

**В Управление Федеральной антимонопольной
службы по Самарской области**

443086, г. Самара, ул. Ерошевского, За
Телефон: 8-846-200-15-48
Факс 8-846-200-15-37
e-mail to63@fas.gov.ru

Заявитель: Общество с ограниченной ответственностью «Ректол»

ИНН 6323040700, КПП 632101001, ОГРН 1036301008920

Адрес юридический: 445043, Самарская обл., г. Тольятти, ул. Коммунальная 20, оф. 215

Адрес почтовый: 445043, Самарская область, г. Тольятти, Революционная, 58, а/я 1760

Телефон: 8-8482-930606

Факс *отсутствует*

e-mail: layers_five@mail.ru

Заинтересованные лица:

Организатор аукциона:

Министерство имущественных отношений Самарской области,

Место нахождения (почтовый адрес) 443068, г. Самара, ул. Скляренко, д. 20

Адрес электронной почты: dio@samregion.ru

Контрактный телефон, факс 8-846-3346642

Специализированная организация:

Государственное бюджетное учреждение Самарской области

«Центр размещения рекламы» (ГБУ СО «ЦРР»)

Место нахождения: 443086, г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 163

Контрактный телефон: 8(846)250-85-05

Адрес электронной почты: info@сгг-sam.ru

Оператор электронной площадки:

АО «Единая электронная торговая площадка»

www.roseltorg.ru

Почтовый адрес: 115114, г. Москва, ул. Кожевническая, д. 14, стр. 5

Факс: 8 (495) 7305907

Контрактный телефон: 8 (495) 1502020

Адрес электронной почты: info@roseltorg.ru

ЖАЛОБА

на действия организатора аукциона

**Наименование, предмет
аукциона**

право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимого имущества, находящихся в собственности Самарской области (далее – аукцион). Аукцион проводится в электронной форме в отношении мест размещения рекламных конструкций, указанных в схеме размещения рекламных конструкций на территории городского округа Самара Самарской области № 03/2023

Самарское УФАС России
Рег. номер 13070/23
зарегистрирован 17.10.2023



Лот №1 включает 33 (Тридцать три) места для установки и эксплуатации рекламных конструкций, в соответствии с приложением № 2 к извещению о проведении аукциона.

Дата, время, место и форма проведения аукциона	<p>Дата проведения аукциона: «02» ноября 2023 г. Время проведения аукциона: 10 часов 00 минут (время местное UTC+4) Место проведения аукциона: электронная площадка www.roseltorg.ru. Форма проведения аукциона: аукцион в электронной форме, открытый по форме подачи предложений о цене предмета аукциона.</p>
Организатор аукциона:	<p>Министерство имущественных отношений Самарской области, Место нахождения 443068, г. Самара, ул. Складенко, д. 20 Почтовый адрес 443068, г. Самара, ул. Складенко, д. 20 Адрес электронной почты: dio@samregion.ru Контактный телефон, факс 8-846-3346642</p> <p><i>Специализированная организация</i> Государственное бюджетное учреждение Самарской области «Центр размещения рекламы» (ГБУ СО «ЦРР») Место нахождения: 443086, г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 163 Почтовый адрес: 443086, г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 163 Контактный телефон: 8(846)250-85-05 Адрес электронной почты: info@crr-sam.ru</p>
Оператор и сайт электронной площадки	<p>АО «Единая электронная торговая площадка», https://www.roseltorg.ru/</p>
Реестровый номер аукциона, присвоенный оператором электронной площадки	<p>СОМ29092300102</p>

Обжалуемые действия (бездействие) организатора торгов:

ООО «Ректол» (далее по тексту ООО «Ректол», Заявитель, Податель Жалобы) полагает, что организатором торгов при проведении процедуры СОМ29092300102 нарушены положения действующего законодательства, в том числе Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ, Гражданского кодекса РФ, Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», а именно:

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции) антимонопольный орган рассматривает жалобы на действия (бездействие) юридического лица, организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов.

По смыслу взаимосвязанных положений части 1 статьи 1, частей 1 и 4 статьи 17, части 5 статьи 18 Закона N 135-ФЗ антимонопольный контроль допускается в отношении процедур, обязательность проведения которых прямо предусмотрена законом и введена в целях предупреждения и пресечения монополистической

деятельности, формирования конкурентного товарного рынка, создания условий его эффективного функционирования.

Обязанность органов государственной власти, органов местного самоуправления или уполномоченных ими организаций проводить торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по своему выбору в форме аукциона или конкурса предусмотрена частью 5.1 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) и корреспондирует с полномочиями названных органов, определенных иными законодательными актами.

Так, в соответствии с положениями Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в муниципальной собственности, в том числе и выдача разрешений на установку рекламных конструкций, относятся к вопросам местного значения.

Согласно части 5.1 статьи 19 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.

Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований.

Постановлением Правительства Самарской области от 22.02.2012 N 63 определено, что заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимого имущества, находящихся в собственности Самарской области, осуществляется на основе торгов, проводимых в форме аукциона.

Общество с ограниченной ответственностью «Ректол», являющееся участником рынка наружной рекламы, в том числе на территории Самарской области, основным видом деятельности которого является – рекламная деятельность, права или законные интересы которого могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов, изучив аукционную документацию, полагает, что при формировании предмета аукциона Организатором допущено нарушение норм действующего законодательства РФ в части недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, в связи с нижеследующим:

В приложении № 1 к Извещению № 03/2023 от 29.09.2023 года содержится перечень рекламных конструкций, сформированных в единый лот, в общем количестве на 33 мест.

Являющиеся предметом торгов рекламные конструкции имеют различный формат и вид, географически расположены в разных частях города, технологически между собой не взаимосвязаны, а значит, могли бы стать объектом самостоятельных торгов.

Так, каждая рекламная конструкция имеет свои тип, вид, размер, вариант смены изображения рекламно-информационного материала, адрес размещения; по каждой рекламной конструкции определены начальная цена аукциона, годовая плата по договору и размер обеспечения заявки за участие в аукционе.

Размер обеспечения заявки на участие в аукционе по каждой рекламной конструкции отдельно не выделен, но рассчитывается исходя из 20 % от начальной цены предмета аукциона, а значит в общей сумме формируется также путем сложения размера обеспечения по каждой рекламной конструкции.

Таким образом, итоговая стоимость цены аукциона, годовой платы по договору и размер обеспечения заявки формируется путем сложения установленной (определенной) стоимости по каждой рекламной конструкции.

Указанный перечень рекламных конструкций объединил в себе:

- ✓ 19 рекламных конструкций с размером рекламного поля 3м x 6м со статичной и динамичной сменой изображения, общая площадь информационных полей 36 м² - данный вид рекламных конструкций достаточно давно находится на рынке, как правило имеет типовый проект и, не требует дополнительных финансовых затрат для любого субъекта рынка наружной рекламы, специализирующегося на оказании услуг по распространению наружной рекламы на щитовых установках;
- ✓ 12 рекламных конструкции с размером рекламного поля 3м x 6м со статичной, динамичной и электронно-цифровой сменой изображения, общая площадь информационных полей 36 м² – возможность применения электронно-цифровой смены изображения на рекламных конструкциях в г.о. Самара появилась впервые в 2019 году, когда Постановлением Администрации г.о. Самара от 28.08.2019 года № 629, в ранее утверждённую Схему размещения рекламных конструкций, были внесены соответствующие изменения;
- ✓ 1 рекламную конструкцию с размером рекламного поля одной поверхности 4 м x 12 м со статической, динамической и электронно-цифровой сменой изображения, количество сторон 1, общая площадь информационных полей 48 м²;
- ✓ 1 рекламную конструкцию с размером рекламного поля одной поверхности 3 м x 6 м со статической, динамической и электронно-цифровой сменой изображения, количество сторон 1, общая площадь информационных полей 18 м².

Между тем, Президиум ВАС РФ в Постановлении от 25.12.2012 N 11237/12 по делу N А41-10785/11 указывал, что исходя из характера и субъектного состава подлежащих урегулированию отношений торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций проводятся в целях предоставления равных возможностей участия лицам, ведущим бизнес в сфере рекламы, развития между ними добросовестной конкуренции, соблюдения требований законодательства о конкуренции и рекламе, а также обеспечения гласности и прозрачности, предотвращения коррупции при предоставлении мест для размещения

рекламных конструкций на объектах недвижимости, находящихся в публичной собственности... Организатор торгов в любом случае должен обеспечить их публичность и открытость по составу надлежащих участников, единые и понятные для участников требования к конкурсной документации, процедуре участия в торгах, максимально четкие критерии отбора победителя, обеспечивающие сопоставимость поданных участниками предложений, в том числе с учетом реальности их осуществления и эффективности.... При решении вопроса о признании названных торгов недействительными судам следует исходить из общих критериев, выработанных судебной практикой, и устанавливать, являются ли допущенные нарушения существенными, способными повлиять на число участников торгов или результат определения их победителя.

Полагаем, что в данном случае, Организатор аукциона при формировании лота, дополнив перечень рекламных конструкций из обычных щитовых установок (19 шт.), рекламными конструкциями с возможностью электронно-цифровой смены изображения (12 шт.) и нестандартной рекламной конструкции (4м*12м*1 сторону) «искусственным образом исключил» из числа возможных участников субъектов рекламного рынка, специализирующихся на оказании услуг с использованием рекламных конструкций исключительно со статической сменой изображения.

Полный анализ предмета аукциона позволяет выявить:

1. В указанном перечне 19 двусторонних рекламных конструкций имеют вид щитовая установка с размером рекламного поля одной поверхности 3 м х 6 м со статической и динамической сменой изображения, общей площадью информационного поля 36 м².

Начальная цена предмета аукциона по каждой рекламной конструкции индивидуальна и варьируется от 592 959 руб. до 790 612 рублей; годовая стоимость по договору также индивидуальна и составляет от 81 439 руб. до 108 586 рублей.

По итогу, за участие в аукционе, только при наличии в одном лоте 19 рекламных конструкций указанного вида потенциальный победитель должен будет оплатить минимально 13 374 517 руб. (тринадцать миллионов триста семьдесят четыре тысячи пятьсот семнадцать рублей) начальной цены аукциона и далее ежегодно оплачивать по договору 1 836 909 руб.

2. В перечень включены 12 двусторонних рекламных конструкций, которые имеют вид щитовая установка с размером рекламного поля одной поверхности 3 м х 6 м со статической, динамической и электронно-цифровой сменой изображения, общей площадью информационного поля 36 м².

У данной категории рекламных конструкций начальная цена предмета аукциона по каждой варьируется уже от 1 273 207 руб. до 1 527 844 рублей, а годовая стоимость по договору от 157 380 руб. до 209 840 рублей.

Таким образом, за участие в аукционе, содержащем в своем предмете только 19 рекламных конструкций со статической и динамической сменой изображения и 12 рекламных конструкций с электронно-цифровой сменой изображения потенциальный победитель минимально должен будет оплатить почти тридцать миллионов рублей.

При этом, стоимость одной рекламной конструкции с электронно-цифровой сменой изображения и её комплектующих значительно выше стоимости обычной щитовой установки, а значит участие в торгах по лоту, в который включены помимо 19 рекламных конструкций со статической и динамической сменой изображения, дополнительно 12 рекламных конструкции с электронно-цифровой сменой изображения, потребует от участников серьезных материальных затрат на их приобретение, монтаж и эксплуатацию.

3. Организатор аукциона, осуществляя формирование лота, несмотря на серьезную финансовую нагрузку потенциальных участников аукциона, имеющего в своем едином лоте 31 рекламную конструкцию с площадью информационных полей 36 кв.м., включил в общий перечень еще 2 рекламные конструкции нестандартного формата: с площадью рекламного поля 18 кв.м. и 48 кв.м., обе допускающие электронно-цифровую смену изображения.

Начальная цена предмета аукциона только по данным конструкциям составляет 899 276 рублей и 1 771 033 рублей соответственно, и сразу повышает начальный размер платы для потенциального победителя более чем на 2,5 миллиона рублей.

Постановлением Администрации городского округа Самара от 14.03.2014 N 283 утверждена Схема размещения рекламных конструкций на территории г.о. Самара (далее – Схема размещения рекламных конструкций), адресная программа которой включает в себя

- ✓ более 1 800 рекламных конструкций различного формата;
- ✓ рекламных конструкций с общей площадью рекламных полей 36 кв.м. более 650 шт, из них 101 рекламная конструкция возможна к установке с электронно-цифровой сменой изображения;
- ✓ рекламных конструкций с размерами информационного поля 4м*12м – 31 шт – *одинадцать из них односторонние с возможностью электронно-цифровой смены изображения;*
- ✓ *и три рекламных конструкции с размерами рекламного поля 3м*6м * 1 сторона, с возможностью электронно-цифровой смены изображения.*

ООО «Ректол» полагает, что внесением в один лот 33 рекламных конструкций различного формата организатор «искусственным» образом увеличил начальную минимальную стоимость предмета аукциона до 32 596 515 рублей (!).

Проведение аукциона укрупненным лотом нарушает принцип равнодоступности, исключает возможность участия в торгах отдельных участников рынка, ограничивает возможность соперничества на аукционе за право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, что может привести к ограничению конкуренции при проведении торгов. Укрупнение лота может иметь негативные последствия в виде меньшего количества заявок на участие в аукционе, что, в свою очередь, снижает вероятность повышения начальной цены в ходе проведения аукциона. В то время, как рынок наружной рекламы г. Самара является конкурентным и характеризуется значительным числом участников.

Право органа местного самоуправления на самостоятельное формирование лотов не может являться основным фактором для формирования лотов на торгах по продаже права на заключение договора на размещение и эксплуатацию рекламных конструкций в укрупненном составе, так как участие в таких торгах является единственным возможным вариантом доступа на рынок размещения наружной рекламы; организатором торгов лоты должны быть сформированы таким образом, чтобы обеспечить возможность участия в торгах максимально возможного количества хозяйствующих субъектов, желающих осуществлять деятельность в сфере наружной рекламы, т.к. в силу положений п. 1 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке.

Более того, адресная программа Схемы размещения рекламных конструкций на территории г.о. Самара включает в себя 42 рекламные конструкции на земельных участках, находящихся в ведении Самарской области с размером рекламного поля 3м х 6м со статичной, динамичной и электронно-цифровой сменой изображения, общая площадь информационных полей 36 м². Включение в единый лот 12 рекламных конструкций подобного типа составляет 28,57% от всего рынка. Укрупнение лота повлекло за собой увеличение начальной минимальной цены аукциона, а это значит, что участие в аукционе смогут принять только крупные субъекты рекламного рынка, владеющие уже на территории Самарской области значительным количеством рекламных мест. Организатор торгов планирует заключить договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций сроком на 10 лет, а значит сегмент рынка по рекламным конструкциям данного типа будет длительное время монополизирован единственным участником.

В письме ФАС России от 17.07.2019 № ИА/61348/19 "О направлении Рекомендаций органам исполнительной власти субъектов РФ и органам местного самоуправления о применении комплекса мер, направленных на предотвращение и профилактику нарушений антимонопольного законодательства в сфере наружной рекламы", указано на то, что укрупнение выставляемых на торги лотов (объединение в один лот множества рекламных конструкций) не должно способствовать созданию на территории региона, в котором будут проводиться торги, условий для осуществления хозяйственной деятельности, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции в соответствии с требованиями части 1 статьи 15, статьи 17 Закона о защите конкуренции.

Порядок формирования лотов должен носить недискриминационный характер, предусматривать возможность установки в нескольких местах различных типов и видов рекламных конструкций, учитывать различия формирования цены договоров, в том числе различие стоимости размещения рекламных конструкций по их территориальному размещению, типу и виду рекламных конструкций, может учитывать технологические особенности и сходство установки и эксплуатации рекламных конструкций, иные параметры, способствующие развитию конкуренции и рыночных отношений в сфере наружной рекламы, снижению избыточной финансовой нагрузки на бизнес, а также созданию равных условий для осуществления

хозяйствующими субъектами предпринимательской деятельности в сфере наружной рекламы на территории региона, в котором проводятся торги.

В соответствии с ч.1 ст.4 Закона № 131-ФЗ правовую основу местного самоуправления составляют общепризнанные принципы и нормы международного права, международные договоры Российской Федерации, Конституция Российской Федерации, федеральные конституционные законы, настоящий Федеральный закон, другие федеральные законы, издаваемые в соответствии с ними иные нормативные правовые акты Российской Федерации (указы и распоряжения Президента Российской Федерации, постановления и распоряжения Правительства Российской Федерации, иные нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти), конституции (уставы), законы и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации, уставы муниципальных образований, решения, принятые на местных референдумах и сходах граждан, и иные муниципальные правовые акты. Таким образом, право органа местного самоуправления на самостоятельное формирование лотов не может являться основным фактором для формирования лотов на торгах по продаже права на заключение договора на размещение и эксплуатацию рекламных конструкций в укрупненном составе, так как участие в таких торгах является единственным возможным вариантом доступа на рынок размещения наружной рекламы; организатором торгов лоты должны быть сформированы таким образом, чтобы обеспечить возможность участия в торгах максимально возможного количества хозяйствующих субъектов, желающих осуществлять деятельность в сфере наружной рекламы, т.к. в силу положений п. 1 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке.

Позиция ООО «Ректол» о недопустимости укрупнения лотов, согласуется с подходом Верховного Суда Российской Федерации, отраженным в определении от 18.03.2022 № 307-ЭС-1637 и от 11.03.2022 № 307-ЭС22-837, а также сложившейся судебной практикой (постановление Четвертого арбитражного апелляционного суда от 09.08.2023 № 04АП-3330/2023 по делу № А19-1059/2023)..

Порядок рассмотрения жалоб на действия (бездействие) юридического лица, организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов определен ст. 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ.

Часть 11 ст. 18.1 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ устанавливает, что в случае принятия жалобы к рассмотрению антимонопольный орган размещает в течение трех рабочих дней со дня ее поступления информацию о поступлении жалобы и ее содержании на официальном сайте торгов или на сайте антимонопольного органа, направляет заявителю, организатору торгов, оператору электронной площадки, в конкурсную или аукционную комиссию, уполномоченный орган и (или) организацию, осуществляющую эксплуатацию сетей, уведомление о поступлении жалобы и о приостановлении торгов до рассмотрения жалобы по существу.

Со дня направления уведомления, предусмотренного частью 11 ст. 18.1 Закона о конкуренции, торги приостанавливаются до рассмотрения жалобы на действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии по существу (ч. 18 ст. 18.1 ФЗ № 135-ФЗ). В случае принятия жалобы к рассмотрению организатор торгов, которому в порядке, установленном частью 11 настоящей статьи, направлено уведомление, не вправе заключать договор до принятия антимонопольным органом решения по жалобе. Договор, заключенный с нарушением требования, установленного настоящим пунктом, является ничтожным (ч. 19 ст. 18.1 ФЗ № 135-ФЗ).

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 (ч. 2 ст. 18.1 ФЗ № 135-ФЗ).

На основании изложенного,

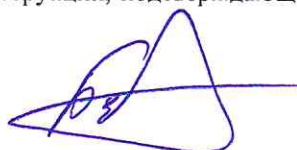
Прошу:

1. Принять жалобу к рассмотрению.
2. Приостановить торги (аукцион в электронной форме оператор <https://www.roseltorg.ru/> реестровый номер аукциона СОМ29092300102 Извещение о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимого имущества, находящихся в собственности Самарской области, в отношении мест размещения рекламных конструкций, указанных в схеме размещения рекламных конструкций на территории городского округа Самара Самарской области № 03/2023) до рассмотрения жалобы по существу.
3. Рассмотреть жалобу по существу, признать жалобу обоснованной и принять решение по результату рассмотрения в соответствии с положениями действующего законодательства.

Приложение:

1. Документ, подтверждающий полномочия на подписание жалобы – копия протокола общего собрания участников ООО «Ректол»;
2. Аукционная документация по проведению аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимого имущества, находящихся в собственности Самарской области, в отношении мест размещения рекламных конструкций, указанных в схеме размещения рекламных конструкций на территории городского округа Самара Самарской области № 03/2023;
3. Извещение о проведении аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах недвижимого имущества, находящихся в собственности Самарской области, в отношении мест размещения рекламных конструкций, указанных в схеме размещения рекламных конструкций на территории городского округа Самара Самарской области № 03/2023.
4. Карта г.о. Самара, с нанесением рекламных конструкций, подтверждающая географическое расположение рекламных конструкций в разных частях города.

Директор



А.Ю. Барашкин