и его представители в заседании комиссии доводы жалобы отклонили, пояснив, что критерии оценки конкурсных предложений утверждены постановлением администрации г. Хабаровска от 03.06.2014 № 2258 «Об утверждении [Порядка](#) проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа «Город Хабаровск», либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена» (далее – Порядок № 2258), в пункте 23 конкурсной документации также содержатся критерии оценки конкурсных предложений. Заявка на участие в конкурсе оформляется по форме, установленной конкурсной документацией и соответствует требованиям Порядка № 2258. Схема размещения рекламных конструкций на территории городского округа «Город Хабаровск» размещена на официальном сайте администрации города. Место размещения спорной рекламной конструкции определено под номером 1559 с указанием адреса размещения – ул. Льва Толстого, 22.

При заключении договора от 16.12.2011 схема размещения рекламных конструкций разработана не была, таким образом, номеров мест размещения рекламных конструкций до 2014 года не существовало. Схема размещения рекламных конструкций утверждена постановлением администрации города от 15.04.2014 № 1454. При принятии данного постановления обязанность присваивать номера ранее установленным рекламным конструкциям у Департамента муниципальной собственности отсутствовала. Действующее законодательство и акты, регулирующие порядок размещения рекламных конструкций на территории города Хабаровска не содержат положений, обязывающих орган местного самоуправления уведомлять рекламораспространителя об изменении порядкового номера рекламного места.

Срок действия договора на размещение рекламных конструкций, заключенный ИП <...>, истек 16.12.2016, ИП <...> подана заявка в установленный срок, что позволило ей участвовать в конкурсе. Указание в конкурсной документации критериев по размещению социальной рекламы в большем объеме не является нарушением Закона о защите конкуренции, поскольку такое размещение социальной рекламы является волеизъявлением рекламодателя.

В заседании комиссии объявлялся перерыв до 12 час. 00 мин. 31.01.2017.

Жалоба рассматривается Комиссией по правилам статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).

Рассмотрев материалы дела, заслушав доводы представителя заказчика, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с частью 1 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции по правилам настоящей статьи 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 года № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».

По правилам указанной статьи проверке подлежит соблюдение организатором торгов, электронной площадкой, конкурсной или аукционной комиссией установленной законодательством Российской Федерации процедуры торгов, процедуры заключения договоров по результатам торгов.

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 муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами местного самоуправления в соответствии с [ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ](#) Российской Федерации.

Проведение торгов осуществляется в соответствии с постановлением администрации г. Хабаровска от 03.06.2014 № 2258 «Об утверждении [Порядка](#) проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа «Город Хабаровск», либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена».

25.11.2016 в газете «Хабаровские вести» № 178-179 (3385-3386), на официальном сайте администрации г. Хабаровска Департаментом муниципальной собственности администрации города Хабаровска опубликовано извещение о проведении открытых торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа «Город Хабаровск» либо на земельном участке. Дата вскрытия конвертов с заявками – 27.12.2016, дата рассмотрения заявок – с 27.12.2016 до 29.12.2016, дата оценки и сопоставления заявок – с 29.12.2016 по 09.01.2017, дата подведения итогов конкурса 09.01.2017.

Согласно части 9 Порядка № 2258 конкурсная документация разрабатывается на основании настоящего Порядка и утверждается организатором конкурса.

Конкурсная документация, в числе прочего, содержит: требования к содержанию, форме и составу заявки на участие в конкурсе, предъявляемые в соответствии с [разделом 12](#) настоящего Порядка, инструкцию по заполнению заявки на участие в конкурсе; критерии оценки заявок на участие в конкурсе, параметры предложений и их рейтинг, устанавливаемые в соответствии с [пунктами 16.3, 16.6, 16.7](#) настоящего Порядка; условия определения победителя конкурса в соответствии с [пунктами 15.2, 16.11, 16.12, 16.13](#) настоящего Порядка; порядок оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе, установленный в соответствии с [пунктами 16.8, 16.9](#) настоящего Порядка (п. 9.2).

Пунктом 16.3 Порядка № 2258 установлено, что оценка и сопоставление заявок на участие в конкурсе осуществляются в целях определения лучших условий установки и эксплуатации рекламной конструкции и исполнения предмета

конкурса, в соответствии с критериями, установленными конкурсной документацией, которыми являются: ценовое предложение оплаты предмета конкурса; предложения по архитектурно-художественным параметрам рекламной конструкции и ее инженерно-техническим характеристикам, используемым при изготовлении предполагаемой к установке рекламной конструкции, учитывающие место ее установки с соблюдением внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, соответствия установки рекламной конструкции в заявленном месте схеме размещения рекламных конструкций, соблюдения требований нормативных актов по безопасности движения транспорта, требований законодательства об объектах культурного наследия, а также оборудования конструкции элементами художественного оформления, ее информационного поля, несущей части (опоры) и фундамента, которые отражаются в эскизе рекламной конструкции; предложения по оборудованию подсвета и праздничному иллюминационному оформлению рекламной конструкции; предложения по размещению социальной рекламы на рекламной конструкции, выражающиеся в процентном отношении от годового объема (общего времени) распространяемой рекламы; квалификация участника конкурса на момент его проведения, учитывающая продолжительность практического опыта в сфере установки и эксплуатации рекламных конструкций, надлежащего исполнения своих обязанностей по оплате аналогичных ранее заключенных договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а также наличие (отсутствие) неисполненных выданных предписаний о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек.

При этом не допускается использование иных, за исключением предусмотренных [пунктом 16.3](#) настоящего Порядка, критериев оценки заявок на участие в конкурсе (п. 16.4.).

Для каждого применяемого для оценки заявок на участие в конкурсе критерия конкурса в конкурсной документации устанавливаются параметры предложений и определяются их рейтинг по 100-бальной шкале (п. 16.5).

Оценка предложений участников конкурса, указанных в заявках на участие в конкурсе, осуществляется посредством определения итогового рейтинга критериев оценки для каждой заявки на участие в конкурсе, определяемого расчетным путем в баллах, сумма максимальных значений которых не может превышать 100 баллов:

1) итоговый рейтинг ( $P_{\max}$ ) критериев оценки предложений участников конкурса рассчитывается для каждой заявки на участие в конкурсе путем суммирования значений рейтинга критериев, рассчитанных по всем критериям оценки предложений участников конкурса.

$P_{\max} = P1 + P2 + P3 + P4 + P5$ , где:  $P_{\max}$  - итоговый рейтинг критериев оценки, в баллах;  $P1$  - рейтинг критерия оценки ценового предложения, в баллах;  $P2$  - рейтинг критерия оценки предложений участников конкурса по архитектурно-художественным параметрам и инженерно-техническим характеристикам рекламной конструкции, в баллах;  $P3$  - рейтинг критерия оценки предложений участников конкурса по оборудованию подсвета и праздничному иллюминационному оформлению рекламной конструкции, в баллах;  $P4$  - рейтинг критерия оценки предложения участника конкурса по размещению на рекламной

конструкции социальной рекламы, в баллах; P5 - рейтинг критерия оценки квалификации участника конкурса, в баллах;

2) рейтинг критерия оценки ценовых предложений участников конкурса (P1) осуществляется по формуле:

$P1 = (Пц. \times A \max) / Пц.\max$ , где: P1 - рейтинг критерия оценки ценового предложения участника конкурса, в баллах; Пц. - величина ценового предложения, указанная участником конкурса по лоту, в рублях; A max - максимальное значение рейтинга оценки критерия, в баллах; Пц.max - максимальная величина ценового предложения участника конкурса, выбранная из всех ценовых предложений участников конкурса, заявки на участие которых оцениваются по лоту, в рублях;

3) рейтинг критериев оценки предложений участников конкурса P2, P3, P5 рассчитывается соответственно путем суммирования балльных значений параметров предложений (A), которые указаны участниками конкурса в их предложениях;

4) рейтинг критерия оценки предложений участников конкурса по размещению на рекламной конструкции социальной рекламы (P4) равен его балльному значению параметра предложения (A), которое указано участником конкурса в его предложении (п. 16.8).

Сопоставление предложений участников конкурса конкурсной комиссией осуществляется путем сравнения результатов итоговых рейтингов, определенных в порядке, предусмотренном [пунктом 16.8](#) настоящего Порядка (п. 16.10).

На основании результатов оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе конкурсной комиссией каждой заявке на участие в конкурсе присваивается порядковый номер по мере уменьшения степени выгоды содержащихся в них условий исполнения предмета конкурса. Заявке на участие в конкурсе, в которой содержатся лучшие условия исполнения предмета конкурса, присваивается первый номер (п. 16.11). Победителем конкурса признается участник, который предложил лучшие условия исполнения предмета конкурса, в результате чего набравший наибольшее количество баллов и заявке на участие в конкурсе которого присвоен первый номер (п. 16.12).

Пункты 23, 24, 25, 26 конкурсной документации также содержат критерии оценки, порядок оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе, аналогичные изложенным в Порядке № 2258, в соответствии с которыми выбирается победитель, что соответствует требованиям Порядка № 2258.

На участие в торгах по Лоту № 6 поданы заявки ООО «Стрит-Медиа», ООО «Восток Мастер», ООО «Маджид», ИП <...> (протокол от 27.12.2016 № С23-1/12-08). Заявки участников соответствуют требованиям конкурсной документации (протокол от 28.12.2016 № С23-2/12-08). Победителем признано ООО «Восток Мастер» (протокол от 09.01.2017 № С23-3/12-08).

Пунктом 12.4 Порядка № 2258 установлено, что заявка на участие в конкурсе оформляется по форме, установленной конкурсной документацией, и в числе прочего должна содержать сведения о рекламной конструкции, адресе установки и ее технических параметрах.



В заявке на участие в конкурсе (Приложение № 4 конкурсной документации) необходимо указать сведения о предлагаемой к установке рекламной конструкции, включающие тип рекламной конструкции, адрес установки рекламной конструкции, зону размещения рекламной конструкции, габаритные размеры рекламной конструкции, технические параметры рекламной конструкции, что соответствует требованиям Порядка № 2258 и не нарушает прав и законных интересов участников, желающих принять участие в конкурсе, в связи с чем довод о несоответствии формы заявки на участие в конкурсе утвержденному Порядку № 2258 отклоняется.

В соответствии с протоколом от 10.10.2011 № С 12-11/010/12-11 победителем торгов по лоту № 20 являлся ИП <...>, заключивший договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе г. Хабаровска и земельных участках от 16.12.2011 № 19997, в соответствии с которым определены место для установки рекламной конструкции – ул. Льва Толстого, 22, размер, площадь информационного поля конструкции, количество сторон, площадь рекламного изображения. В разрешении на установку рекламной конструкции № 19997 указаны аналогичные параметры, номер спорной рекламной конструкции не присваивался.

В соответствии с частью 5.8 статьи 19 Закона о рекламе, введенной Федеральным законом от 07.05.2013 № 98-ФЗ, органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Постановлением администрации г. Хабаровска от 15.04.2014 № 1454 утверждена схема размещения рекламных конструкций на территории городского округа «Город Хабаровск», согласно которой спорной рекламной конструкции присвоен № 1559 (в ред. постановления администрации г. Хабаровска от 29.02.2016 № 597).

Часть [5.6 статьи 19](#) Закона о рекламе предусматривает, что после истечения срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимости, находящейся в публичной собственности, заключение нового

договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется посредством проведения аукциона или конкурса. При этом владелец ранее установленной рекламной конструкции не наделяется [Законом](#) о рекламе какими-либо преимуществами, в том числе по сохранению своей рекламной конструкции на прежнем месте до окончания торгов, и участвует в торгах на общих основаниях.

Исходя из изложенного доводы заявителя о допущенной ошибке в связи с указанием неверного номера рекламной конструкции на схеме – вместо № 1559 указан № 654, из-за чего заявитель несвоевременно извещен о проведении конкурса, подлежат отклонению, так как срок действия договора на размещение рекламных конструкций от 16.12.2011 № 19997 истек 16.12.2016, и на указанное место установки рекламной конструкции должен проводиться конкурс.

Также следует учитывать, что Закон о рекламе и нормативные акты, регламентирующие порядок размещения рекламных конструкций на территории городского округа «Город Хабаровск», не содержат положений, обязывающих орган местного самоуправления уведомлять собственника рекламной конструкции об изменении или присвоении рекламному месту порядкового номера.

Согласно части 3 статьи 10 Закона о рекламе заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций).

В конкурсной документации в число критериев оценки предложений участников входит размещение социальной рекламы – от 5 до 15 % и более годового объема размещения в год, при этом увеличение объема размещения социальной рекламы не является обязательным требованием. Максимальный рейтинг критерия оценки составляет 7 баллов, присвоенный всем четырем участникам конкурса по спорному лоту, каждый из которых в заявке предложил максимальный объем размещения социальной рекламы, что не противоречит требованиям закона.

В соответствии с частью 17 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции при рассмотрении жалобы по существу комиссия антимонопольного органа рассматривает обжалуемые действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии. В случае, если в ходе рассмотрения жалобы комиссией антимонопольного органа установлены иные нарушения в действиях (бездействии) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии, комиссия антимонопольного органа принимает решение с учетом всех выявленных нарушений.

По результатам рассмотрения жалобы по существу комиссия антимонопольного органа принимает решение о признании жалобы обоснованной или необоснованной и в случае, если жалоба признана обоснованной, либо в случае установления иных не являющихся предметом обжалования нарушений (нарушений порядка организации и проведения торгов, заключения договоров по

результатам торгов или в случае признания торгов несостоявшимися) принимает решение о необходимости выдачи предписания, предусмотренного [пунктом 3.1 части 1 статьи 23](#) настоящего Федерального закона (часть 20 статьи 18.1).

На основании изложенного, руководствуясь статьями 18.1, 23 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

РЕШИЛА:

Признать жалобу ИП <...> на действия Департамента муниципальной собственности администрации города Хабаровска при проведении конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа «Город Хабаровск» либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена (извещение № 23) по лоту № 6 необоснованной.

Настоящее решение может быть обжаловано в арбитражный суд Хабаровского края в течение трех месяцев со дня его принятия.