

Российская Федерация
Ханты-Мансийский автономный округ-Югра
ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«СЕРВИССТРОЙ»

628405, РОССИЯ, Ханты-Мансийский
Автономный округ – Югра,, г Сургут,,
Пр-кт Комсомольский, 27/1,, 69

ИНН 8602256808/860201001
р/счет №-4070281070400001917
БИК 046577906
к/счет 30101810100000000906
банк Уральский филиал АО
«Райффайзенбанк» г Екатеринбург

В Федеральную Антимонопольную службу
Управление Федеральной
антимонопольной службы по ХМАО-Югре
628011 г Ханты - Мансийск, ул. Чехова, 12А

Жалоба

Просим Вас приостановить проведение торгов, объявленных Департаментом архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута назначенных на 15 сентября 2016 года торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление.

Форма торгов – открытый конкурс.

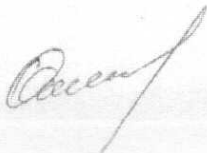
Организатор торгов – департамент архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута

Место нахождения: 628400, г Сургута, ул. Восход, д. № 4.

Время проведения: 14.30

Предмет торгов: право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение, оперативное или доверительное управление. Договор заключается на срок 7 лет для статических видов рекламных конструкций и 10 лет для электронных, динамических и статических имиджевых рекламно-информационных установок сверхбольшого формата (более 18 кв. м).

По следующим основаниям:



Управление	
Федеральной антимонопольной	
службы по Ханты-Мансийскому	
автономному округу – Югре	
Вх. №	1372-20
от «29» 08	2016 г.
Приложение	1 листам
Подпись	

В конкурсной документации приведена таблица критериев оценки, по которым оцениваются заявки и отбирается победитель:

1. Таблица критериев оценки

№ п.п.	Критерий оценки	Значимость критерия, %	Рейтинг
1	Дизайн (внешний вид)	40 %	<p>индивидуальный дизайн, отвечающий современным эстетическим требованиям, в сочетании с конструктивными решениями, обеспечивающим прочность и надежность, а также с технологическими решениями, обеспечивающими простоту и удобство эксплуатации на длительный период</p> <p>– от 1 до 100 баллов включительно.</p> <p>1 - единый внешний вид и дизайн-проект рекламных конструкций - 40 баллов;</p> <p>2 - оригинальность и гармоничность сочетания средств наружной рекламы с окружающей средой и внешним архитектурным обликом сложившейся застройки – 30 баллов;</p> <p>3 - техническое и художественно-архитектурное решение крепления установки и с учётом последующей эксплуатации рекламной конструкции – 30 баллов;</p>
2	Цена договора	40%	
3	Размещение на рекламной конструкции на безвозмездной основе социальной рекламы и социально значимой информации	10%	<p>5 % времени в год – 10 баллов 5 – 10 % времени в год – 20 баллов 10 – 15% времени в год – 30 баллов 15 – 20% времени в год – 40 баллов 20 – 25% времени в год – 50 баллов 25 – 30% времени в год – 60 баллов 30 – 35% времени в год – 70 баллов 35 – 40% времени в год – 80 баллов</p>



			40 – 45% времени в год – 90 баллов 45 -50 и выше % времени в год – 100 баллов
4	Опыт работы в сфере социальной рекламы	10%	По данному показателю оценивается документально подтвержденный участником конкурса положительный опыт выполнения работ за предшествующий конкурсу трехлетний период в 10 (десять) баллов. Отсутствие в указанный период у участника конкурса подтвержденного положительного опыта, соответствующего установленному содержанию показателя, оценивается в 0 (ноль) баллов.

Как видно из вышеприведенного, критерий «дизайн (внешний вид)» имеет значимость 40 %. При этом оценка производится внутри самого критерия по следующим критериям:

индивидуальный дизайн, отвечающий современным эстетическим требованиям, в сочетании с конструктивными решениями, обеспечивающим прочность и надежность, а также с технологическими решениями, обеспечивающими простоту и удобство эксплуатации на длительный период

– от 1 до 100 баллов включительно.

1 - единый внешний вид и дизайн-проект рекламных конструкций - 40 баллов;

2 - оригинальность и гармоничность сочетания средств наружной рекламы с окружающей средой и внешним архитектурным обликом сложившейся застройки – 30 баллов;

3 - техническое и художественно-архитектурное решение крепления установки и с учётом последующей эксплуатации рекламной конструкции – 30 баллов;

Из приведенного выше следует, что указанные подкритерии не содержат положений, определяющих, каким образом происходит ранжирование баллов внутри оцениваемых показателей и на каком основании происходит присвоение максимального и минимального количества баллов, а также баллов в усыновленных диапазонах.

Соответственно, отсутствие порядка оценки по критерию «дизайн (внешний вид)» допускает возможность произвольного присвоения членами комиссии одинаковых баллов за разные предложения участников Конкурса.

Размытость, а также отсутствие порядка расчетов баллов внутри критерия «дизайн (внешний вид)» может привести к злоупотреблению со стороны организатора торгов, поскольку определение победителя может быть основано на субъективном усмотрении организатора торгов (его конкурсной или аукционной комиссии).

Кроме того, такие подкритерии как единый внешний вид и дизайн-проект, не сочетаются друг с другом и могут привести к противоречивому результату

Согласно части 1 статьи 17 закона 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.

Таким образом, отсутствие в критерии «дизайн (внешний вид)» порядка оценки нарушает требования, установленные частью 1 статьи 17 закона о защите конкуренции способны привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

На основании вышеизложенного, просим Вас провести проверку по данному факту и приостановить проведение торгов до устранения нарушения закона.

«26» августа 2016 года

Директор ООО «СервисСтрой»  Осипов С.А.

