

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

Заявитель:

Орган, чьи действия обжалуются
(ответчик):

Администрация Миасского городского округа
Челябинской области
456300, Челябинская область, г. Миасс,
пр. Автозаводцев, 55

Заявление

о нарушении антимонопольного законодательства

Администрацией Миасского городского округа, в соответствии с постановлением Администрации Миасского городского округа №6625 от 28.11.2016 г. были объявлены торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Миасского городского округа, проводимые 29.12.2016 года.

Сообщения о торгах были опубликованы на официальном интернет-ресурсе Администрации Миасского городского округа по адресу в сети Интернет: <http://xn--80aplwa.xn--p1ai/aukciony/reklama.php>, а также на сайте <https://torgi.gov.ru/> извещение №281116/0221090/02 от 28.11.2016 г.

1. На торгах реализуется один лот, который исходя из письма Федеральной антимонопольной службы от 26 октября 2012 г. N АК/35008, содержит сформирован с нарушениями антимонопольного законодательства.

При этом в состав лота № 1 входят тридцать девять рекламных мест, в настоящее время используемых несколькими крупными арендаторами.

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.

Заявитель считает, что укрупнение лота связано с тем, 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 результате указанных действий организатора торгов по укрупнению состава лотов были созданы благоприятные условия для участия в аукционе уже пользующимися рекламными щитами крупным игрокам рынка рекламных услуг (монополистам). Эти же

условия не позволяют возможным приобретателям, не относящимся к крупным участникам, участвовать в аукционе по приобретению отдельных земельных участков, входящих в указанные лоты, поскольку они могли бы выиграть торги по одному-двум договорам, но не по лотам, объединяющим одновременно десятки договоров.

Тем самым, Администрация исключила из круга возможных участников аукциона представителей малого бизнеса, и соответственно уменьшила возможную прибыль от проведения торгов, каковые действия являются направленными на недопущение конкуренции, причинение ущерба муниципальной казне.

Согласно части 5.1 статьи 19 Федерального закона "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, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации.

При этом форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований.

Вместе с тем, письмом Федеральной антимонопольной службы от 26 октября 2012 г. N АК/35008 "О торгах на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций" разъяснено, что 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.

В настоящем случае такое ограничение имеет место.

По мнению ФАС России, включение в один лот мест из различных зон, на которые разделена территория муниципального образования для целей установки рекламных конструкций непропорционально доле информационных полей рекламных конструкций, расположенных в разных зонах, может выступать в качестве одного из признаков ограничения конкуренции при формировании лотов.

В данном случае имеет место непропорциональное включение в один лот мест из различных зон.

24 места (61%) из включенных в лот относятся к территориальной зоне «Центр (Автозавод)», оставшиеся тринадцать мест, расположены в 4-х зонах, что является явно непропорциональным.

Отмечаем также, что лот сформирован без учета технологического сходства эксплуатации рекламных конструкций их владельцами, и соответственно без возможности участия в торгах за такой лот лица, осуществляющего эксплуатацию рекламных конструкций одного формата.

Является нарушением антимонопольного законодательства и установление цены аренды за лот 251742 руб. в год. Между тем определение чрезмерно высокой (необоснованной) арендной цены, ограничивает возможность доступа к торгам отдельных субъектов рекламного рынка, и должно рассматриваться как создание участнику торгов или нескольким участникам торгов преимущественных условий участия в торгах, что запрещено статьей 17 Федерального закона "О защите конкуренции".

2. Схема размещения рекламных конструкций по местам, включенным в лот, реализуемый на оспариваемых торгах не соответствует требованиям ч.5.8. ст. 19 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 5.1. ст.19 Закона о рекламе торги 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, после утверждения в соответствии с частью 5.8 настоящей статьи схем размещения рекламных конструкций проводятся органом государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

В соответствии с частью 5.8. ст.19 Закона о рекламе 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.

Между тем в нарушение указанных требований схема размещения рекламных конструкций, продажа мест из которой осуществляется в обжалуемых торгах, не была утверждена соответствующим органом ГИБДД МВД России по г.Миассу. В указанном подразделении ГИБДД находится схема размещения рекламных конструкций, с иным расположением мест, чем те, которые выставлены на проводимых администрацией торгах.

В подтверждение этого следует указать, что в схему размещения рекламных конструкций включено место размещения рекламной конструкции, незаконность и небезопасность существования которой установлена судом.

А именно, Апелляционным определением судебной коллегии по гражданским делам Челябинского областного суда от 14.07.2014 г. было установлено, что место размещения рекламной конструкции в районе пересечения улиц Жуковского и проспекта Октября г.Миасса в районе юго-западного угла дома №31 по проспекту Октября г.Миасса нарушает требований пункта 6.1 ГОСТ Р52044-2003 (*"Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения"*, принятый постановлением Госстандарта РФ от 22 апреля 2003 г. N 124-ст).

Суд обязал арендатора указанного рекламного места демонтировать рекламную конструкцию.

Тем не менее Администрация, включила схему размещения рекламных конструкций указанное место размещения.

3. Отмечаем также, что при выставлении на торги на право установки и эксплуатации рекламной конструкции Администрация не произвела 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 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 истечения срока разрешения, остаются на своих местах.

Таким образом, Администрацией 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.

При указанных обстоятельствах прошу вынести в отношении Администрации Миасского городского округа предписание, которым:

1. Обязать Администрацию Миасского городского округа устранить нарушения антимонопольного законодательства, допущенные при организации конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Миасского городского округа, сообщение о торгах на сайте <https://torgi.gov.ru/> извещение №281116/0221090/02 от 28.11.2016 г.

2. Обязать Администрацию Миасского городского округа привести схему размещения рекламных конструкций в г.Миассе в соответствии с требованиями действующего законодательства и в частности с частью 5.8. ст.19 Закона о рекламе, а также Апелляционным определением судебной коллегии по гражданским делам Челябинского областного суда от 14.07.2014 г.

В целях рассмотрения настоящей жалобы, прошу УФАС по Челябинской области, приостановить торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Миасского городского округа, сообщение о торгах на сайте <https://torgi.gov.ru/> извещение №281116/0221090/02 от 28.11.2016 г., а также истребовать из отдела ГИБДД при УВД по г.Миассу копию утвержденной указанным отделом схемы размещения рекламных конструкций в г.Миассе.

Приложения:

1. Распечатка извещения о проведении торгов
2. Копия постановления Администрации Миасского городского округа №6625 от 28.11.2016 г.
3. Копия документации по проведению конкурса
4. Копия определения судебной коллегии по гражданским делам Челябинского областного суда от 14.07.2014 г.
5. Копия паспорта заявителя