



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 36/2015

г. Екатеринбург

Резолютивная часть оглашена 25.11.2015

В полном объеме изготовлено 09.12.2015

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (Приказ Свердловского УФАС России от 16.10.2015 № 407) в составе:

председатель Комиссии <.....>;

члены Комиссии: <.....>;

<.....>;

*При участии в качестве:*

*ответчика* - Дума Муниципального образования город Ирбит (623850, г. Ирбит, ул. Революции, 16, далее – Дума МО г. Ирбит) – <.....> (Решение об избрании председателя Думы от 22.03.2012 № 2);

*заинтересованного лица* - Администрация Муниципального образования город Ирбит (623850, г. Ирбит, ул. Революции, 16, далее – Администрация МО г. Ирбит) – <.....>;

рассмотрев в рамках гл. 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) дело № 36/2015 по признакам нарушения Думой МО г. Ирбит п. 2, п. 8 ч. 1 ст. 15 названного Закона, выразившегося в принятии нормативного акта - Положения «О распространении наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит» (утв. Решением Думы МО г. Ирбит от 27.02.2014 № 185), отдельные положения которого могли привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции на рынке оказания услуг в сфере наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит

УСТАНОВИЛА:

Дело № 36/2015 о нарушении антимонопольного законодательства возбуждено Приказом от 16.10.2015 № 407, Определением от 16.10.2015 назначено к рассмотрению на 25.11.2015, когда и была оглашена резолютивная часть решения.

Основанием для возбуждения дела согласно п. 1 ч. 2 ст. 39 Закона о защите конкуренции послужили результаты плановой документарно - выездной проверки органов местного самоуправления Муниципального образования город Ирбит, проведенной Управлением 30.07.2015.

В письменных объяснениях Думы МО г. Ирбит (вх. № 01-23915 от 18.11.2015), а так же её представителем на заседании Комиссии сообщено:

Согласно проведенному анализу состояния рынка оказания услуг в сфере наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит, установлено, что за период 2013-2015 г.г. отсутствовали лица, занимающие преимущественное положение в названной сфере.

В указанный период рассмотрено 14 заявлений на выдачу разрешений на

установку рекламных конструкций, а так же проведено 5 аукционов, при этом не было отказов в выдаче разрешений, либо не допуск претендента к участию в аукционе по причине преимущественного положения лица.

Таким образом, ответчик считает, что случаев недопущения, ограничения, устранения конкуренции на рынке оказания услуг в сфере наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит не допускалось.

Вместе с тем, Думой МО г. Ирбит 15.09.2015 направлено письмо (исх. № 243) в адрес Главы МО г. Ирбит с предложением разработать проект решения, предусматривающий внесение изменений в Положение «О распространении наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит» (утв. Решением Думы МО г. Ирбит от 27.02.2014 № 185.

Решением Думы МО г. Ирбит от 29.10.2015 № 326 в данное Положение внесены изменения, учитывающие требования Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 08.03.2015, далее – **Закон о рекламе**).

В письменных объяснениях Администрации МО г. Ирбит (вх. № 01-23914 от 18.11.2015), а так же её представителем на заседании Комиссии поддерживается позиция, изложенная Думой МО г. Ирбит.

**Оценив в соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 49 Закона о защите конкуренции полученные и исследованные в порядке ст. 25, ч. 2 ст. 39, ч. 2 ст. 44, ч. 4 и ч. 5 ст. 45 Закона о защите конкуренции доказательства, а также доводы, представленные лицами, участвующими в деле, Комиссия Свердловского УФАС России пришла к следующим выводам.**

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 1 Закона о защите конкуренции антимонопольным законодательством определяются организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения недопущения, ограничения, устранения конкуренции органами местного самоуправления.

В соответствии с ч. 1 ст. 15 органам местного самоуправления запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия), в частности запрещается: необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами, в том числе путем установления не предусмотренных законодательством Российской Федерации требований к товарам или к хозяйствующим субъектам (п. 2); создание дискриминационных условий (п. 8).

Установленные приведенной нормой запреты распространяются, прежде всего, на акты и действия органов власти в сфере публично-правовых отношений в целях предупреждения их негативного вмешательства в конкурентную среду посредством использования административных (волевых) инструментов.

Статья 19 Закона о рекламе определяет порядок установки и эксплуатации рекламных конструкций.

Так, согласно ч. 5 указанной статьи установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляются ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором. Субъекты Российской Федерации устанавливают предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных

конструкций и применяемых технологий демонстрации рекламы, но не менее чем на пять лет и не более чем на десять лет. Конкретные сроки договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в государственной или муниципальной собственности, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, устанавливаются соответственно органом исполнительной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа в зависимости от типа и вида рекламной конструкции, применяемых технологий демонстрации рекламы в границах соответствующих предельных сроков.

При этом, в соответствии с ч. 5.1 данной статьи 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 ч. 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.

После вступления в силу с 22.07.2014 изменений, предусмотренных Федеральным законом от 21.07.2014 № 264-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе», при проведении торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, при заключении указанных договоров, а также при выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не принимается во внимание доля того или иного лица (владельца рекламной конструкции) в сфере распространения наружной рекламы.

Соответственно, организатор торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций не вправе отказать в допуске к участию в указанных торгах лицу по размеру занимаемой им доли в сфере распространения наружной рекламы, в том числе, если такое лицо владеет более 35 процентов всех рекламных конструкций, разрешения на установку и эксплуатацию которых выданы на территории соответствующего муниципального образования.

Положение «О распространении наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит» (утв. Решением Думы МО г. Ирбит от 27.02.2014 № 185) не соответствует требованиям антимонопольного законодательства в связи со следующим:

Разрешение на установку рекламной конструкции выдается заявителю, не занимающему преимущественного положения в сфере распространения наружной рекламы (п. 3.11).

Согласно п. 5.4 Положения участником торгов (в форме аукциона или конкурса)

не вправе быть лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах. Если по результатам проведения аукциона или конкурса лицо приобретает преимущественное положение, данные результаты являются недействительными.

Преимущественным положением лица в сфере распространения наружной рекламы на территории Муниципального образования признается положение лица, при котором его доля в этой сфере превышает тридцать пять процентов. Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется как отношение общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы лицу и его аффилированным лицам на территории, к общей площади информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на этой территории. Под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы (п. 5.5).

Согласно пп. 6 п. 7.2 Положения разрешение на установку рекламной конструкции может быть признано недействительным в судебном порядке в случае возникновения преимущественного положения в соответствии с ч.ч. 5.3 и 5.4 ст. 19 Федерального закона «О рекламе» - по иску антимонопольного органа.

Данные пункты Положения не учитывают изменения, внесённые Федеральным законом от 21.07.2014 № 264-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе».

Таким образом, имеет место нарушение Думой МО г. Ирбит п. 2, п. 8 ч. 1 ст. 15 Закона о защите конкуренции, выразившегося в принятии вышеуказанных нормативных актов, отдельные положения которых могли привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции на рынке оказания услуг в сфере наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит.

При принятии решения по делу о нарушении антимонопольного законодательства Комиссия согласно п. 5 ч. 1 ст. 49 Закона о защите конкуренции разрешает вопрос о выдаче предписаний и об их содержании, а также о необходимости осуществления других действий, направленных на устранение и (или) предотвращение нарушения антимонопольного законодательства, в том числе вопрос о направлении материалов в правоохранительные органы, об обращении в суд, о направлении предложений и рекомендаций в государственные органы или органы местного самоуправления.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 48 Закона о защите конкуренции, Комиссия прекращает рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае добровольного устранения нарушения антимонопольного законодательства и его последствий лицом, совершившим такое нарушение.

Решением Думы МО г. Ирбит от 29.10.2015 № 326 в Положение «О распространении наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит» (утв. Решением Думы МО г. Ирбит от 27.02.2014 № 185) внесены изменения, в том числе:

- 1) Абзац первый п. 3.11 признать утратившим силу;
- 2) Пункты 5.4-5.7 признать утратившими силу;
- 3) Подпункт 6 п. 7.2 признать утратившим силу;

Учитывая то, что в рассматриваемый нормативный акт внесены изменения, учитывающие требования Закона о рекламе (ред. от 08.03.2015), Комиссия считает, что, ответчик добровольно устранил нарушение антимонопольного законодательства,

следовательно, отсутствует необходимость выдачи соответствующего предписания.

Решение о прекращении рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства принимается Комиссией в соответствии с требованиями, установленными ст. 41 данного Закона. В случае, если рассмотрение дела прекращается в соответствии с п.п. 1 и 6 ч. 1 настоящей статьи, резолютивная часть решения о прекращении рассмотрения дела должна содержать сведения об установлении факта нарушения ответчиком или ответчиками антимонопольного законодательства (ч. 2 ст. 48 Закона о защите конкуренции).

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 23, ч. 1 ст. 39, ч. 1 – 4 ст. 41, ст. 48, ст. 49 Закона о защите конкуренции, Комиссия

**РЕШИЛА:**

1. Признать факт нарушения Думой МО г. Ирбит п. 2, п. 8 ч. 1 ст. 15 Закона о защите конкуренции, выразившегося в бездействии относительно приведения, в период с 22.07.2014 по 29.10.2015, Положения «О распространении наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит» (утв. Решением Думы МО г. Ирбит от 27.02.2014 № 185), п. 3.11, п. 5.4, п. 5.5, пп. 6 п. 7.2 которого могли привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции на рынке оказания услуг в сфере наружной рекламы на территории муниципального образования город Ирбит, в соответствии с Законом о рекламе.

2. Прекратить рассмотрение дела согласно п. 1 ч. 1 ст. 48 Закона о защите конкуренции в связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства.

Председатель комиссии <.....>

Члены комиссии: <.....>

<.....>

Решение может быть обжаловано в течение трёх месяцев со дня его изготовления.