



АПР-СИТИ/ТВД

В Управление Федеральной антимонопольной службы
по Ивановской области
153000, г. Иваново, ул. Жарова, 10

*Сурганов И. И.
Директор филиала
в г. Иваново
24.07.16*

Заявитель: ООО «АПР-Сити/ТВД»

Юридический адрес: 142703, Московская обл., Ленинский
р-н, г. Видное, ул. Донбасская, д. 2.
Фактический адрес: 143421, Россия, Московская обл.,
Красногорский район, 26 км. автодороги «Балтия», бизнес-
центр «Рига Ленд», стр. 1
тел.: +7 (495) 626-52-00
факс: +7 (495) 626-52-01
E-mail: arebrikov@russoutdoor.ru

Организатор торгов: Администрация города Иваново
153000, город Иваново, пл. Революции, д. 6

ЖАЛОБА
на действия организатора торгов
(в порядке ст. 18.1. ФЗ «О защите конкуренции»)

13 июля 2016 на сайте Администрации городского округа Иваново по адресу <http://ivgoradm.ru/narrekllkonkurs/konkurs1.htm> опубликована документация о конкурсе на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

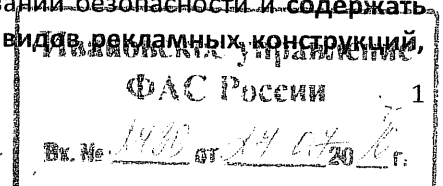
Дата окончания приема заявок установлена 14 августа 2014 года. Дата подведения итогов установлена 15 августа 2016 года.

Заявитель не подавал заявку на торги, однако в силу ч. 2 ст. 18.1 ФЗ «О защите конкуренции» обладает правом на подачу настоящей жалобы, т.к. допущенные Организатором нарушения связаны с нарушением установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов (в части информирования о порядке определения победителя и предмета торгов). Условия торгов ущемляют права Заявителя, так как возлагают на него обязанности, противоречащие действующему законодательству, а подача заявки предполагает согласие претендента с такими условиями:

1. Органы местного самоуправления не утвердили надлежащую схему размещения рекламных конструкций, что делает невозможным проведение торгов.

В силу ч. 5.1 ст. 19 ФЗ «О рекламе» торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции после утверждения схем размещения рекламных конструкций проводятся органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

В силу ч. 5.8 ст. 19 ФЗ «О рекламе» 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,



И. И. Сурганов

площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации. **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".**

Статьей 4 Федерального закона от 07.05.2013 N 98-ФЗ определено, что такие схемы должны быть утверждены до 01 января 2014 года.

Решением Ивановской городской думы от 26 марта 2014 г. N 719 утверждена «Схема размещения на территории города Иванова рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности города Иванова, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, либо на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Ивановской области, либо на земельных участках, принадлежащих на праве собственности Российской Федерации». Указанная схема представляет собой таблицу, содержащую информацию о месте размещения (адресе), виде рекламной конструкции, технических характеристиках, площади информационного поля.

В нарушение ч. 5.8. ст. 19 ФЗ «О рекламе» карты размещения рекламных конструкций в указанной схеме отсутствуют. В отсутствие такой карты, установить место установки рекламной конструкции на местности, то есть в привязке к объектам капитального строительства или линейным сооружениям, невозможно.

В приложении № 1 к конкурсной документации приведено графическое изображение мест размещения рекламных конструкций, выставляемых на торги, которое представляет собой графический материал сервиса «Яндекс.Карты» без указания масштаба с указанием точек размещения рекламных конструкций. Топографическая съемка либо координаты мест установки отсутствуют.

Такое графическое изображение не было утверждено представительным органом местного самоуправления в качестве схемы и не согласовано с уполномоченным органом исполнительной власти Ивановской области.

Таким образом, органы местного самоуправления города Иванова не приняли схему размещения рекламных конструкций в смысле ч. 5.8 ст. 19 ФЗ «О рекламе». А значит не вправе проводить торги на право установки и эксплуатации рекламных конструкций.

Указанное нарушение было выявлено Ивановским УФАС и ранее, при рассмотрении жалобы ООО «Райдо» на Управления по делам наружной рекламы, информации и оформления города администрации (решение от 18 декабря 2014 г., разъяснения от 05.02.2015 г.).

2. В нарушение ФЗ «О рекламе» на победителя торгов возлагается обязанность по согласованию мест установки рекламных конструкций с инженерными службами и уполномоченными органами и предоставлению документов, истребование которых запрещено.

Конкурсная документация включает проект договора, содержащий пункт 1.2 следующего содержания: «Рекламораспространитель вправе установить на муниципальных рекламных местах рекламные конструкции при наличии полностью полученных согласований инженерных служб и уполномоченных органов после получения в установленном порядке разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.», а также пункт 2.4.11 «Провести при необходимости работы по сбору технических условий организаций, осуществляющих эксплуатацию сетей инженерно-

технического обеспечения, предусматривающих максимальную нагрузку и сроки подключения к сетям инженерно-технического обеспечения, для размещения рекламных конструкций.».

Вместе с тем, в силу ч. 9 ст. 19 ФЗ «О рекламе» разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции является единственным необходимым документом для её установки. Ч. 13 ст. 19 ФЗ «О рекламе» содержит императивную норму о том, что согласование с уполномоченными органами, необходимое для принятия решения о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче является обязанностью органа местного самоуправления. Заявитель вправе, но не обязан получать такие согласования.

Более того, при проведении торгов на право установки и эксплуатации рекламных конструкций не могут возникнуть основания для отказа в выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, предусмотренные ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе», так как организатор торгов на момент проведения торгов имеет возможность согласовать и оценить предполагаемые места установки рекламных конструкций. Отказ в выдаче разрешений может быть оценен на предмет наличия в данных действиях органа местного самоуправления нарушения пункта 2 части 1 статьи 15 Федерального закона «О защите конкуренции» (Письмо ФАС России «О торгах на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций» № АК/35008 от 26.10.2012, Решение и определение Московского областного УФАС России от 04 июня 2015 г. по делу № 08-21/8-15).

Кроме того, в силу ч. 12 ст. 19 ФЗ «О рекламе» орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа не вправе требовать от заявителя представления документов и сведений, не относящихся к территориальному размещению, внешнему виду и техническим параметрам рекламной конструкции.

Однако требования о предоставлении таких документов содержатся в проекте договора, а именно в п. 2.2.2, 2.4.11 (техническая и проектная документация), п. 2.4.1 (договор энергоснабжения).

3. Проект договора изначально предусматривает возможность предоставления победителю мест, которые не были предметом торгов, что запрещено ч. 5.1. ст. 19 ФЗ «О рекламе».

Проект договора содержит пункт 1.4: «В случае, если в период действия настоящего договора будут внесены изменения в Схему размещения на территории города Иванова рекламных конструкций, предусматривающие изменения типов и видов рекламных конструкций, разрешенных к размещению на муниципальных рекламных местах, указанных в пункте 1.1. настоящего договора, Рекламораспространитель вправе по своему выбору либо установить на данных местах конструкции новых типов и видов (после оформления разрешений на их установку и эксплуатацию), либо отказаться от договора в части данных муниципальных рекламных мест....»

В связи с передачей полномочий по разработке схемы Администрации города Ивановской городской Думой принято Решение от 29.06.2016 N 244 «О признании решений Ивановской городской Думы, утверждающих схемы размещения рекламных конструкций на территории города Иванова, утратившими силу», из текста которого усматривается что именуемая схема будет отменена в ближайшее время.

С учетом того, что организатором конкурса является Администрация города Иванова и одновременно к ней же перешли полномочия по разработке схемы, включение такого пункта в условия договора означает, что организатору торгов заведомо известно о том, что схема будет изменена и в отношении мест, выставленных на торги.

В силу ч. 8 ст. 448 ГК условия договора, заключенного по результатам торгов в случае, когда его заключение допускается только путем проведения торгов, могут быть изменены сторонами, если это изменение не влияет на условия договора, имевшие существенное значение для определения цены на торгах, а также в иных случаях, установленных законом.

Изменение типа и вида рекламной конструкции имеет существенное значение для определения цены предмета торгов, так как определяет расходы на реализацию итогов торгов и размер платы по заключенному договору.

Например, в состав лота включено 67 конструкций типа «призматрон». Ежегодный платеж за конструкции такого типа составит 4 686 тыс. руб. в год. При замене типов конструкции на статичные, размер платежа уменьшится в три раза и составит 1594 тыс. руб. в год. Одновременно с этим, победитель торгов сэкономит на установке конструкций, так как стоимость призматрона с установкой составляет в среднем 0,8 млн. рублей, а статичной конструкции 0,2 млн. рублей.

Таким образом, победитель торгов может получить преимущества, на которые иные участники торгов не рассчитывали при подаче заявок, а значит такие условия проекта договора не соответствуют ч. 8 ст. 448 ГК. Организатор торгов предоставляет победителю право установить конструкции, которые не проходили через процедуру торгов, что запрещено ч. 5.1. ст. 19 ФЗ «О рекламе».

4. Конкурс проводится ненадлежащим лицом.

Решением Ивановской городской Думы от 20.12.2006 N 315 утверждено «Положение о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова или в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова» (далее – Положение о торгах).

Пунктом 2.1. указанного Положения о торгах установлено, что Организатором торгов по продаже прав на размещение рекламных конструкций на любых муниципальных рекламных местах выступает управление по делам наружной рекламы, оформления и информации г. Иванова.

Таким образом, непосредственно Администрация города Иванова организатором торгов выступать не может.

5. Критерии оценки заявок сформулированы таким образом, что победителем торгов станет не лучшая заявка, а первая поданная.

В Постановлении ВАС от 25.12.2012 № 11237/12 по делу А41-10785/11 высказана правовая позиция, согласно которой на организаторе торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций лежит обязанность обеспечить их публичность и открытость по составу надлежащих участников, единые и понятные для участников требования к конкурсной документации, процедуре участия в торгах, максимально четкие критерии отбора победителя, обеспечивающие сопоставимость поданных участниками предложений, в том числе с учетом реальности их осуществления и эффективности. Исходя из характера и субъектного состава подлежащих урегулированию отношений торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций проводятся в целях предоставления равных возможностей участия лицам, ведущим бизнес в сфере рекламы, развития между ними добросовестной конкуренции, соблюдения требований законодательства о конкуренции и рекламе, а также обеспечения гласности и прозрачности, предотвращения коррупции при предоставлении мест для размещения рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в публичной собственности.

Положением о торгах установлено, что торги проводятся в целях:
устойчивого пополнения городского бюджета за счет размещения рекламных конструкций;
создания равных условий и возможностей для получения муниципальных рекламных мест на территории города (п. 1.2.)

Основными принципами организации и проведения торгов являются равные условия для всех претендентов, открытость, гласность и состязательность проведения торгов (п. 1.3).

Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу - лицо, которое по заключению конкурсной комиссии предложило лучшие условия (п. 1.5.2).

Конкурсная документация предусматривает 2 критерия определения победителя, а именно: стоимость права и объем размещаемой социальной рекламы. При этом порядок оценки заявок таков, что предложения по цене свыше 27 млн. рублей не получают дополнительных баллов. Также не получают дополнительных баллов предложения по объёму социальной рекламы свыше 10 %. Иными словами, порядок оценки не выявляет лучшую заявку. Участник, сделавший наилучшее предложение не обязательно будет признан победителем, так как получит равное количество баллов с худшей заявкой с предложением по цене 27 млн. рублей и по социальной рекламе 10 %. При равенстве баллов победителем признается лицо, чья заявка подана раньше.

Указанный порядок оценки заявок не соответствует ни Положению о торгах, ни сути конкурса, так как не выявляет лучшую заявку. При этом несёт в себе коррупционную составляющую, так как большей долей вероятностью победителем станет лицо, которое раньше всего зарегистрировано в журнале приёма заявок.

С учетом изложенного и на основании ст. 18.1 ФЗ «О защите конкуренции»,

ПРОШУ:

1. Приостановить проведение торгов до рассмотрения настоящей жалобы.
2. Признать жалобу Заявителя обоснованной, а действия организатора торгов незаконными.
3. Выдать организатору торгов предписание об устранении нарушений, допущенных при проведении торгов.

Представитель ООО «АПР-Сити/ТВД» по доверенности
Ребриков А.В.

27 июля 2016 г.

Приложения:

- доверенность;
- конкурсная документация.

