

5

сх. № 201/10 от « 05 » сентября 2012 г.

Московское УФАС  
Рег.номер: 24138  
Зарегистрирован: 06.09.2012



В Управление Федеральной  
антимонопольной службы по Москве  
Пыжевский пер., д.6,

г. Москва, 119017

**Заявитель:** ООО «Реклама-Сервис»  
121357, г. Москва, Можайское ш., д. 5.  
тел. (495) 730-29-95

**Организатор аукциона:**  
Департамент средств массовой  
информации и рекламы города Москвы

**Место нахождения:**

ул. Новый Арбат, 36/9,

г. Москва, 121205

Тел. / факс +7 (495) 633-61-65

### ЖАЛОБА

#### на действия организатора проведения открытого аукциона, ограничивающие конкуренцию

Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы (далее – Организатор аукциона) объявлен «Открытый аукцион на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации (афишные стенды) на имуществе города Москвы» (далее – Аукцион).

Извещение от 30 июля 2012 года о проведении 10 сентября 2012 года Аукциона и аукционная документация размещены на официальном сайте Департамента по конкурентной политике города Москвы <http://tender.mos.ru> (<http://tender.mos.ru/newdsgn/doc.aspx?docid=13694&treepath=12017,1265,1049,13694#pageTop>) и на официальном сайте Департамента СМИ и рекламы города Москвы (<http://www.dsmir.mos.ru/presscenter/news/text875.html>).

Согласно аукционной документации предметом Аукциона является установка и эксплуатация объектов наружной рекламы и информации (рекламных конструкций) - афишных стендов формата 1,80 м. х 1,75 м. на 7705 рекламных местах на землях общего пользования, принадлежащих городу Москве на праве собственности. Торги, по замыслу Организатора аукциона, должны проходить по одному из существенных условий договора - плате за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города

Москвы, со стартовой ценой равной 700.000.000 (семьсот миллионов) рублей. За право участия в Аукционе необходимо заплатить **обеспечительный платеж в сумме 210.000.000 (двести десять миллионов) рублей**. По итогам аукциона победитель **обязан в течение 5 (пяти) дней единовременно оплатить не менее 700.000.000 (семьсот миллионов) рублей**.

**Такие условия необоснованно препятствуют участию в Аукционе подавляющему большинству компаний, за исключением одной-двух.**

Нормы федерального законодательства о рекламе и правовые акты города Москвы, регулирующие порядок заключения и условия договоров на установку рекламных конструкций, не допускают ограничение конкуренции и запрещают заключение договоров на установку рекламных конструкций на государственном недвижимом имуществе, с рекламодателями (владельцами рекламных конструкций), занимающими преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на территории соответствующего муниципального образования, города федерального значения.

**Аукционная документация, опубликованная Департаментом средств массовой информации и рекламы города Москвы, содержит следующие нарушения федерального законодательства и правовых актов города Москвы:**

1. Организатором аукциона допущены нарушения требований ст.15 и ст.17 Федерального закона от 26.07.2006 года №135-ФЗ «О защите конкуренции»:

**Размещение заказа на установку и эксплуатацию 7705 объектов наружной рекламы и информации форматом 1,80 м. x1,75 м. одним лотом со стартовой ценой в 700.000.000 (семьсот миллионов) рублей, установление размера обеспечения заявки на участие в Аукционе в сумме 210.000.000 (двести десять миллионов) рублей, а также условие Организатора аукциона о единовременном платеже по итогам аукциона в сумме не менее 700.000.000 (семьсот миллионов) рублей в пятидневный срок приводит к существенному ограничению количества участников Аукциона. В первую очередь, ограничивает доступ к участию в Аукционе субъектов малого и среднего предпринимательства, работающих на рынке услуг по распространению наружной рекламы г. Москвы.**

Победитель такого аукциона становится монополистом в оказании услуг по распространению рекламы и информации на афишных стендах, что лишает потребителей возможности выбирать поставщика таких услуг и приобретать эти услуги по конкурентным качеству и цене.

**Таким образом, необоснованное объединение Организатором аукциона огромного количества объектов наружной рекламы и информации (рекламных конструкций) в один лот, необоснованное установление завышенного размера обеспечения заявки на участие в аукционе, единовременный многомиллионный платеж по его итогам приводят к существенному ограничению конкуренции при проведении торгов.**

**При таких условиях, аукцион может повлечь недополучение денежных средств бюджетом города Москвы, будет способствовать исключению конкуренции и установлению монопольно высоких или монопольно низких цен на**

**услуги по распространению рекламы и информации на афишных стендах, низкому качеству оказываемых услуг.**

Проведение торгов на установку и эксплуатацию 7705 рекламных конструкций, сформированных в несколько лотов (не менее десяти), установление разумного обеспечительного платежа, и равномерных платежей победителей аукционов (например ежеквартально, равными долями в течение срока действия договора) позволило бы не только увеличить число участников аукционов, получить больше денежных средств в бюджет города Москвы, но и создало бы благоприятную конкурентную среду, когда потребитель услуг имел бы возможность обратиться к любому из победителей аукционов за получением услуги по конкурентным качеству и цене.

2. В нарушение требований п.5.2. Положения о проведении конкурса (аукциона) на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы, утвержденного постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП, Организатором аукциона в состав Аукционной документации не представлены документы, позволяющие определить точные места установки объектов наружной рекламы и информации, а именно:

- не представлена, утвержденная в установленном порядке, территориальная Схема установки объектов наружной рекламы (рекламных конструкций);

- не представлены, оформленные в установленном порядке, Разрешения на установку каждого объекта наружной рекламы и информации (7705 шт.) с указанием места установки, размера и площади информационного поля рекламной конструкции (согласно п.9 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» разрешения выдаются органом местного самоуправления на установку каждой рекламной конструкции).

3. Помимо отсутствия утвержденной Схемы установки рекламных конструкций, в Аукционной документации не указано общее количество сторон рекламных конструкций формата 1,80 м. х 1,75 м. (так как каждая рекламная конструкция может иметь 1 или 2 стороны), используемое при расчете общей площади информационных полей лота. При этом разница в общей площади информационных полей рекламных конструкций, указанных в лоте и эксплуатируемых в целях распространения наружной рекламы, может составить более 24 тыс. кв. метров. Количество информационных полей (может быть от 7705 шт. до 15410 шт.) рекламных конструкций и их общая площадь напрямую влияет на доходность предпринимательской деятельности по распространению наружной рекламы.

Отсутствие в Аукционной документации такого существенного условия как общая площадь информационных полей рекламных конструкций, влечет за собой следующие последствия:

- не позволяет Федеральной антимонопольной службе и потенциальным участникам Аукциона оценить риск занятия или упрочения преимущественного положения хозяйствующих субъектов, в случае победы в аукционе, в сфе-

ре распространения наружной рекламы на территории города Москвы, что нарушает требования ч.5.2. ст.19 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 года №38-ФЗ («5.2. Участником торгов (в форме аукциона или конкурса) не вправе быть лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на момент подачи заявки на участие в торгах. Если по результатам проведения аукциона или конкурса лицо приобретает преимущественное положение, данные результаты являются недействительными»);

- не позволяет рассчитать размер платы за установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы;

- исключает возможность потенциальным участникам Аукциона принять обоснованное решение о цене лота (т.к. не определено количество информационных полей, может быть от 7705 шт. до 15410 шт.), что недопустимо и способствует проявлению коррупции при заключении договора.

**Таким образом, Организатором аукциона не выполнены требования Положения о проведении конкурса (аукциона) на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы, утвержденного постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП. Не определены существенные условия формирования цены лота: места установки, количество сторон и общая площадь информационных полей объектов наружной рекламы, что недопустимо.**

В аукционной документации Организатору торгов необходимо указать как общую площадь информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы в городе Москве на момент проведения аукциона, так и общую площадь информационных полей рекламных конструкций в лоте.

При этом необходимо учитывать, что общая площадь информационных полей рекламных конструкций данного лота, состоящего из 7705 рекламных мест установки, может превышать 35% от общей площади информационных полей всех рекламных конструкций на территории города Москвы. В этом случае, по итогам торгов, может появиться лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы города Москвы только за счет использования государственной собственности.

4. Представленный в составе части V Аукционной документации проект договора на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации (афишных стендов) на имуществе города Москвы противоречит следующим требованиям постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП:

- проект договора на установку и эксплуатацию объекта наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы (часть V Аукционной документации) не соответствует форме, утвержденной постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 г. №908-ПП для договоров данного типа;

- в нарушение требований ч.3 ст.17 Федерального закона от 26.07.2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции», Организатор аукциона вменяет победителю Аукциона в обязанность осуществить монтаж рекламных конструкций «при уча-

стии уполномоченной экспертной организации» (п.3.2.2 части V Аукционной документации), что является навязыванием услуги;

- В соответствии с п.5 постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП доходами бюджета города Москвы от размещения объектов наружной рекламы и информации являются:

**1) доходы от установки объектов наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы;**

**2) доходы от проведения конкурсов и аукционов.**

Однако, согласно п.8.7 Аукционной документации и п.2.2. проекта договора на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации (афишных стендов) на имуществе города Москвы, **Организатор аукциона устанавливает только один единовременный платеж.**

5. Размер ежегодной или ежемесячной платы по договору на установку и эксплуатацию объекта наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы устанавливается согласно Порядку расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию объекта наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы, утвержденному постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП.

В Приложении №1 к настоящей жалобе представлен Расчет размера платы по договору на установку и эксплуатацию объекта наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы, в соответствии с которым **ежегодная плата в бюджет города Москвы за установку и эксплуатацию 7705 рекламных конструкций формата 1,80x1,75 м, составит более 823 миллионов рублей.**

**За 5 (пять) лет, при соблюдении требований установленных постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП, бюджет города Москвы должен получить более 4,116 млрд. (четыре миллиарда сто шестнадцать миллионов) рублей.**

Согласно установленному Порядку расчета размера платы по договору на установку и эксплуатацию объекта наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы, утвержденному постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП, **стартовая цена объявленного Аукциона не может быть менее суммы подлежащей оплате в бюджет в соответствии с постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП, то есть менее 4,116 млрд. (четыре миллиарда сто шестнадцать миллионов) рублей.**

Так как, указанная в Аукционной документации стартовая цена установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в размере 700 (семьсот) миллионов рублей составляет всего лишь 17% от утвержденного постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП, размера платы в бюджет города Москвы, то **победитель торгов получит необоснованную финансовую льготу (преференцию) по отношению к другим участникам рынка услуг по распространению наружной рекламы в городе Москве, что недопустимо.**

Добросовестные операторы рынка услуг по распространению наружной рекламы осуществляют платежи в бюджет Москвы, в размерах утвержденных постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 г. №908-ПП.

**Предоставление льготы (преференции), в виде установления платежа в размере меньшем, чем установлено постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП, фактически ограничивает конкуренцию и ставит победителя аукциона в заведомо более выгодные условия, а также лишает бюджет Москвы поступлений в сумме более 3 млрд. рублей. Такое решение Организатора аукциона лежит за пределами полномочий, установленных Положением о Департаменте средств массовой информации и рекламы города Москвы, утвержденном постановлением Правительства Москвы от 22.02.2011 г. №45-ПП.**

**6. Согласно ст.447 ГК РФ (Заключение договора на торгах), договор, если иное не вытекает из его существа, может быть заключен путем проведения торгов. Договор заключается с лицом, выигравшим торги. Торги проводятся в форме аукциона или конкурса за право заключить договор. Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену.**

**Поскольку Правилами, утвержденными постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП, установлен расчет и размер платы по договору на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы, то положением об аукционе могут быть предусмотрены только торги за право заключить договор на установку и эксплуатацию каждого объекта наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы.**

**7. В п.3.2.2 проекта Договора на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации (афишных стендов) на имуществе города, представленного в составе части V Аукционной документации, победитель Аукциона обязуется осуществить монтаж 7705 афишных стендов - высокотехнологичных рекламных конструкций, изготовленных в соответствии с утвержденным дизайн-проектом, по Адресной программе размещения – 2648 адресам (п.1.4. и п.1.6. части VI Аукционной документации) в течение 30 календарных дней.**

**Изготовление и монтаж 7705 рекламных конструкций по 2648 адресам в течение 30 календарных дней, т.е. по 10 конструкций по 3-4 адресам ежедневно (более 250 конструкций в сутки при круглосуточной работе) технически нереально осуществить, так как конструкции необходимо изготовить, получить соответствующие разрешения на производство работ (ордер), привезти на место установки (с учетом сложности автомобильного движения в Москве), заглубить фундамент, установить и подключить к сетям городского освещения, провести последующее благоустройство места установки.**

**Указанные обстоятельства позволяют предположить о подготовке Аукциона в интересах конкретного заинтересованного лица, уже имеющего в наличии 7705 афишных стендов и производственные мощности для их монтажа, и/или заранее подготовившего необходимую производственную базу для их изготовления и монтажа в такие короткие сроки, а также получившего заранее гарантии своей победы в Аукционе. В то время как добросовестный участник Аукциона может приступить к изготовлению конструкций и нести соответствующие огромные расходы только после победы в Аукционе,**

**подписания Договора и получения разрешений на установку по всем рекламным конструкциям.**

8. Руководителем Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы Черниковым В.В. на «Круглом столе» в здании мэрии Москвы по адресу Новый Арбат 36/9, 21 августа 2012 г. было заявлено, что подготовкой указанного аукциона совместно с Департаментом СМИ и рекламы занималось ОАО «Мосгорреклама» (ранее размещавшее афишные стенды на имуществе города Москвы).

ОАО «Мосгорреклама», аффилированная с компанией «Русс Аутдор» (ранее – News Outdoor), неоднократно упоминалось в средствах массовой информации в связи с получением льгот и преференций, и освобождением от обязательных платежей в бюджет города Москвы.

ОАО «Мосгорреклама» не платило в бюджет города за право размещения афишных стендов (рекламных конструкций) на имуществе города Москвы в течение ряда лет, так как было освобождено чиновниками от обязательной платы в бюджет (Мировое соглашение по делу №А40-10488/2012 от 7 марта 2012 г.).

**Указанные обстоятельства позволяют сделать вывод о создании Организатором аукциона необоснованных ограничений и препятствий для добросовестной конкуренции, а также предположить о возможной подготовке Аукциона в интересах ОАО «Мосгорреклама».**

**В результате указанных нарушений Федерального законодательства и правовых актов города Москвы созданы экономические препятствия к участию в аукционе неограниченного числа хозяйствующих субъектов, приводящие к ограничению конкуренции; созданы условия позволяющие победителю аукциона занять или упрочить свое преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы на территории города Москвы и получить необоснованные преференции в виде низкой платы за использование имущества города Москвы в целях установки рекламных конструкций; бюджету Москвы может быть нанесен ущерб более 3 (трех) миллиардов рублей.**

**На основании изложенного, руководствуясь ст. 17 Федерального закона от 26.07.2006 года №135-ФЗ «О защите конкуренции», ст. 19 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 года №38-ФЗ и постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 года № 908-ПП,**

**ПРОШУ:**

1. Провести проверку по фактам, изложенным в настоящей жалобе.
2. Считать настоящую жалобу основанием для возбуждения административного расследования в отношении Департамента средств массовой информации и рекламы города Москвы по факту нарушения требований статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции» и ст. 19 ФЗ «О рекламе».
3. По результатам расследования выдать Департаменту средств массо-

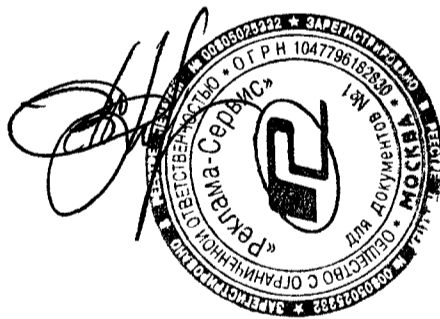
вой информации и рекламы города Москвы предписание об устранении нарушений антимонопольного и рекламного законодательства, допущенных при организации проведения открытого аукциона.

4. Обязать Организатора аукциона сформировать не менее 10 лотов.
5. Обязать Организатора аукциона устранить дискриминационное условие об установлении размера обеспечения заявки в размере 210 млн. руб.
6. Обязать Организатора аукциона предоставить в состав аукционной документации утвержденную Схему размещения 7705 объектов наружной рекламы и информации (афишных стендов) и оформленные установленным образом разрешения на установку каждой рекламной конструкции
7. Обязать Организатора аукциона опубликовать точное количество рекламных поверхностей выставленных на торги объектов наружной рекламы и информации (афишных стендов) и общую площадь их информационных полей.
8. Обязать Организатора аукциона опубликовать общую площадь информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы в городе Москве.
9. Обязать Организатора аукциона включить в состав аукционной документации типовой договор на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации (афишные стенды) на имуществе города Москвы, соответствующий требованиям постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 года № 908-ПП, с указанием размера ежемесячных платежей для каждого объекта наружной рекламы и информации (афишного стенда) в лоте.
10. Обязать Организатора аукциона провести торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации (афишных стендов) на имуществе города Москвы.

**Приложения:**

1. «Расчет размера платы по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на имуществе города Москвы» - на 3 л.
2. Извещение о проведении открытого аукциона – на 2 л.
3. Аукционная документация – на 48 л.
4. Приложение №1 к Аукционной документации (Афишный стенд 1,75x1,80 м. Вариант 1) – на 1 л.
5. Приложение №2 к Аукционной документации (Афишный стенд 1,75x1,80 м. Вариант 2) – на 1 л.
6. Приложение №3 к Аукционной документации (Адресная программа размещения объектов наружной рекламы и информации (афишных стендов) на имуществе города Москвы) – на 22 л.

Генеральный директор



А.В. Семенов