

В Федеральную антимонопольную службу России
(Центральный аппарат)
г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 11, Д-242, ГСП-3

В Управление Федеральной антимонопольной
службы по Челябинской области
г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Заявитель: _____

Орган, чьи действия обжалуются **Управление наружной рекламы и информации**
(ответчик): **Администрации г. Челябинска**
454091, г. Челябинск, ул. Воровского, 2 - 405

**Заявление
о нарушении антимонопольного законодательства**

Управлением наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска, в соответствии с решением Челябинской городской Думы № 50/11 от 25.03.2014г. были объявлены торги в форме открытого аукциона по продаже прав на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в г. Челябинске, проводимые 29.04.2016 года.

Сообщения о торгах были опубликованы на официальном интернет-ресурсе Администрации города Челябинска по адресу в сети Интернет: <http://cheladmin.ru/> (извещение о проведении аукциона 29.04.2016 г.).

была подана заявка на участие в указанном аукционе по лоту № 14.

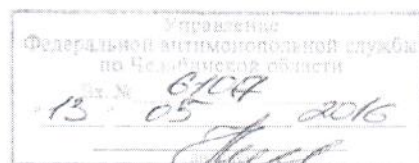
При этом в состав лота № 14 входят **тридцать четыре** рекламных места, в настоящее время используемых несколькими крупными рекламными агентствами.

По результатам проведенного аукциона победителем по указанному лоту признано лицо, сделавшее сразу 700 шагов с ценовым предложением 75 000 000 (семьдесят пять миллионов) рублей.

Вышеприведенные факты позволяют сделать вывод о том, что организатором торгов при формировании лотов было отдано предпочтение тем участникам, с которыми уже были ранее заключены договоры аренды аналогичные тем, право на заключение которых выставлено на спорных торгах.

В соответствии со ст. 17 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ "О защите конкуренции" при проведении торгов, запроса котировок цен на товары, запроса предложений запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, в том числе создание участнику торгов, запроса котировок, запроса предложений или нескольким участникам торгов, запроса котировок, запроса предложений преимущественных условий участия в торгах, запросе котировок, запросе предложений, в том числе путем доступа к информации, если иное не установлено федеральным законом.

Кроме того в соответствии со ст. 15 указанного Федерального закона органам местного самоуправления, а так же иным осуществляющим функции указанных органов органам запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят



или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в том числе запрещается создание дискриминационных условий.

Согласно п. 4 Положения о порядке распространения наружной рекламы и информации в городе Челябинске, утвержденного Решением Челябинской городской Думы от 10.12.2013 № 46/27 предметом торгов является право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Челябинска.

В соответствии с пунктом 56 Положения о торгах победитель торгов, оплативший право на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции и оформивший надлежащим образом разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, приобретает право на монтаж рекламной конструкции.

Органом местного самоуправления определено право заявителя на обращение в орган, уполномоченный на выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, о возможности установить рекламную конструкцию, в том числе по результатам проведения торгов, и данное право Положением не ставится в зависимость от того, как в последующем организатор формирует лоты.

Также представительный орган местного самоуправления определил порядок организации торгов, в том числе установил предмет торгов, указав его как право по итогам Аукциона заключить договор на установку и эксплуатацию одной рекламной конструкции определенного вида на муниципальном недвижимом имуществе (рекламном месте).

Кроме того, в последующем в соответствии с муниципальным правовым актом (пункт 56 Положение о торгах) победителю торгов необходимо оформить разрешение на установку конкретной рекламной конструкции в определенном месте, имеющем адресный ориентир, после чего он получает право на ее монтаж.

Таким образом, действия Управления наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска по объединению в один лот нескольких земельных участков являются неправомерными.

В результате указанных действий организатора торгов по укрупнению состава лотов были созданы благоприятные условия для участия в аукционе уже пользующимся рекламными щитами крупным игрокам рынка рекламных услуг (монополистам). Эти же условия не позволили как Арбузину А.В., так и другим возможным приобретателям, не относящимся к крупным участникам, участвовать в аукционе по приобретению отдельных земельных участков, входящих в указанные лоты. В связи с чем, Арбузин А.В. вынужден был участвовать в торгах на право заключения договоров в отношении нескольких договоров на право на установки и эксплуатации рекламных конструкций, а иные юридические и физические лица, отказались от подачи заявок, поскольку могли бы выиграть торги по одному-двум договорам, но не по лотам, объединяющим одновременно десятки договоров.

Тем самым, Управление исключило из круга возможных участников аукциона представителей малого бизнеса, и соответственно уменьшило возможную прибыль от проведения торгов, каковые действия являются направленными на недопущение конкуренции, причинение ущерба муниципальной казне и совершенными в интересах нескольких рекламных компаний.

Кроме того, цена продажи лота № 14 составила 75 000 000 рублей, в следствии того, что действующим в целях ограничения конкуренции победителем торгов, было заявлено сразу 700 шагов от начальной цены аукциона.

Явно видно, что при таком способе участия в аукционе у победителя торгов прослеживается намерение создать такую сумму покупки лота, на которую не согласится ни один разумный предприниматель. Причем уже сейчас можно говорить, что сумма, заявленная победителем торгов не будет им оплачена, поскольку прибыль от использования рекламных конструкций, выставленных на аукцион, с лихвой перекроет потерю задатка за участие в торгах. Эта прибыль будет получена текущими владельцами рекламных конструкций в

период, который понадобится Управлению для назначения и проведения нового аукциона, т.е. как минимум шесть месяцев.

В пользу данного довода отмечаем то, что при выставлении на торги на право установки и эксплуатации рекламной конструкции Управлением наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска такие не произвело освобождение земельных участков от ранее размещенных на них рекламных конструкций, что так же свидетельствует о возможности использования участков, на которых должны быть установлены конструкции только их предыдущими владельцами либо о невозможности их использования по целевому назначению вообще.

В случае же приобретения прав на установку рекламных конструкций Арбузиным А.В., а равно иным лицом, они должны будут понести дополнительные расходы на освобождение земельного участка от рекламной конструкции срок разрешения на которую истек, что отразилось бы негативным образом на экономическом эффекте использования приобретенного земельного участка.

Пунктом 5.6 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что 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.

Пунктом 10 статьи 19 Закона о рекламе установлено, что установка и эксплуатация рекламной конструкций без разрешения, срок действия которого не истек, не допускаются. В случае установки и (или) эксплуатации рекламной конструкции без разрешения, срок действия которого не истек, она подлежит демонтажу на основании предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа, на территории которых установлена рекламная конструкция.

Согласно пункта 21 статьи 19 закона о рекламе, владелец рекламной конструкции обязан осуществить демонтаж рекламной конструкции в течение месяца со дня выдачи предписания органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа о демонтаже рекламной конструкции, установленной и (или) эксплуатируемой без разрешения, срок действия которого не истек, а также удалить и информацию, размещенную на такой рекламной конструкции в течение трех дней со дня выдачи указанного предписания.

Между тем, я проехал по указанным в лоте местам размещения конструкций, и установил, что ни рекламные конструкции, несмотря на истечение срока разрешения, остаются на своих местах, что подтверждается данными фотофиксации.

Таким образом, Управлением наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска намеренно созданы условия проведения аукциона, при которых предыдущие владельцы рекламных конструкций, расположенных на земельных участках, права на установку которых выставлены на аукцион, не только не разобрали свои рекламные конструкции, права пользования которыми давно истекли, но и продолжают и будут продолжать ими пользоваться за пределами сроков ранее заключенных договоров, путем исключения представителей малого бизнеса из участия в аукционе.

Для этого Управлением наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска сформирована заниженная цена задатка для участия в аукционе и неправомерный состав лотов, которые позволяют срывать аукцион. В случае разбития лотов на более мелкие части, и установления на каждый из них соответствующего задатка, недобросовестным участникам не удалось бы срывать аукцион.

В результате казна муниципального органа не получает денежные средства от продажи прав на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, конструкции прежних владельцев остаются на тех же местах за пределами сроком, установленных ранее выданными разрешениями, а продажа прав на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, заблокирована при активном содействии Управлением наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска.

При указанных обстоятельствах просим вынести в отношении Управления наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска предписание, которым:

1. Обязать Управление наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска устранить нарушения порядка организации торгов в форме открытого аукциона по продаже прав на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в городе Челябинске, состоявшихся 29.04.2016, по лоту №14.

2. Обязать Управление наружной рекламы и информации Администрации г. Челябинска принять решение об аннулировании результатов Аукциона по продаже прав на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в городе Челябинске, состоявшихся 29.04.2016 г., по лоту №14.



Приложения:

1. Распечатка извещения о проведении аукциона
2. Копия заявки на участие
3. Копия уведомления о признании участником торгов