



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ по жалобе № 135/18.1 - 2016

21.10.2016

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению жалоб по рассмотрению жалоб на действие (бездействие) организатора торгов, конкурсной или аукционной комиссии (Приказ от 12.01.2015 № 2, в ред. Приказа от 23.08.2016 № 288) в составе:

Председатель Комиссии <.....>, начальник отдела контроля органов власти;

члены Комиссии: <.....> – главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти;

<.....> – специалист 1 разряда отдела контроля органов власти;

при участии:

- заявителя – ООО «Продвижение» (ул. Ст. Разина, 4, оф. 312, г. Челябинск, 454005), представитель - <.....> (доверенность от 05.10.2016);

- организатора торгов – ГКУ СО «Фонд имущества Свердловской области» (ул. Мамина Сибиряка, 111, г. Екатеринбург, 620000, далее - ГКУСО «ФиСО»), представители: <.....> (доверенность № 31 от 17.10.2016), <.....> (доверенность № 30 от 17.10.2016);

заинтересованных лиц:

- Министерство по управлению государственным имуществом Свердловской области (ул. Мамина Сибиряка, 111, г. Екатеринбург, 620000, далее МУГИСО), представители: <.....> (доверенность № 17/01-82/13744 от 17.10.2016), <.....> (доверенность № 17/01-82/13754 от 17.10.2016);

слушателей:

<.....>

<.....>

рассмотрев в порядке ст. 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) жалобу ООО «Продвижение» (вх. № 01-16037 от 07.10.2016) на действия (бездействие) организатора торгов – ГКУ «Фонд имущества Свердловской области» при организации и проведении торгов посредством проведения аукциона на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций с использованием муниципального имущества.

УСТАНОВИЛА:

Жалоба подана в срок, установленный ч. 5.1 ст. 18.1 Закона о защите конкуренции, подготовлена в соответствии с требованиями части 6 статьи 18.1 данного Закона.

Информация о поступлении жалобы на действия (бездействия) и (или) обжалуемые акты, устанавливающие порядок осуществления процедуры уполномоченного органа размещена на официальном сайте Свердловского УФАС России www.sverdlovsk.fas.gov.ru 10.10.2016 (исх. № 12992).

Рассмотрение жалобы назначено на 16 час. 30 мин. 18.10.2016, срок рассмотрения жалобы на основании ч. 14.1 ст.18.1 Закона о защите конкуренции продлен до 10 часов 20 минут 21.10.2016, когда она и была рассмотрена.

В соответствии с п. 4.2 ч. 1 ст. 23 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган уполномочен рассматривать жалобы заявителей на нарушение процедуры обязательных в соответствии с законодательством Российской Федерации торгов.

Согласно ч. 2 ст. 18.1 Закона о защите конкуренции действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии могут быть обжалованы в антимонопольный орган лицами, подавшими заявки на участие в торгах, а в случае, если такое обжалование связано с нарушением установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах, также иным лицом (заявителем), права или законные интересы которого могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов.

Рассмотрение жалоб по ст. 18.1 Закона о защите конкуренции введено для защиты прав и законных интересов лиц, заинтересованных в проведении торгов и в участии в них, подтвердивших свою заинтересованность подачей заявки или невозможностью подачи заявки ввиду пороков информационного обеспечения торгов или препятствовании в подаче заявки.

В соответствии с ч. 17 ст. 18.1 Закона о защите конкуренции при рассмотрении жалобы по существу комиссия антимонопольного органа рассматривает обжалуемые действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии. В случае, если в ходе рассмотрения жалобы, комиссией антимонопольного органа установлены иные нарушения в актах и (или) действиях (бездействиях) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии, уполномоченного органа и (или) организации, осуществляющей эксплуатацию сетей, комиссия антимонопольного органа принимает решение с учетом всех выявленных нарушений.

На основании Приказа МУГИСО от 06.09.2016 № 1951 «О проведении торгов, открытых по составу участников и по форме подачи заявок, на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных в границах придорожных полос автомобильной дороги «г. Екатеринбург - аэропорт «Кольцово», Приказа МУГИСО от 06.09.2016 № 1949 «О проведении торгов, открытых по составу участников и по форме подачи заявок, на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных в границах придорожных полос автомобильной дороги «г. Екатеринбург - аэропорт «Кольцово», Приказа МУГИСО от 06.09.2016 № 1952 «О проведении торгов, открытых по составу участников и по форме подачи заявок, на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных в границах придорожных полос автомобильной дороги «г. Екатеринбург - аэропорт «Кольцово» разработано Извещение о проведении Аукциона № 1 на право заключения договоров на установку и

эксплуатацию рекламных конструкций, которое утверждено Председателем ГКУСО «ФиСО» 13.09.2016 и проводится аукцион на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных в границах придорожных полос автомобильной дороги «г. Екатеринбург – аэропорт «Кольцово».

Распоряжением ГКУСО «ФиСО» от 13.09.2016 № 109/1 назначен аукцион, открытый по составу участников и открытый по форме подачи предложений о цене.

Информация о проведении торгов (Извещение о проведении торгов, схема размещения рекламных конструкций, паспорта размещения рекламных конструкций, технические требования к установке и внешнему виду рекламных конструкций, проект договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, форма заявки) размещена на официальном сайте организатора аукциона в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» - www.fiso96.ru (вкладка «Наружная реклама»), на официальном сайте МУГИСО <http://mugiso.midural.ru>.

В ходе рассмотрения жалобы Заявитель отметил следующее:

1) отсутствие на территории Свердловской области нормативно-правового акта, устанавливающего предельные сроки, на которые могут заключаться договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, в зависимости от типов и видов рекламных конструкций.

Вместе с тем, на территории Свердловской области заключение договоров на установку рекламных конструкций осуществляется в соответствии с Постановлением Правительства Свердловской области от 22.01.2014 № 29 «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».

2) предмет проекта договора не соответствует предмету аукциона. Согласно ст. 2 «Сведения о предмете аукциона» Извещения о проведении аукциона, предметом аукциона по всем лотам является право на заключение договора на установку и эксплуатацию конструкции, а в п. 1.1 проекта договора в качестве предмета договора указано только одно из прав – «Министерство предоставляет рекламораспространителю за плату право разместить рекламную конструкцию на земельном участке»

Организатор торгов не согласен с данным утверждением, отмечает, что по всему тексту договора, в том числе среди обязанностей рекламораспространителя, а также само название договора содержит указание именно на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Комиссия, проанализировав представленные материалы, установила, что действительно имеет место разночтение: в наименовании Извещения, в п. 2.1.1, п. 2.2.1, п. 2.3.1 Извещения указано, что предметом аукциона является 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 мест размещения рекламных конструкций. Форма заявки также «на участие в аукционе на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций», однако заключается договор «на установку и эксплуатацию рекламной конструкции». Таким образом, у потенциальных участников возникает справедливый вопрос о предмете аукциона: на «право» или «на установку».

Согласно ч. 5.1 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) 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 в соответствии с [законодательством](#) Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти. Данные торги проводятся *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.

3) аукционная документация размещена не в полном объеме. Согласно абз. 1 п. 2 ст. 448 ГК РФ, извещение должно содержать сведения о времени, месте и форме торгов, об их предмете, о существующих обременениях продаваемого имущества и о порядке проведения торгов, в том числе об оформлении участия в торгах, определении лица, выигравшего торги, а также сведения о начальной цене, отсутствует обязательная информация о начальной (минимальной) цене предмета аукциона.

Кроме того, заявитель считает, что организатор торгов не учел в Извещении (договоре) с какого момента подлежит исчислять плату: с даты получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции либо

- до момента исчисления срока действия разрешения либо
- до момента досрочного аннулирования разрешения по предписанию органов или решению суда
- до момента аннулирования разрешения на основании заявления владельца конструкции об отказе пользования правом на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Организатор торгов, возражая доводам заявителя, указывает на то, что п. 2.1.3, п. 2.2.3, п. 2.3.3 Извещения о проведении аукциона содержат сведения о начальной (минимальной) цене предмета аукциона – годовой плате за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, а именно:

лот № 1- начальная (минимальная) цена предмета аукциона (годовая плата за установку и эксплуатацию рекламных конструкций) – 1 786 001 рублей;

лот № 2 - начальная (минимальная) цена предмета аукциона (годовая плата за установку и эксплуатацию рекламных конструкций) – 1 786 001 рублей;

лот № 3 - начальная (минимальная) цена предмета аукциона (годовая плата за установку и эксплуатацию рекламных конструкций) – 2 207 260 рублей.

Таким образом, по тексту извещения указано, что размер начальной (минимальной) цены предмета аукциона равен годовой плате за установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Размер начальной (минимальной) цены предмета аукциона (годовой платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций) определён на основании Отчета № 1879 – 16/Н-1 «Об определении рыночной стоимости годового размера платы за договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных по адресу: Свердловская область, г. Екатеринбург, Кольцовский тракт» в соответствии с Федеральным законом от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации».

Комиссия отмечает, что требования и ограничения в отношении распространения наружной рекламы установлены [Законом](#) о рекламе, вступившим в законную силу с 01.07.2006.

Согласно ч. 5.8 ст.19 Закона 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, 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". Для целей настоящей статьи под информационным полем рекламной конструкции понимается часть рекламной конструкции, предназначенная для распространения рекламы.

В соответствии с п. 20.1 ст. 19 Закона о рекламе в случае внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций, в результате которого место размещения ранее установленной рекламной конструкции перестало соответствовать указанной схеме и разрешение на установку и эксплуатацию такой рекламной конструкции было признано недействительным по основанию, предусмотренному [пунктом 3 части 20](#) настоящей статьи, владельцу рекламной конструкции выплачивается компенсация за счет средств соответствующего местного бюджета. Компенсации подлежат обоснованные и подтвержденные затраты на демонтаж рекламной конструкции, понесенные ее владельцем, а также соответствующая часть фактически выплаченных денежных средств согласно условиям проведенных торгов и (или) договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в отношении которой разрешение признано недействительным. При этом часть компенсации, не связанная с демонтажом, рассчитывается пропорционально количеству дней, на которое сократился срок действия разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Компенсация подлежит выплате рекламораспространителю не позднее девяноста дней с момента внесения изменения в схему размещения рекламных конструкций.

Разрешение выдается органом местного самоуправления на каждую рекламную конструкцию на срок действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции ([часть 17 статьи 19](#) Закона о рекламе).

Внесение платы по договору установлено в период с даты заключения договора до даты выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

[Пунктом 3 части 18 статьи 19](#) Закона о рекламе предусмотрено право органа местного самоуправления городского округа принять решение об аннулировании

разрешения на установку рекламной конструкции в случае, если в течение года со дня выдачи разрешения рекламная конструкция не установлена.

Из содержания приведенной правовой нормы следует, что решение об аннулировании может быть принято в случае, если в течение одного года владелец рекламной конструкции не воспользовался предоставленным ему правом на ее размещение в определенном разрешенном месте.

Однако, при ознакомлении с документацией на официальном сайте организатора аукциона в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» - www.fiso96.ru (вкладка «Наружная реклама»), комиссия не смогла открыть разделы «Извещение о проведении аукциона» и «Технические требования», что также может являться препятствием для потенциальных участников торгов, у которых также отсутствует возможность ознакомиться с аукционной документацией.

Частью 1 ст. 17 Закона о защите конкуренции, при проведении торгов запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции

4) В проекте договора аукционной документации установлены сроки внесения платы по договору, нарушающие требования гражданского законодательства, а именно: согласно п. 3.1 проекта договора рекламодатель обязан вносить плату по договору с даты заключения договора. Согласно п. 3.2 проекта договора рекламодатель в 10-дневный срок с даты заключения договора вносит плату за первый год использования места для установки и эксплуатации рекламной конструкции; в 30-дневный срок с даты заключения договора вносит плату за последний год использования места для установки и эксплуатации рекламной конструкции. В тоже время согласно п. 1.2 проекта договора Извещения об аукционе, ч. 9 ст.19 Закона о рекламе, рекламодатель сможет осуществлять права на установку и эксплуатацию рекламной конструкции только лишь с даты выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Организатор торгов с данными выводами не согласен, указывая на то, что с момента заключения договора место размещения рекламной конструкции фактически обременено правом, в связи с чем не может повторно быть выставленным на аукцион. В случае установления организатором торгов в договоре условия платы по договору не с момента его заключения, а с момента выдачи победителю аукциона разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, данным обстоятельством может воспользоваться недобросовестный рекламодатель и продолжать пользоваться правом на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по договору без получения надлежаще оформленного разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Вместе с тем, как разъяснено в [постановлении](#) Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 16.11.2010 N 8263/10, рекламная конструкция всегда устанавливается на определенный срок.

Таким образом, срок действия разрешения на рекламную конструкцию совпадает со сроком действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. После истечения срока разрешения на установку рекламной конструкции не допускается ее эксплуатация.

По [пункту 1 статьи 432](#) Гражданского кодекса Российской Федерации договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в

законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Согласно [пункту 4 статьи 421](#) Гражданского кодекса Российской Федерации условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано обязательными для сторон правилами, установленными законом или иными правовыми актами (императивными нормами), действующими в момент его заключения ([статья 422](#) названного Кодекса).

[Закон](#) о рекламе не содержит требований к условиям договора на размещение рекламной конструкции, соответственно, в силу [статьи 421](#) Гражданского кодекса Российской Федерации условия такого договора определяются по усмотрению сторон.

Данный довод заявителя не принимается комиссией.

5) организатор аукциона установил необоснованно завышенную начальную цену лота права на заключение договора на размещение рекламных конструкций, указанная цена в Извещении не соответствует среднерыночной стоимости размещения рекламной конструкции аналогичных технических характеристик и форматов, чем ограничил круг потенциальных участников торгов.

Организатор торгов считает данный аргумент необоснованным, так как он основан на лично-субъективном мнении и не имеет доказательной базы.

Комиссия отклоняет довод заявителя, так как в материалы жалобы представлен Отчет № 1879 – 16/Н-1 «Об определении рыночной стоимости годового размера платы за договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных по адресу: Свердловская область, г. Екатеринбург, Кольцовский тракт», согласно которому определена начальная цена лота.

б) в аукционной документации установлен незаконный порядок подписания договора с победителем торгов. В соответствии с п. 5 Извещения о проведении аукциона указано, что победитель аукциона обязан заключить договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по цене и на условиях, предложенных победителем аукциона, с МУГИСО в срок не ранее пяти и не позднее двадцати дней со дня подписания протокола о результатах аукциона.

Организатор торгов ссылается на то, что законом о рекламе не закреплен порядок и сроки подписания договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по результатам торгов. И потому, организатор торгов вправе самостоятельно устанавливать указанный порядок, а также сроки подписания договора. Полагает, что права участников торгов не ограничены, поскольку право участников обжаловать действия (бездействие) организатора торгов не ущемлены.

Комиссия отмечает, что согласно ч. 4 ст. 18.1 Закона о защите конкуренции обжалование действий (бездействия) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии в антимонопольный орган в порядке, установленном настоящей статьей, допускается не позднее десяти дней со дня подведения итогов торгов либо в случае, если предусмотрено размещение результатов торгов на сайте в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", со дня такого размещения, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом. Частями 18, 19 ст. 18.1 Закона о защите конкуренции предусмотрено, что со дня направления уведомления, предусмотренного ч. 11 ст.18.1 названного закона торги приостанавливаются до рассмотрения жалобы по существу. Согласно Определения Верховного суда РФ № 309-КГ15-14384 от 02.02.2016 «установление в Положении о закупках срока заключения договора по результатам

закупки, не учитывающего закрепленной в Законе о закупке и Законе о защите конкуренции процедуры административного контроля со стороны антимонопольного органа, фактически исключает применение оперативных мер, предусмотренных ст.18.1 Закона о защите конкуренции, лишает обращение с соответствующей жалобой какого-либо юридического смысла, а потому направлено против прав участников закупки».

Согласно ч. 1 ст. 17 Закона о защите конкуренции, при проведении торгов запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, в том числе:

- создание участнику торгов, нескольким участникам торгов преимущественных условий участия в торгах, в том числе путем доступа к информации, если иное не установлено федеральным законом;

Кроме вышеизложенного, Комиссия отмечает, что п. 2.1.9 проекта договора предусмотрено размещать социальную рекламу в пределах 5% годового объема распространяемой рекламы при проведении мероприятий, направленных на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также на обеспечение интересов государства.

Пунктом д) Изменений в договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции установлено: «4.2. Рекламораспространитель обязуется:

- размещать информацию о праздничных, памятных днях, днях проведения торжественных и иных мероприятий, информационные материалы в рамках праздничного оформления города, при проведении торжественных мероприятий Федерального и местного значения, а также поздравления жителей города с праздниками, популяризирующими гражданские и нравственные идеалы в обществе.

- размещать социально значимую рекламу:

Информационные материалы в рамках совместных социальных программ с федеральными органами власти Российской Федерации: Министерством внутренних дел, Федеральной налоговой службой, Министерством финансов, министерством здравоохранения, Федеральной антимонопольной службой, Роспотребнадзором, Федеральной службой судебных приставов, Государственной инспекцией безопасности дорожного движения и прочих;

Социальную рекламу в рамках мероприятий городского, регионального, общероссийского и мирового масштабов».

Однако, в соответствии с разъяснениями ФАС России от 10.05.2016 № АК/30847/16 «О порядке размещения органами местного самоуправления социальной рекламы на рекламных конструкция, находящихся в муниципальной собственности» указано следующее:

Социальная реклама не преследует коммерческих целей, не формирует интереса к товару для его продвижения на рынке, под социальной рекламой понимается исключительно информация, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

При этом требования к социальной рекламе установлены в ст. 10 Закона о рекламе.

Согласно ч. 1 ст. 10 Закона о рекламе рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

Закон о рекламе не содержит нормы, позволяющие всем заинтересованным лицам размещать социальную рекламу. Выбор тематики социальной рекламы осуществляется непосредственно заказчиком такой социальной рекламы.

Согласно ч. 2 ст.2 Закона о рекламе органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, осуществляют закупку работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Таким образом, размещение органами местного самоуправления социальной рекламы на рекламных конструкциях, находящихся в собственности хозяйствующих субъектов, должно осуществляться с учетом положений Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Учитывая вышеизложенное, организатором торгов – ГКУСО «ФиСО» при информационном обеспечении торгов допущены нарушения ч. 1 ст. 17 Закона о защите конкуренции, выразившиеся в ограничении возможности потенциальных участников ознакомиться с частью аукционной документации (Извещения о проведении аукциона, Технических требований, проекта договора, др.).

В соответствии с ч. 20 ст. 18.1 Закона о защите конкуренции по результатам рассмотрения жалобы по существу комиссия антимонопольного органа принимает решение о признании жалобы обоснованной или необоснованной и в случае, если жалоба признана обоснованной, либо в случае установления иных не являющихся предметом обжалования нарушений (нарушений порядка организации и проведения торгов, заключения договоров по результатам торгов или в случае признания торгов несостоявшимися, нарушений порядка осуществления в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, являющихся субъектами градостроительных отношений, процедур, включенных в исчерпывающие перечни процедур в сферах строительства) принимает решение о необходимости выдачи предписания, предусмотренного п. 3.1 ч. 1 ст. 23 Закона о защите конкуренции.

В соответствии с ч. 3.1. ст. 23 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган в процессе реализации своих полномочий выдает организатору торгов обязательные для исполнения предписания о совершении действий, направленных на устранение нарушений порядка организации и проведения торгов.

Руководствуясь ст. 23, ч. 20 ст.18.1 Закона о защите конкуренции, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Жалобу ООО «Продвижение» признать обоснованной.
2. Признать организатора торгов – ГКУСО «Фонд имущества Свердловской области», нарушившим ч. 1 ст. 17 Закона о защите конкуренции, выразившиеся в ограничении возможности потенциальных участников ознакомиться с частью аукционной документации (Извещения о проведении аукциона, Технических требований, проекта договора, др.).
3. Выдать предписание ГКУСО «Фонд имущества Свердловской области».

Председатель комиссии

<.....>

Члены комиссии:

<.....>

<.....>

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.