

управление Федеральной
антимонопольной службы по
Свердловской области
620014, Свердловская область,
г. Екатеринбург, ул. Московская, 11

Заявитель:

ООО «Континенталь»
Адрес: 620041 г. Екатеринбург,
ОГРН 1086670010910, ИНН/КПП
6670207724/667001001
пер. Асбестовский, 3/3
Телефон:

Уполномоченный орган:

Министерство
по управлению государственным
имуществом Свердловской области
620075, Свердловская область,
г. Екатеринбург, ул. Мамина-
Сибиряка, 111

Организатор проведения торгов:

Государственное казенное
учреждение Свердловской области
«Фонд имущества Свердловской
области»
620075, Свердловская область,
г. Екатеринбург, ул. Мамина-
Сибиряка, 111

2/13/18

Жалоба

на действия (бездействие) организатора торгов ГКУ СО «Фонд
имущества Свердловской области» и Министерства по управлению
государственным имуществом Свердловской области при размещении и
проведении аукциона № 2 «Право на заключение договоров на установку и
эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных на территории
муниципального образования «город Екатеринбург», сроком на пять лет в
отношении 38 (тридцати восьми) мест размещения рекламных конструкций,
вида Афишный стенд (щит)»

Доводы жалобы

1. 16.11.2016 объявлен и опубликован Аукцион № 2 на право
заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций

вида афишный стенд (щит), расположенных на территории муниципального образования «город Екатеринбург».

В соответствии с частью 5.1 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» торги проводятся только в отношении рекламных конструкций, указанных в схемах размещения рекламных конструкций.

В Приказе Министерства по управлению государственным имуществом Свердловской области от 22.11.2016 № 2558 при определении информационного поля одной рекламной конструкции вида афишный стенд указана площадь информационного поля 1,5*1,5. При этом на торги Министерством выставляется в нарушение требований части 5.1 статьи 19 Закона о рекламе афишный стенд с тремя или пятью информационными полями 1,5*1,5. Таким образом, непонятно как в последующем предметом договора на установку рекламной конструкции будет один афишный стенд с площадью информационного поля 1,5*1,5.

При этом указание в приказе Министерства по утверждению схемы размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования «город Екатеринбург» о размещении в одном месте 3 или 5 рекламных конструкций не дает нормативного права заключать договор и устанавливать начальную цену в отчете оценщика в отношении нескольких конструкций одновременно. То есть оценивалось не право установки и эксплуатации одной рекламной конструкции, как требует норма закона, а местно ее установки с размещением на нем нескольких конструкций, что не соответствует части 5.1 статьи 19 Федерального закона о рекламе, в соответствии с которой торги проводятся на установку и эксплуатацию **рекламной конструкции**.

Также в нарушение требований федерального закона в пункте 2.1 извещения указано, что предметом аукциона является заключение договора в отношении **мест**, а не в отношении **рекламной конструкции**, место которой определено схемой.

2. Организатор торгов опубликовал на своем официальном сайте <http://fiso96.ru/> 16.11.2016 извещение о проведении аукциона № 2 на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. Аукционная документация также была размещена на данном сайте.

ООО «Континенталт»; намереваясь участвовать в аукционе полагает, что организатором торгов и Министерством допущены нарушения антимонопольного законодательства.

В соответствии с частью 2 статьи 448 Гражданского кодекса РФ извещение о проведении торгов должно быть опубликовано организатором не позднее чем за тридцать дней до их проведения.

По смыслу вышеуказанной нормы тридцатидневный срок устанавливается непосредственно для подачи заявки. Согласно пункту 4.3 извещения заявки принимаются с 17.11.2016 по 13.12.2016.

Таким образом, срок подачи заявок составляет менее 30 дней. Сокращение срока приема заявок может свидетельствовать о намерении ограничить число его потенциальных участников.

3. Укрупнение аукциона, включающего в себя 158 рекламных конструкций, ущемляет интересы потенциальных претендентов на участие в конкурсе и заведомо ограничивает конкуренцию. При наличии меньшего объема рекламных конструкций в аукционе количество участников аукциона могло бы быть больше по следующим основаниям.

На сегодняшний день на рынке наружной рекламы имеется несколько участников, которые занимаются размещением на территории города Екатеринбурга афишных стендов.

В распоряжении указанных участников рынка объем рекламных конструкций как правило меньше предусмотренного в аукционной документации количества рекламных конструкций.

Кроме того, следует отметить, что орган, уполномоченный в сфере рекламы, заведомо не указывает фактическое количество рекламных конструкций, подлежащих выставлению на торги. В аукционной документации указано только на количество мест размещения рекламных конструкций, которое составляет 38.

Такое обстоятельство может свидетельствовать о преднамеренном введении участников рынка наружной рекламы в заблуждение и сокращение потенциальных участников аукциона в рамках детального ознакомления с аукционной документацией.

Увеличение количества рекламных конструкций в одном лоте привело к увеличению финансовой нагрузки на потенциального победителя аукциона.

Согласно письму ФАС России от 26.10.2012 № АК/35008 объединение в один лот нескольких конструкций должно производиться таким образом, чтобы не была ограничена конкуренция по доступу на рынок услуг по распространению рекламы.

Оценка на предмет ограничения конкуренции должна оцениваться, по мнению ФАС России, с учетом возможности участия в торгах за такой лот лица, осуществляющего эксплуатацию рекламных конструкций одного формата.

С учетом меньшего объема использования одной организацией или ИП щитов формата «афишный стенд» указанным аукционом ограничена возможность отдельных представителей рынка наружной рекламы участвовать в аукционе. Кроме того заказы о проведении концертной деятельности также не содержат такого объема заказов (158 или больше, когда афишный стенд двусторонний). Таким образом, по условиям договора рекламораспространителю придется за свой счет закрывать пустые поверхности изображениями города Екатеринбурга или объектов культурного наследия, что будет приводить к постоянным убыткам.

4. Согласно части 3 статьи 448 Гражданского кодекса РФ условия договора, заключаемого по результатам торгов, определяются организатором торгов и должны быть указаны в извещении о проведении торгов.

Вместе с тем положения извещения и проекта договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не отражают указанных обязательных требований.

Ни пункт 4.4 ни 5.1 извещения не указывают на одно из существенных условий договора, в соответствии с которым победитель аукциона (рекламораспространитель) обязан в 10 и 30 –дневные сроки в обязательном порядке внести плату за два года использования места для установки и эксплуатации рекламной конструкции (не менее 7 283 826 – если рассчитывать от начальной стоимости).

Раздел 3 проекта договора, таким образом, ограничивает круг потенциальных участников аукциона, устанавливая кабальные условия.

Так пунктом 4.4 извещения установлено, что победителем аукциона является участник, предложивший наибольшую цену за право заключить договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, составляющих стоимость годового размера платы за установку и эксплуатацию конструкции.

Вместе с тем победитель обязан заключить договор, пунктом 3.2 которого определено, что победитель должен в течение 10 дней внести плату за первый год и в 30-дневный срок такой же объем денежных средств за последний год. Вместе с тем законодательство не ограничивает права участников договоров и предоставляет право переуступить. Таким образом, ограничивается круг участников аукциона, которые планируют свою деятельность и доходы, окупаемость.

Так, на сегодняшний день уполномоченный орган в сфере рекламы должен активизировать и стимулировать деятельность по легализации рынка наружной рекламы, а не создавать препятствия в ее осуществлении.

5. Пунктом 3.1 проекта договора определено, что годовой размер платы за установку и эксплуатацию рекламной конструкции определяется по результатам проведения торгов на право заключить договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, то есть в отношении каждой отдельной конструкции в отдельности.

Вместе с тем предметом аукциона № 2 является 38 мест размещения рекламных конструкций или 158 рекламных конструкций (о чем уполномоченный орган не сообщает).

Неясно сколько договоров будет заключено: 38 – по количеству мест установки или 158 – по числу конструкций.

В этой связи также не понятно как годовой размер платы по результатам аукциона будет в последующем распределяться или разделен на количество заключенных по результатам торгов договоров.

В пункте 5.1 извещения указано о распределении итоговой цены аукциона пропорционально количеству мест. То есть на 38 мест. Вместе с

тем, на каждом месте установки рекламных конструкций от 3 до 5 и каждое место по результатам оценки имеет отличную стоимость (при этом необходимо было оценивать право установки каждой конструкции, а не нескольких, так как в части 5.1 статьи 19 Федерального закона о рекламе торги проводятся на право заключить договор на одну рекламную конструкцию).

Таким образом, из положения извещения следует, что итоговая цена должна быть поделена на 38 мест, а изначально различная начальная цена никак не учитывается.

Указанные обстоятельства не соответствуют требованиям федерального законодательства и не разъясняют обязательных и существенных условий торгов, что заведомо ухудшает положения потенциальных участников и ограничивает их круг.

6. Начальная цена предмета аукциона определена в размере 3 641 913 рублей.

Указанное обстоятельство указывает на нелогичность объединения в одном предмете аукциона конструкций со значительно отличной начальной ценой, которая для них всех объединена путем простого сложения.

При этом конструкции объединены по 3-5 конструкций на каждом месте их размещения. При этом цена каждого объединенного конструктивного элемента различается и не может быть объединена в один аукцион.

Шаг аукциона равен 100 000 руб. не отражает объективной стоимости право установки каждой в отдельности рекламной конструкции, цена которых может разниться в 3 раза.

7. Потенциальные участники заведомо ограничены в выборе мест размещения рекламных конструкций, которые они бы хотели приобрести. Им предлагают большой объем рекламных носителей.

При этом такие существенные условия, как количество сторон для возможности размещения информации также заведомо искажены.

В соответствии с паспортами рекламных мест большинство рекламных конструкций указаны как двусторонние, но фактически могут использоваться только с одной стороны, так как обратная сторона безлюдна или отсутствуют места для проезда или прохода с обратной стороны конструкции.

Таким образом, победитель аукциона, приобретая двустороннюю конструкцию, фактически будет использовать только одну сторону.

8. По тексту аукционной документации: извещение и проект договора отсутствует ясность, что является предметом договора – рекламная конструкция или место размещения, на котором установлено несколько афишных стендов:

1) проект договора: раздел 3 (пункт 3.1 – рекламная конструкция; пункт 3.2 - место);

2) извещение: пункт 1.1 - рекламная конструкция; пункт 5.1 – место; пункт 3. бм в форме заявки в пунктах 1 и 2 также указано о месте размещения конструкций.

9. В пункте 4.2 проекта договора указано, что рекламораспространитель обязан размещать социальную рекламу.

Согласно пункту 2 статьи 10 Федерального закона о рекламе органы местного самоуправления осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством РФ о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ и услуг для обеспечения соответствующих нужд.

Предусмотренный вид социальной рекламы в проекте договора является государственной нуждой. Таким образом, распространение должно осуществляться на основании договора в соответствии с требованиями Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ, а не являться условием договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Включение в проект договора и аукционную документацию указанных выше условий ограничивает претендентов на участие в аукционе.

На основании изложенного и руководствуясь статьями 17, 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», ООО «Континенталь» просит:

- 1) Возбудить и рассмотреть в порядке статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» дело о нарушении антимонопольного законодательства, провести проверку вышеуказанных обстоятельств, признать жалобу обоснованной;
- 2) Приостановить процедуру проведения торгов и прием заявок до рассмотрения жалобы по существу;
- 3) Выдать Министерству по управлению государственным имуществом и ГКУ СО «Фонд имущества Свердловской области» предписание о приведении аукционной документации в соответствие с требованиями действующего законодательства.

Приложение: копия решения о назначении директора на 1 л.

Директор ООО «Континенталь»

