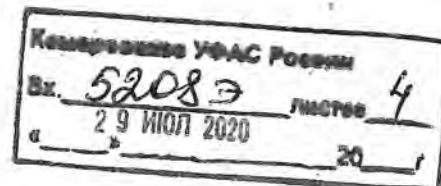


Управление Федеральной антимонопольной  
службы по Кемеровской области  
653993, г. Кемерово, ул. Ноградская, 5



### Жалоба

на основании ст. 18.1 ФЗ «О защите конкуренции»  
на положения извещения № 2/20 о проведении открытого конкурса на право заключения  
договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Кемерово

г. Новокузнецк

28 июня 2020 г.

**Организатор конкурса:** Управление городского развития администрации города Кемерово от имени Администрации города Кемерово. Место нахождения: 650000, г. Кемерово, просп. Советский, д. 54. Контактный телефон: 8 (8342) 34 81 23. Контактное лицо:

Адрес электронной почты: [admkeмерово\\_reklama@mail.ru](mailto:admkeмерово_reklama@mail.ru).

**Заявитель:**

**Адрес официального сайта, на котором размещена информация о конкурсе:**  
<https://kemerovo.ru/sfery-devatelnosti/gorodskoe-razvitie/konkursy-i-torgi/>

**Номер извещения:** № 2/20.

**Наименование аукциона:** «О проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Кемерово».

**Дата опубликования извещения о проведении конкурса:** 06.07.2020.

Положениями извещения № 2/20 о проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Кемерово предусмотрена продажа права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена.

В соответствии с положениями Извещения и приложений к нему, Организатор продает право на заключение договора на установку и эксплуатацию 12 рекламных конструкций, оборудованных светодиодными экранами с двух сторон.

Считаю, что Организатором в нарушение части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» было опубликовано извещение, содержащее условия, создающие ограничения конкуренции.

1. Негативное влияние на конкуренцию несет объединение 12 технически сложных рекламных конструкций в один лот. Из-за большого количества конструкций в одном лоте увеличивается и стоимость права на заключение договора и сумма ежемесячного (ежегодного) платежа и, как следствие, увеличивается сумма задатка на участие в конкурсе, что для многих организаций и индивидуальных предпринимателей является неподъемной суммой, в связи с чем, они не могут участвовать в конкурсе по таким крупным лотам.

При этом порядок внесения платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, так же как и цена предмета конкурса, является критерием оценки предложения

042/10/18.1 - 1198/2020  
07.08.2020

с 24/11

участника конкурса, со следующими коэффициентами значимости: ежемесячно – 1 балл; ежегодно – 15 баллов. Следовательно, для получения наибольшего количества баллов за поданное предложение участнику необходимо указать ежегодное внесение платы по договору, что также является благоприятствующим условием для участия в конкурсе крупных организаций.

Более того, положениями документации, приложением №3 к ней предусмотрено, что установке подлежат рекламные конструкции, оборудованные светодиодными панелями на каждой информационной стороне. В соответствии с коммерческим предложением компании DIMEDIA, стоимость аналогичной рекламной конструкции меньшего размера составляет 1 816 500 руб. Стоимость установки рекламной конструкции, в соответствии с требованиями конкурсной документации, составит не менее 100 000 руб. Учитывая изложенное, минимальные расходы при победе в конкурсе составят не менее 1 084 800 руб. \* 2 (платеж за первый год размещения и за право заключения договора) + 1 816 500 руб. (стоимость рекламной конструкции) \* 12 шт. = 23 967 600 руб. (сумма не учитывает государственную пошлину за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расходы на подключение электроэнергии и т.д).

Из чего следует, что участие субъектов малого предпринимательства в сфере рекламы ограничивается путем установления финансового барьера для участия в конкурсе, что является прямым нарушением ч. 2. ст. 17 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции»).

При этом, рассмотрим обратную ситуацию, размещение документации с лотом в виде продажа права, предположим, на одну конструкцию не может негативно влиять на поступления в бюджет, но, несомненно, расширит круг лиц, которые смогут подать заявки на конкурс. Что соответствует смыслу конкурса и позволит городу получить большее количество предложений и возможно даже увеличит суммы поступлений в бюджет. И что не менее важно, такие условия, позволили бы уйти от монополизации рассматриваемого сегмента рынка единственным участником.

Согласно части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органам или организациям, запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

Конкуренция - соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (Закона о защите конкуренции).

Признаками ограничения конкуренции определенными в части 17 статьи 4 Закона о конкуренции являются - сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке, рост или снижение цены товара, не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке, отказ хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке, определение общих условий обращения товара на товарном рынке соглашением между хозяйствующими субъектами или в соответствии с обязательными для исполнения ими указаниями иного лица либо в результате согласования хозяйствующими субъектами, не входящими в одну группу лиц, своих действий на товарном рынке, иные обстоятельства, создающие возможность для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке, а также установление органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями, участвующими в предоставлении государственных или муниципальных услуг, при участии в предоставлении таких услуг требований к товарам или к хозяйствующим субъектам, не предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Учитывая изложенное, считаю, что размещенное извещение № 2/20 о проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Кемерово противоречит основополагающим положениям законодательства о конкуренции.

2. Положениями извещения установлен такой критерий оценки предложения участника конкурса как внешний вид, дизайн и функциональность, применение высокотехнологичных решений, предложение использования рекламных конструкций, гармонично сочетающихся с окружающей обстановкой относительно местоположения рекламной конструкции, градостроительной ситуации (далее – технический критерий) с коэффициентом значимости в 5 баллов, рейтинг которого определяется путем суммирования оценок (от 1 до 5 баллов) всех членов конкурсной комиссии и деления суммы на число членов конкурсной комиссии.

Указанный критерий носит исключительно субъективный характер и не позволяет участникам получить достоверную информацию о порядке присвоения баллов, а также не обеспечивает равные права и возможности для участников конкурса и равные условия для участия в торгах. Следовательно, определить правомерность выбора победителя не представляется возможным.

В соответствии с Постановлением Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.02.2014 N 3323/13 отсутствие в действующем законодательстве требования установления в закупочной документации порядка расчета баллов и значимости критериев оценки заявок участников, не свидетельствует о том, что такие критерии и порядок не должны разрабатываться и применяться организаторами торгов. Они необходимы для определения порядка оценки заявок на участие в закупочных процедурах в зависимости от видов товаров, работ, услуг для оценки и сопоставления заявок, осуществляемых в целях выявления лучших условий исполнения договора.

Учитывая изложенное, считаю, что такие положения извещения создают неопределенность в порядке определения победителя торгов.

3. Положения проекта договора, являющегося приложением № 4 к конкурсной документации, не соответствуют нормам законодательства.

В п. 4.2.1. проекта договора указано, что владелец РК обязан установить рекламные конструкции в течение 2-х (двух) месяцев после получения разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выданных Администрацией в установленном порядке. В случае невыполнения указанного условия в п. 6.5.1 предусмотрена санкция в виде возможности Администрации расторгнуть договор в одностороннем внесудебном порядке.

Указанный срок создает незаконные ограничения для деятельности рекламораспространителя. Во-первых, субъекту малого предпринимательства невозможно выполнить указанное условие в силу правовых причин. Рекламную конструкцию, для которой конкурсной документацией и договором предусмотрен электронно-цифровой способ смены сюжета необходимо подключить к электроэнергии. При этом, п. 2.2.1 предусмотрено, что владелец РК самостоятельно должен решить вопрос с сетевыми и энергоснабжающими организациями.

Постановлением Правительства РФ от 27.12.2004 № 861 «Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг...» регламентирован следующий порядок: «Сетевая организация в течение 30 дней с даты получения документов, предусмотренных в пункте 18 настоящих Правил, обязана их рассмотреть и направить заявителю подписанный сетевой организацией проект договора или мотивированный отказ от его заключения либо протокол разногласий к проекту договора в установленном порядке». Пунктом 16 предусмотрены следующие сроки для выполнения сетевой организацией мероприятий по подключению: «6 месяцев - для заявителей, указанных в пунктах

12(1), 14 и 34 настоящих Правил, если технологическое присоединение осуществляется к электрическим сетям, уровень напряжения которых составляет до 20 кВ включительно, и если расстояние от существующих электрических сетей необходимого класса напряжения до границ участка заявителя, на котором расположены присоединяемые энергопринимающие устройства, составляет не более 300 метров в городах и поселках городского типа и не более 500 метров в сельской местности». То есть, фактически, только подключение к электроэнергии займет не менее 7 месяцев с момента получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. При этом, срок выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции не оговорен в договоре и конкурсной документации, что может привести к нарушению прав владельца рекламной конструкции и затягиванию срока выдачи разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Кроме того, законодательство о рекламе не предусматривает ограничивающего двухмесячного срока на установку рекламной конструкции, единственный срок, который косвенно устанавливает время установки рекламной конструкции, это срок, предусмотренный п. 18, ст. 18 ФЗ «О рекламе»: в случае, если рекламная конструкция не установлена в течение года со дня выдачи разрешения или со дня демонтажа рекламной конструкции ее владельцем в период действия разрешения». Учитывая изложенное, считаю, что указание в договоре настолько короткого срока необоснованно и незаконно ограничивает права участника торгов.

Положения п. 3.10, 4.1.2, 4.2.6, 4.2.19, 4.2.20, 4.2.21, 4.3.6 договора не соответствуют императивным нормам ФЗ «О рекламе». В указанных пунктах прямо или косвенно говорится об обязанности распространять социально значимую для города информацию, так, в п. 4.2.6 говорится, что владелец рекламной конструкции обязан «использовать рекламную конструкцию только для размещения рекламы, социальной рекламы и социально значимой городской информации». Исходя из анализа положений договора, организатор конкурса разделяет понятия «социальная реклама» и «социально значимая городская информация». Соответственно, указанные положения договора, в нарушение законодательства о рекламе, обязывает распространять информацию, которую невозможно размещать на рекламных конструкциях.

Пунктом 2 ст. 18 ФЗ «О рекламе» предусмотрено: «Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной рекламы». За неисполнение указанного положения, п. 18 предусмотрена санкция в виде аннулирования разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции: «Органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа решение об аннулировании разрешения принимается: 4) в случае, если рекламная конструкция используется не в целях распространения рекламы, социальной рекламы».

Кроме того, в п. 4.2.21 договора также незаконно расширен список информации, которая может содержаться на рекламной конструкции: «Владелец рекламной конструкции должен предоставить возможность подключения управляющего сервера (контроллера) светодиодными панелями к муниципальной системе оповещения города Кемерово в целях обеспечения оперативного информирования населения. Для чего на управляющий сервер (контроллер) установить программное обеспечение удаленного доступа, совместимое с VNC-протоколом, и предоставить возможность удаленного доступа, а в чрезвычайных ситуациях и непосредственный доступ к серверу, сотрудникам МБУ «УГОЧС г. Кемерово».

Указанная ситуация может привести к тому, что при размещении МБУ «УГОЧС г. Кемерово» оперативной информации, то есть информации, не предусмотренной законодательством о рекламе, рекламодатель может быть подвержен санкции в виде аннулирования разрешения. Учитывая вышеизложенное, считаю, что указанные положения договора грубо нарушают законодательство о рекламе.

Положения п. 4.2.11 договора предусматривают, что в случае возникновения аварийных ситуаций на рекламных местах немедленно сообщать в аварийные службы, обеспечивать беспрепятственный доступ специалистов данных служб к объектам для их ремонта. Самостоятельно и за свой счет демонтировать рекламную конструкцию в срок, указанный эксплуатирующими службами. После прекращения аварийной ситуации самостоятельно и за свой счет возобновить эксплуатацию рекламной конструкции на прежнем месте в рамках срока действия настоящего Договора. На владельца рекламной конструкции возлагается необоснованная обязанность демонтировать рекламную конструкцию по требованию третьих лиц, при этом непонятно о каких аварийных ситуациях говорится в указанном пункте. Место установки рекламной конструкции определяется схемой размещения рекламных конструкций и конкурсной документацией и именно орган местного самоуправления должен обеспечить безопасность места от аварийных ситуаций.

Пунктом 4.2.12 договора предусмотрено, что владелец рекламной конструкции обязан соблюдать охранные зоны, установленные в отношении линейного объекта. В то же время место установки рекламной конструкции определяется схемой размещения рекламных конструкций и конкурсной документацией и именно орган местного самоуправления должен обеспечить соблюдение охранных зон, установленных в отношении линейного объекта или согласование размещения рекламной конструкции с собственником сетей.

Пункт 4.2.16 предусматривает, что в случаях аннулирования разрешения или признания его недействительным в течение 3 (трех) календарных дней удалить информацию, размещенную на рекламной конструкции, а в течение 20 (двадцати) календарных дней – осуществить демонтаж рекламной конструкции, освободить занимаемый земельный участок или часть земель/ земельного участка и привести территорию в состояние, пригодное для использования по целевому назначению, восстановить благоустройство.

В то же время, ФЗ «О рекламе» предусматривает более длительный срок для демонтажа, который отсчитывается от момента вручения предписания. Соответственно, срок, предусмотренный в договоре, незаконно ограничивает права собственника рекламной конструкции, предусмотренные императивными нормами законодательства о рекламе.

Положениями п. 5.2 договора предусмотрено, что в случае нарушения Владелец рекламной конструкции обязанностей, предусмотренных в разделе 4 настоящего Договора, Владелец рекламной конструкции обязан уплатить Администрации штраф в размере 0,5 % годовой платы по настоящему Договору за каждое нарушение». Непонятен порядок определения указанного штрафа, указанный размер никаким образом не соотносится со ставкой рефинансирования. Кроме того, договор не предусматривает встречных штрафов для Администрации за нарушение прав собственника рекламной конструкции, что ставит собственника рекламной конструкции в неравное положение относительно административного органа.

Пунктом 5.4 проекта договора предусмотрено, что в случае повреждения инженерных сетей и коммуникаций, расположенных на рекламном месте по вине Владельца РК, последний возмещает ущерб в полном объеме собственнику сетей и коммуникаций, лицу, осуществляющему их эксплуатацию, а также иным лицам, которым причинен ущерб. Однако, место установки рекламной конструкции определяется схемой размещения рекламных конструкций и конкурсной документацией и именно орган местного самоуправления должен обеспечить соблюдение охранных зон, установленных в отношении линейного объекта или согласование размещения рекламной конструкции с собственником сетей. Учитывая изложенное, указанная ситуация является невозможной и данное положение необходимо исключить из договора.

Пункт 6.3 договора предусматривает, что внесение изменений в договор осуществляется

путем заключения дополнительного соглашения, подписываемого Сторонами и в дальнейшем являющегося неотъемлемой частью настоящего Договора. Указанные положения нарушают положения антимонопольного законодательства и противоречат сути и смыслу конкурсной процедуры, в частности заключение дополнительных соглашений, изменяющих существенные условия договора без проведения торгов, является нарушением требований, предусмотренных статьей 17.1 Закона о защите конкуренции.

**Указанные недостатки конкурсной документации являются существенно ограничивающими конкуренцию и права участников торгов, предусмотренные законом о рекламе.**

**В связи с указанным, прошу в соответствии с требованиями ст. 18.1. Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» приостановить действие открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Кемерово и привести документацию в соответствие с положениями законодательства о рекламе и положениями антимонопольного законодательства.**