

Руководителю Управление Федеральной  
антимонопольной службы по Свердловской  
области  
620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11

Шалабодову Д.В.

от Индивидуального предпринимателя

(Адрес: 620087, г. Екатеринбург, ул.

ОГРНИП 306962319400069)

тел/факс 89222011239

e-mail: sok48an@mail.ru

Организатор торгов, действия которого  
обжалуются: ГКУ «Фонд имущества  
Свердловской области»  
620000, Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка,  
д. 111

### ЖАЛОБА

на действия организатора по открытому аукциону на право заключения договоров на  
установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных в границах  
придорожных полос автомобильной дороги «г. Екатеринбург – аэропорт «Кольцово»

По адресу [http://fiso96.ru/privatizaciya/prodazha\\_imuschestva/](http://fiso96.ru/privatizaciya/prodazha_imuschestva/) размещено извещение о  
проведении аукциона на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных  
конструкций, расположенных в границах придорожных полос автомобильной дороги «г.  
Екатеринбург – аэропорт «Кольцово», проведение которого назначенного на 13.10.2016.

**Номер извещения (заказа): 1**

**Наименование торгов:** открытый аукцион в электронной форме на право заключения  
договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных в границах  
придорожных полос автомобильной дороги «г. Екатеринбург – аэропорт «Кольцово», сроком на  
восемь лет.

**Дата и время окончания срока подачи заявок на участие в открытом аукционе:**  
10.10.2016 в 16:00

**Начальная (минимальная) цена предмета аукциона:** 2 207 260,00 рублей.

**Организатор:** Государственное казенное учреждение Свердловской области «Фонд  
имущества Свердловской области». Место нахождения: 620000, Екатеринбург, ул. Мамина-  
Сибиряка, д. 111 Почтовый адрес: 620000, Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, д. 111, адрес  
электронной почты: [fiso@fiso96.ru](mailto:fiso@fiso96.ru), Номер контактного телефона: (343) 229-00-07.

Я, Индивидуальный предприниматель \_\_\_\_\_ планирую подавать заявку на участие  
в аукционе (Лот № 3), но считаю, что организатором аукциона нарушаются требования ст. 17  
Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

1. Установление технических требований к рекламной конструкции Ситиборд (щит),  
указанных в документации к аукциону ограничивает конкуренцию, необоснованно препятствуют  
осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами, в том числе путем установления не  
предусмотренных законодательством Российской Федерации требований:

Документация об аукционе не может содержать требования к товару, информации,  
работам, услугам, если такие требования влекут за собой ограничение количества участников  
размещения заказа, а также препятствуют расширению возможностей для участия физических и  
юридических лиц в размещении заказов и стимулированию такого участия, развитию  
добросовестной конкуренции,

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 17 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите  
конкуренции» при проведении торгов запрещаются действия, которые приводят или могут  
привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, в т.ч. создание участнику  
торгов или нескольким участникам торгов преимущественных условий участия в торгах.

Согласно ч. 2 ст. 1 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите  
конкуренции» основами защиты конкуренции являются предупреждения и пресечения

Вх. № 01-16180  
10.10.2016 г.

монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями.

В нарушение вышеуказанных норм действующего законодательства Организатор установил противоречивые требования к рекламным конструкциям в рамках одного аукциона, предъявил требования, которые исключают возможность участия в аукционе представителей малого и среднего бизнеса, не имеющих значительных оборотных средств, а именно:

Аукцион № 1 (объявлен 13.09.2016 г.), в котором, помимо прочего, организатором выставлен Лот № 3: право на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных в границах придорожных полос автомобильной дороги «г. Екатеринбург – аэропорт «Кольцово», сроком на восемь лет в отношении 22 (двадцати двух) мест размещения рекламных конструкций вида Ситиборд (щит), п.2.3. Извещения содержит в себе общие требования к рекламным конструкциям, а именно: размер 3 метра на 6 метров, технология смены изображения: статическая.

При этом техническими требованиями к установке и внешнему виду рекламных конструкций «СИТИБОРД» предусмотрены технологии замены изображений: скроллер (т.е. динамическая), переклейка и натяжение (статические), что противоречит содержанию извещения и не удовлетворяет требованию определенности.

В совокупности, из документации, следует смешение двух типов рекламных конструкций, используемых на рекламном рынке, а именно:

1. Ситиборд - конструкция формата 3,7 на 2,7 метра. Имеется внутренняя подсветка. Возможно как статическое размещение информации, так и динамическое.

2. Биллборд - конструкция стандартного формата 3 на 6 метров. Конструктивно не может иметь внутренней подсветки.

При использовании стекла в рекламной конструкции, способ смены изображения в виде переклейки невозможен по той причине, что техническими характеристиками такой конструкции, переклейка осуществляется исключительно на фанеру.

Исходя из принятых на рынке рекламных услуг типов и конструктивных особенностей, все изготовители рекламных конструкций имеют производственные мощности и их ориентацию исключительно на эти форматы. На интернет сайтах изготовителей рекламных конструкций отсутствуют предложения о возможности изготовления рекламных конструкций, заявленных Организатором аукциона.

Наличие одновременно условий в части технологий замены изображений скроллер и переклейка (натяжение) полотна конструктивно неисполнимо.

Заявитель полагает, что объединение в один предмет конструктивных особенностей различных форматов рекламных конструкций, технологически и функционально не связанных друг с другом, приводит к необоснованному ограничению количества участников аукциона.

Так, подобное совмещение в одной рекламной конструкции технических особенностей рекламных конструкций разных типов (форматов) приводит к существенному удорожанию стоимости их производства. По предварительной оценке стоимость изготовления одной рекламной конструкции будет составлять около 600 000 рублей, без учета доставки, монтажа и иных накладных расходов. Данное обстоятельство безоговорочно приведет к ограничению участия в аукционе субъектов малого и среднего предпринимательства, ввиду дороговизны изготовления рекламных конструкций.

2. Как следует из Схемы и паспорта размещения рекламных конструкций, в зоне видимости от рекламных конструкций отсутствуют какие-либо источники электроэнергии – распределительные щиты, трансформаторные подстанции понижающего напряжения и иные электроустановки. При этом техническими требованиями к аукциону предусмотрено обязательное наличие внутренней подсветки. Постановление Правительства РФ от 27.12.2004 N 861 (ред. от 09.08.2016) "Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы оптового рынка и оказания этих услуг и Правил технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям" содержит указание на то, что к критериям наличия технической возможности технологического присоединения, в том числе относится, отсутствие необходимости реконструкции или расширения (сооружения новых) объектов электросетевого хозяйства

смежных сетевых организаций либо строительства (реконструкции) генерирующих объектов для удовлетворения потребности заявителя. В случае несоблюдения этого критерия считается, что техническая возможность технологического присоединения отсутствует.

Таким образом выполнить условие о наличии внутренней подсветки является неисполнимым как на момент проведения торгов, так и после вероятной победы в нем.

Отсутствие освещения на рекламной конструкции в дальнейшем может повлечь выдачу предписания со стороны Министерства по управлению государственным имуществом Свердловской области (МУГИСО) на приведение рекламной конструкции в соответствие с требованиями, ранее указанными в аукционной документации и, как следствие, может привести к последующему предписанию о демонтаже рекламной конструкции по причине невозможности выполнить названные требования. Кроме того, согласно п. 5.2 предполагаемого договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в случае неисполнения обязанности по обеспечению электроснабжения рекламной конструкции предусмотрена договорная неустойка.

3. Схемой расположения закрепляются требования к расстоянию от края проезжей части до рекламной конструкции, при этом не указывается до какой из частей конструкции производится данное измерение: до ближайшей к проезжей части стороне опоры или же ближайшему краю информационного поля.

Требования, предъявляемые в частности, к конструкциям № 080601 и 080602 не позволяют фактически расположить их в указанных местах по причине нахождения в указанных местах зеленых насаждений, при этом, учитывая месторасположение – оживленная магистраль, ценность пород деревьев, уполномоченным органов в выдаче разрешения на спил деревьев, мешающих установке конструкций, будет отказано. Таким образом, установить указанные конструкции невозможно ни в настоящее время, ни в будущем.

ГОСТ Р 2044-2003 определяет границы коридора безопасности (расстояние от края проезжей части до конструкции), которые по общему правилу составляет 0,6 м, при этом, аукционная документация устанавливает требования от 12 до 24 метров, что существенно отличается от установленных законом допусков.

4. Требования, касающиеся использования строго определенных материалов – алюминий и закаленное стекло необоснованные, т.к. использование данных материалов повышают риск неправомерного посягательства третьих лиц (вандализм в отношении стекол, хищение в отношении алюминия) на рекламные конструкции ввиду ценности на вторичном рынке, используемых при их изготовлении, металлов и ввиду отдаленности мест установки рекламных конструкций от населенных пунктов, что в перспективе повлечёт неоправданно завышенные расходы на их восстановление.

Данное обстоятельство также ограничивает возможность участия в торгах субъектов малого и среднего предпринимательства, ввиду высокой стоимости проведения ремонтных/восстановительных работ.

Технические требования аукциона в части цветовой палитры ссылаются на Концепцию оформления и размещения объектов наружной рекламы на территории Свердловской области, однако отсутствуют данные о вступлении данного документа в силу, он не опубликован в официальных и иных источниках информации, в связи с чем, не имея возможности ознакомления с его содержанием участник аукциона не в состоянии оценить свои возможности и, как следствие, выполнить предъявляемые требования.

На основании доводов, изложенных в пунктах 1-4 настоящей жалобы, можно сделать вывод, что:

1. установленные Организатором аукциона требования направлены на то, что условия аукциона создавались под заранее известное и определённое лицо, к которому не будут применяться санкции при несоблюдении технических требований к рекламным конструкциям

2. Организатор аукциона может намеренно не требовать исполнения всех технических требований у заранее определенного победителя аукциона, благодаря чему тот сможет установить наиболее дешевую конструкцию, выполнив лишь удобные ему требования, например, обеспечив переклейку бумажного постера и натяжение винилового полотна, не обеспечив технологию «скроллер», рекламное окно из закаленного стекла и внутреннюю подсветку;

3. В случае победы в аукционе иного лица Организатор торгов будет иметь возможность в любой момент аннулировать выданные разрешения в связи с тем, что победитель аукциона не выполнил все технические требования.

Кроме того, считаю, что отдельно следует отметить, что в соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 26.10.2012 № АК/35008 «О торгах на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций», при проведении торгов

необходимо учитывать положения статьи 17 Федерального закона "О защите конкуренции", которая устанавливает запрет на действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, при проведении торгов, запроса котировок цен на товары.

В сфере распространения наружной рекламы, помимо случаев, указанных в статье 17 Федерального закона "О защите конкуренции", ограничение конкуренции при проведении торгов на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции возможно выявить в нескольких аспектах, в частности:

- при формировании лотов (количество мест для установки рекламных конструкций в одном лоте; вид, формат рекламных конструкций, планируемых к размещению на нескольких местах, объединенных в один лот; территориальная расположенность мест для установки рекламных конструкций в одном лоте).

При оценке проводимых торгов на предмет наличия ограничения конкуренции с точки зрения критерия формирования лотов ФАС России полагает необходимым отметить следующее.

Федеральный закон "О рекламе" не содержит запрета на объединение в один лот заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в нескольких местах, предназначенных для установки и эксплуатации рекламных конструкций.

Однако подобное объединение должно быть произведено таким образом, чтобы не была ограничена конкуренция по доступу на рынок услуг по распространению рекламы.

По мнению ФАС России, включение в один лот мест из различных зон, на которые разделена территория муниципального образования для целей установки рекламных конструкций (при наличии такого "зонирования" территории муниципального образования) - пропорционально доле информационных полей рекламных конструкций, расположенных в разных зонах, может выступать в качестве одного из признаков отсутствия ограничения конкуренции при формировании лотов.

Оценка объединения в один лот нескольких мест для установки рекламных конструкций разного формата на предмет возможности отнесения такого условия проведения торгов к ограничивающим конкуренцию должна проводиться с учетом технологического сходства эксплуатации рекламных конструкций их владельцами, и соответственно возможности участия в торгах за такой лот лица, осуществляющего эксплуатацию рекламных конструкций одного формата.

Руководствуясь ст.1, 15 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»:

1. Приостановить данный аукцион;
2. Провести внеплановую проверку;
3. Обязать Организатора устранить нарушения действующего законодательства путем внесения изменений в технические требования, в том числе в части конкретизации вида и технологии смены изображения.

*С уважением,*

**Индивидуальный предприниматель**