

Исх. № 25 от 25.02.2016г.

В Управление Федеральной антимонопольной  
службы по г. Москве  
107078, г. Москва, Мясницкий проезд, дом 4, стр.  
1 E-mail: [to77@fas.gov.ru](mailto:to77@fas.gov.ru)

**Организатор торгов:** Государственное  
унитарное предприятие города Москвы  
«Московский ордена Ленина и ордена Трудового  
Красного знамени метрополитен имени  
В.И.Ленина», в лице Контрактной службы.

- Почтовый адрес: 129110, Россия, г.Москва, Проспект  
Мира, д.41, стр.2.
- Контактное лицо: Штырков Алексей Михайлович
- Контактный телефон: 8(495)684-59-81
- Адрес электронной почты: [shtirkov-am@mosmetro.ru](mailto:shtirkov-am@mosmetro.ru)

**Обжалуемые торги:** аукциона в электронной  
форме на право заключения договора на право  
размещения и распространения рекламы в ГУП  
«Московский метрополитен»  
[http://tender.otc.ru/main/auction/Trade/View.aspx?  
Id=2049314#2076107](http://tender.otc.ru/main/auction/Trade/View.aspx?Id=2049314#2076107)

**Заявитель:** общество с ограниченной  
ответственностью «ОРИОН» ОГРН  
1147746473544  
юридический адрес (место нахождения): 127549,  
г. Москва, улица Мурановская дом 3.  
Телефон: 8-931-210-51-45, Факс: не используется  
Контактное лицо: Скрявницкая Вера Юрьевна  
E-mail: [verka1@list.ru](mailto:verka1@list.ru)

#### **Жалоба**

на нарушение процедуры торгов и порядка заключения договоров.  
Общество с ограниченной ответственностью «ОРИОН» имея желание принять  
участие в указанном аукционе, ознакомилось с документацией и усматривает в  
содержании документации нарушения порядка проведения торгов, которые  
мешают нам принять участие в этих торгах и делают невозможной подачу  
заявки до приведения таких торгов в соответствие с действующим  
законодательством.

Согласно пункта 2.4.1. аукционной документации, аукцион проводится в соответствии Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции", Приказом Федеральной антимонопольной службы от 10 февраля 2010 г. N 67 (далее – Правила).

Документация аукциона содержит ряд нарушений требований Правил:

1. В соответствии с п/п 2 п. 105 и пунктом 114 Правил Извещение и АД должны содержать сведения о: «месте расположения, описание и технические характеристики государственного или муниципального имущества, права на которое передаются по договору, в том числе площадь помещения, здания, строения или сооружения в случае передачи прав на соответствующее недвижимое имущество».

В аукционной документации не указаны места расположения и технические характеристики недвижимого имущества, права на которое передаются по договору. Передаваемое недвижимое имущество никак не идентифицировано.

Более того, согласно пункта 6.1.1. Технического задания (являющегося составной частью АД) Победитель сам выбирает места, где ему установить рекламные конструкции.

Так какое же конкретно недвижимое имущество передается по договору?

2. В соответствии с п/п 4 п. 105 и пунктом 114 Правил в Извещении и АД начальная (минимальная) цена договора указывается в размере ежемесячного или ежегодного платежа за право владения или пользования указанным имуществом.

В то же время в Извещении и АД начальная (минимальная) цена договора указана в размере платы за весь срок действия договора – 120 месяцев. А затем она неравномерно делится по годам.

3. Согласно п/п 3) пункта 114 Правил, АД должна содержать: «порядок пересмотра цены договора (цены лота) в сторону увеличения, а также указание на то, что цена заключенного договора не может быть пересмотрена сторонами в сторону уменьшения».

Указание на то, что цена договора **не может быть пересмотрена в сторону уменьшения в АД отсутствует**. Вопреки этому, в пункте 2.9. Проекта договора установлено, что: «ГУП «Московский метрополитен» имеет право в одностороннем порядке изменять цену Договора...».

4. Согласно п/п 16) пункта 114 Правил, АД должна содержать: «указание на то, что при заключении и исполнении договора изменение условий договора, указанных в документации об аукционе, по соглашению сторон и в одностороннем порядке не допускается».

Вопреки этой норме пункт 10.1. Проекта договора допускает изменение условий договора по соглашению сторон: «При исполнении настоящего Договора каждая из Сторон имеет право направить другой Стороне прошение о корректировке предельных объемов размещения рекламы в Год на 10% в

большую или меньшую сторону от установленного значения в Техническом задании с пропорциональным изменением Цены Договора». В дальнейшем, стороны вправе подписать изменения и дополнения к договору, согласно п.10.4 проекта договора.

5. Согласно п.112 Правил: «При разработке документации об аукционе запрещается включение в состав одного лота технологически и функционально не связанного государственного или муниципального имущества».

Вопреки этому правилу в один лот включено имущество и не связанные с ним имущественные права двух разных собственников.

Так, собственником **недвижимого** имущества метрополитена, является субъект РФ – город федерального значения Москва (в лице Департамента городского имущества города Москвы).

Собственником **подвижного состава** – вагонов – является ГУП «Московский метрополитен».

Собственником **логотипа**, право пользования которым продается, также является ГУП «Московский метрополитен».

Собственником световых коробов (движимого имущества), которые уже установлены в метрополитене является ГУП «Московский метрополитен». Одновременно с этим, в одном лоте ГУП «Московский метрополитен» продает право распространения рекламных материалов через кассы метрополитена и право проведения промоакций на станциях метрополитена.

Считаем, что имущество разных собственников не может быть объединено в одном лоте.

Кроме того, право использования логотипа ГУП «Московский метрополитен» не имеет технологической и функциональной связи с правом размещения и распространения рекламы в метро.

Более того, это метрополитен должен платить владельцу рекламных носителей за размещение логотипа метрополитена на принадлежащих владельцу рекламных конструкциях. Иное противоречит смыслу гражданских правоотношений.

Также отсутствие технологической и функциональной связи между различными видами имущества и имущественными правами, перечисленными выше выражается в том, что кроме предоставления прав на недвижимое государственное имущество, для всего остального проведение торгов не обязательно.

6. Все перечисленные нарушения, помимо того, что являются нарушениями установленного порядка проведения торгов еще и ограничивают доступ к участию в таких торгах тем, что приобретение права размещения и распространения рекламы в метро поставлено в зависимость от одновременной покупки у ГУПа его логотипа, его световых коробов и других не связанных с предметом торгов имущественных и неимущественных (типа промоакций) прав.

Фактически всё перечисленное продается «в нагрузку» к праву размещения и распространения рекламы на недвижимом имуществе

метрополитена.

Поскольку эти торги, как заявлено в АД проводятся в соответствии с Законом о защите конкуренции, то нарушение прямого запрета, установленного частью 2 статьи 17 Закона о защите конкуренции, является нарушением процедуры торгов.

Таким образом, проводимые торги содержат значительное количество нарушений Правил, предусмотренных Приказом Федеральной антимонопольной службы от 10 февраля 2010 г. N 67.

**7. Помимо изложенного, считаем, что реклама, размещаемая на недвижимом имуществе метрополитена, является наружной рекламой.** Торги на право размещения рекламных конструкций наружной рекламы должны проводиться в соответствии с правилами статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе).

Во-первых это следует из ст. 19 Закона о рекламе, а во-вторых соответствующая правовая позиция была высказана постановлением ФАС Западно-Сибирского округа от 22.05.2013 по делу N А45-21897/2012 и с ней согласился ВАС РФ определением от 19.09.2013 N ВАС-12507/13 по делу N А45-21897/2012:

*«К названным торгам не применяются правила статьи 17.1 Закона о защите конкуренции о порядке заключения договоров, связанных с переходом прав владения и (или) пользования в отношении государственного или муниципального имущества (постановления Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 12.04.2011 N 15248/10, от 25.12.2012 N 11237/12).*

*...Поскольку Закон о рекламе не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций и из буквального содержания пункта 1 статьи 19 названного Закона следует, что рекламной конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения рекламы, суд кассационной инстанции считает, что стена помещения метрополитена с размещенным на ней рекламным изображением в виде аппликации на самоклеющейся пленке, является средством стабильного размещения рекламы (рекламной конструкцией).*

*С учетом изложенного вывод суда апелляционной инстанции о том, что размещенная на станциях метрополитена (стены и пол) реклама в виде аппликаций на самоклеющейся пленке не относится к наружной является ошибочным».*

Аналогичная правовая позиция была высказана постановлением девятого арбитражного апелляционного суда от 15.02.2007 №09АП-338/2007-АК по делу №А40-66040/06-151-394.

Так, частью 5.1 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что торги на право размещения рекламных конструкций проводятся только в отношении мест размещения таких конструкций, включенных в схему размещения рекламных конструкций, утвержденную в установленном порядке.

**Применительно к этим торгам никакой схемы нет. Места размещения рекламных конструкций не определены.**

Таким образом, отсутствует правовая основа и предмет для проведения таких торгов в виде утвержденных мест размещения рекламных конструкций.

Недвижимое имущество метрополитена находящееся в государственной собственности города Москвы закреплено на праве хозяйственного ведения за ГУП «Московский метрополитен». В этом случае действует правило части 6 статьи 19 Закона о рекламе согласно, которого соответствующий договор заключает ГУП с согласия собственника и с соблюдением требований, установленных частью 5.1 Закона о рекламе (торги и схема).

При таких обстоятельствах организатор торгов, вместо проведения торгов в соответствии с законодательством РФ, предлагает участникам торгов вступить в совершенно непонятные правоотношения и считать договор вместе с аукционной документацией приоритетными по отношению к любым нормам законодательства (так прямо написано в пункте 2.4.5. АД).

Считаем, что объявленные торги должны быть аннулированы, поскольку полностью противоречат действующему законодательству и порядку проведения таких торгов, как в части Приказа Федеральной антимонопольной службы от 10 февраля 2010 г. N 67, так и в части правил статьи 19 Закона о рекламе. Порядок проведения аукциона не соответствует предмету торгов, и такие противоречия не могут быть устранены путем внесения изменений.

Исходя из изложенного прошу:

- Признать жалобу обоснованной.
- Выдать организатору торгов предписание о совершении действий, направленных на устранение нарушений порядка организации и проведения торгов.

Перечень прилагаемых к жалобе документов: документы не прилагаются.

Генеральный директор

В.В. Потапов