

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
Общество с ограниченной ответственностью
«РЕМ ХАУЗ»

117519, г. Москва,
ул. Красного Маяка., д. 5, корп. 1, оф. 75
cool.sidelnickow@yandex.ru
тел. 89292421335

Исх. № 82 от «29» августа 2016г

В Управление Федеральной антимонопольной службы по
ХМАО-Югре
628011, г. Ханты-Мансийск, ул. Мира, д. 27

Организатор торгов: Департамент архитектуры и
градостроительства Администрации города Сургута
628400, г. Сургут, ул. Восход, 4
Тел. (3462) 52-82-95

Жалоба

Просим Вас отменить проведение торгов, объявленных Департаментом архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута назначенных на 15.09.2016г. по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или доверительное управление.

Форма торгов – открытый конкурс.

Организатор торгов – департамент архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута

Место нахождения: 628400, г. Сургут, 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-

Управление Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре	
Вх. №	1378-жс
от «30» 08	2016г.
Приложение	в 1 листах
Подпись	

информационных установок сверхбольшого формата (более 18 кв. м).

По следующим основаниям:

1. 09.08.2016г. на сайте Администрации города Сургута www.admsurgut.ru размещено извещение о проведении 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, назначенных на 15.09.2016г., 13.08.2016г. в Сургутских ведомостях № 31 (762) стр. 27 размещено извещение о проведении 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, назначенных на 15.09.2016г., так извещение организатором торгов размещено за 29 дней до окончания срока приема заявок, что является нарушением п. 2 ст. 448 Гражданского кодекса РФ, а именно извещение о проведении торгов должно быть сделано организатором не менее чем за тридцать дней до их проведения. Срок извещения составляет 29 дней вместо установленных законом 30 дней, что является нарушением.

2. 09.08.2016г. на сайте Администрации города Сургута www.admsurgut.ru размещено извещение о проведении 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, назначенных на 15.09.2016г.

Согласно ст. 4 Положения о порядке организации и проведении 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 управления являющимися приложением № 1 Решения Думы г. Сургута ХМАО-Югры от 29.09.2006г. № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» Извещение о проведении торгов должно быть опубликовано в официальных средствах массовой информации и на официальном интернет-сайте Администрации города.

13.08.2016г. в Сургутских ведомостях № 31 (762) стр. 27 размещено извещение о проведении 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, назначенных на 15.09.2016г. Размещенное в печатном издании извещение не содержит информации о предмете торгов с указанием номера и местонахождения рекламного щита; не указана начальная цена предмета торгов; не указаны конкурсные условия; не указан размер, срок и порядок внесения задатка, реквизиты счета для его перечисления; не указаны критерии определения победителя торгов; не указан способ уведомления об итогах торгов.

Согласно 4.2. Положения о порядке организации и проведении 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 управления являющимися приложением № 1 Решения Думы г. Сургута ХМАО-Югры от 29.09.2006г. № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» Извещение в обязательном порядке должно содержать следующие сведения: дата, время и место проведения торгов; предмет торгов с указанием номера и местонахождения рекламного места; начальная цена предмета торгов; конкурсные условия; порядок ознакомления претендентов с процедурой и условиями торгов; порядок оформления заявок, дата начала и окончания приема заявок и документов от претендентов; размер, срок и порядок внесения задатка, реквизиты счета для его перечисления; критерии определения победителя торгов; срок заключения договора;

способ уведомления об итогах торгов; контактные телефоны и местонахождение ответственного лица организатора торгов; другая информация по решению организатора торгов.

Согласно 4.3. Положения о порядке организации и проведении 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 управления являющимися приложением № 1 Решения Думы г. Сургута ХМАО-Югры от 29.09.2006г. № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» Организатор торгов несет ответственность за достоверность публикуемой информации.

Организатором торгов нарушен п. 4 Положения о порядке организации и проведении 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 управления являющимися приложением № 1 Решения Думы г. Сургута ХМАО-Югры от 29.09.2006г. № 74-IVДГ «О правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута» также организатором торгов нарушена ст. 448 Гражданского кодекса РФ,

Так п. 2 ст. 448 ГК определяется порядок информирования о проведении торгов. Извещение о проведении торгов должно быть сделано организатором аукциона или конкурса не менее чем за 30 дней до проведения торгов. При открытых торгах информация о их проведении сообщается посредством публикации в периодических изданиях объявления о проведении аукциона или конкурса. Данный пункт предусматривает необходимый перечень сведений, которые должны содержаться в извещении. К таким сведениям относятся: сведения о времени, месте и форме торгов (т.е. проводятся ли торги в форме аукциона или в форме конкурса), их предмете и порядке проведения, в том числе об оформлении участия в торгах (например, путем подачи в соответствующие сроки заявки установленного образца), порядке определения лица, выигравшего торги, а также сведения о начальной цене.

Указанный перечень сведений является обязательным, но не исчерпывающим. При проведении отдельных видов аукционов и конкурсов обязательным может быть включение и иной информации.

Если предметом торгов является исключительно право на заключение договора, то в извещении нужно указать, в какой срок договор должен быть заключен лицом, выигравшим торги, и продолжительность срока действия реализованного

имущественного права. Кроме того, в извещении должны быть указаны размер задатка, вносимого участниками, и банковские реквизиты покупателя.

Кроме того, в силу пункта 2 статьи 448 Гражданского кодекса Российской Федерации если иное не предусмотрено законом, извещение о проведении торгов должно быть сделано организатором не менее чем за тридцать дней до их проведения. Извещение должно содержать во всяком случае сведения о времени, месте и форме торгов, их предмете и порядке проведения, в том числе об оформлении участия в торгах, **определении лица**, выигравшего торги, а также сведения о начальной цене.

Вместе с тем конкурсная документация не содержит в должном объеме сведения о порядке определения победителя, то есть не отвечает требованиям пункта 2 статьи 448 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Отсутствие в извещении о торгах указанных сведений является нарушением порядка проведения торгов и основанием для признания торгов недействительными по иску заинтересованного лица (п. 1 письма ВАС N 101).

3. Общие требования к проектированию, размещению и эксплуатации объектов наружной рекламы установлены в «Правилах распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ .

Так в силу положений п. 2.1. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ, размещение объектов наружной рекламы допускается в соответствии с разработанными, согласованными и утвержденными проектами территориального размещения объектов наружной рекламы (схемами территориального размещения) для улиц, территорий кварталов, микрорайонов и других элементов планировочной структуры города в границах установленных красных линий или границах земельных участков.

Согласно п. 2.4. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» Проекты территориального размещения объектов наружной рекламы подлежат согласованию с: собственником имущества, на котором планируется устанавливать объекты наружной рекламы, либо лицом, уполномоченным собственником (собственниками); собственниками (владельцами) объектов инженерной инфраструктуры; органом милиции, уполномоченным осуществлять контрольные, надзорные и разрешительные функции в области обеспечения безопасности дорожного движения на территории города Сургута; органом Администрации города, уполномоченным в области транспорта, связи и эксплуатации дорог; органом Администрации города, уполномоченным в области природопользования и экологии.

Согласно п. 2.5. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» Разработанные и согласованные проекты территориального размещения объектов наружной рекламы утверждаются органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и

градостроительства.

Согласно п. 4.7. Рабочий проект в обязательном порядке согласовывается с: органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства;

собственником имущества, на котором планируется установить объект наружной рекламы, либо лицом, уполномоченным собственником (собственниками), в случаях размещения объекта наружной рекламы на объектах, не относящихся к муниципальной собственности.

Согласно «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» Победитель торгов обязан: 1) для получения разрешений на установку рекламных конструкций:

- предоставить рабочий проект рекламной конструкции, согласованный в порядке, установленном Правилами распространения наружной рекламы на территории г. Сургута, утвержденными решением Думы г. Сургута от 29 сентября 2006 г. N 74-IV ДГ;

- уплатить за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции государственную пошлину в размерах и порядке, установленных законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;

2) установить рекламные конструкции в местах, предусмотренных схемой, в течение года со дня заключения договора на их установку и эксплуатацию.

Конкурсная документация по конкурсу, объявленному на 15.09.2016г. содержит следующие положения: Победитель торгов обязан:

1. Для получения разрешений на установку рекламных конструкций:

- предоставить рабочий проект рекламной конструкции, разработанный в строгом соответствии с требованиями ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения». Согласовать в порядке, установленном Правилами распространения наружной рекламы на территории города Сургута, утвержденными решением Думы города Сургута от 29.09.2006 № 74-IV ДГ;

- уплатить за выдачу разрешения на установку рекламной конструкции государственную пошлину в размерах и порядке, установленных законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;

2. Установить рекламные конструкции в местах, предусмотренных схемой в строгом соответствии

с требованиями ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», в течение года со дня заключения договора на их установку и эксплуатацию.

Так конкурсная документация не содержит полной информации о том, с какими организациями и какое количество согласований должен осуществить победитель торгов для получения разрешения на установку рекламной конструкции, так же конкурсная документация не содержит информации каким образом будет производиться освобождение от оплаты за установку рекламной конструкции на период согласования в необходимом количестве для получения разрешения на установку рекламной конструкции.

Конкурсная документация не содержит сведений о том, каким образом будет решен вопрос с победителем торгов после заключения договора на установку в случае отказа в согласовании, что приведет к невозможности выдачи разрешения на установку рекламной конструкции.

Таким образом, организатором торгов выставлены на торги не сформированные места под размещение рекламных конструкций, потому, что п. 4.1; 4.2; 4.3; 4.6; 4.7 «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ».

П. 4.13 «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» предусмотрено, что при размещении объектов наружной рекламы на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц, **разрешение на установку рекламной конструкции вступает в силу с момента заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на объектах муниципальной собственности и землях, находящихся в ведении муниципального образования и не обремененных правами третьих лиц.**

Согласно п. 2.1. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» Размещение объектов наружной рекламы допускается в соответствии с разработанными, согласованными и утвержденными проектами территориального размещения объектов наружной рекламы (схемами территориального размещения) для улиц, территорий кварталов, микрорайонов и других элементов планировочной структуры города в границах установленных красных линий или границах земельных участков.

Согласно п. 2.2. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» орган Администрации города, уполномоченный в области архитектуры и градостроительства, осуществляет общее градостроительное и архитектурно-художественное руководство, организует разработку проектов территориального размещения объектов наружной рекламы.

Согласно п. 2.3. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» основанием для выполнения или корректировки проекта территориального

размещения объектов наружной рекламы является задание на проектирование и архитектурно-планировочное задание, выдаваемое уполномоченным органом Администрации города, которое включает в себя основные архитектурные, планировочные требования к размещению объектов наружной рекламы, а также требования по благоустройству прилегающей территории (места размещения), сроки разработки, согласования и реализации проекта.

Согласно п. 2.4. Проекты территориального размещения объектов наружной рекламы подлежат согласованию с: собственником имущества, на котором планируется устанавливать объекты наружной рекламы, либо лицом, уполномоченным собственником (собственниками); собственниками (владельцами) объектов инженерной инфраструктуры; органом милиции, уполномоченным осуществлять контрольные, надзорные и разрешительные функции в области обеспечения безопасности дорожного движения на территории города Сургута; органом Администрации города, уполномоченным в области транспорта, связи и эксплуатации дорог; органом Администрации города, уполномоченным в области природопользования и экологии.

Однако схема размещения рекламных конструкций, выставленных на торги на 15.09.2016г. не содержит согласования с такими органами, а содержит условие в конкурсной документации о необходимости проведения таких согласований победителем торгов, что является недопустимым.

Согласно 2.5. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» Разработанные и согласованные проекты территориального размещения объектов наружной рекламы утверждаются органом Администрации города, уполномоченным в области архитектуры и градостроительства.

Так отсутствуют согласования на Проекты территориального размещения объектов наружной рекламы являющиеся предметом конкурса назначенного на 15.09.2016г. с собственниками (владельцами) объектов инженерной инфраструктуры; органом милиции, уполномоченным осуществлять контрольные, надзорные и разрешительные функции в области обеспечения безопасности дорожного движения на территории города Сургута;

Согласно 2.6. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ» Рабочие проекты на рекламные конструкции должны быть выполнены в соответствии с действующим законодательством, техническими регламентами, строительными нормами и правилами, настоящими Правилами. Рабочие проекты разрабатываются, согласовываются и утверждаются в порядке, предусмотренном пунктами 4.6, 4.7, 4.8 настоящих Правил.

Так условия конкурсной документации противоречат разделу 4 «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ».

4. В конкурсной документации приведена таблица критериев оценки, по которым

оцениваются заявки, и отбирается победитель:

№ 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 40 – 45% времени в год – 90 баллов 45 -50 и выше % времени в год – 100 баллов</p>

4	Опыт работы в сфере социальной рекламы	10%	<p>По данному показателю оценивается документально подтвержденный участником конкурса положительный опыт выполнения работ за предшествующий конкурсу трехлетний период в 10 (десять) баллов.</p> <p>Отсутствие в указанный период у участника конкурса подтвержденного положительного опыта, соответствующего установленному содержанию показателя, оценивается в 0 (ноль) баллов.</p>
---	--	-----	--

По критерию дизайн имеется ранее выданное организатору торгов и неисполненное предписание № 88 от 22.12.2015г.

Как следует из вышеприведенного, критерий «дизайн (внешний вид)» имеет значимость 40%, при этом оценка производится внутри самого критерия – по следующим подкритериям:

индивидуальный дизайн, отвечающий современным эстетическим требованиям, в сочетании с конструктивными решениями, обеспечивающими прочность и надежность, а также с технологическими решениями, обеспечивающими простоту и удобство эксплуатации на длительный период (от 1 до 100 баллов):

- единый внешний вид и дизайн-проект рекламных конструкций (40 баллов);
- оригинальность и гармоничность сочетания средств наружной рекламы с окружающей средой и внешним архитектурным обликом сложившейся застройки (30 баллов);
- 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 установленных 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).

Критерии начисления баллов, а также вес (ценность) в баллах каждой

разновидности документов являются необходимыми для участников квалификационного отбора, поскольку их наличие не только соответствует принципам открытости и прозрачности торгов, в том числе при определении победителя, но и является стимулирующим фактором при подаче заявок, а также направлено на поддержание конкуренции, нивелирование споров и разногласий участников и организаторов закупок при подведении их итогов.

Аналогичный вывод содержится в постановлении Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.02.2014 № 3323/13.

Кроме того, такие подкритерии как «единый внешний вид и дизайн-проект рекламных конструкций» и «оригинальность и гармоничность сочетания средств наружной рекламы с окружающей средой и внешним архитектурным обликом сложившейся застройки», не сочетаются друг с другом и могут привести к противоречивому результату.

Установление организатором торгов критерия «опыт работы в сфере социальной рекламы» ограничивает доступ на рынок наружной рекламы новых компаний, в результате чего создаются условия для предоставления преимуществ организациям, которые уже давно работающим на рынке наружной рекламы.

При этом любые участники, желающие принять участие в указанных торгах сделать этого не смогут, так как им будет отказано конкурсной комиссией в допуске к участию в торгах. Установление критерия «опыт работы в сфере социальной рекламы» при оценке заявок преимущество будет отдано крупным компаниям, в результате чего участники малого предпринимательства не способны создать конкуренцию крупным рекламным компаниям.

Общества, не имеющие опыта выполнения работ в сфере социальной рекламы при распространения наружной рекламы не могут войти на данный рынок, поскольку установление критерия «опыт работы в сфере социальной рекламы» оценки заявок на участие в торгах и ранжирование баллов по нему, дает преимущества только крупным компаниям.

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)», установления критерия «опыт работы в сфере социальной рекламы» и порядка оценки нарушает требования, установленные частью 1 статьи 17 Закона о защите конкуренции способны привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

Организатором торгов нарушен п. 1.2. «Правил распространения наружной рекламы на территории города Сургута», утвержденных решением Думы города Сургута от 29.09.2006г. № 74-IV ДГ», в котором указано, что торги проводятся в целях: улучшения благоустройства и внешнего облика города; создания равных условий и возможностей

для получения мест размещения объектов наружной рекламы на территории города.

Считаем, что торги, объявленные Департаментом архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута и назначенные на 15.09.2016г. по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или доверительное управление противоречат и нарушают положения действующего Гражданского кодекса и Закона 38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе».

На основании вышеизложенного просим провести проверку по данному факту и отменить проведение торгов.

Приложение:

- Газета Сургутские ведомости от 13.08.2016г.
- Приказ о назначении Генерального директора.
- Копия свидетельства о регистрации Общества.

Генеральный директор



Сидельников В.В.