



В Управление Федеральной
антимонопольной службы по Москве
Пыжевский пер., д. 6, г. Москва, 119017

Заявитель: Общество с ограниченной
ответственностью «ИнвестМаркетинг»
Дмитровское шоссе, д. 13А, г. Москва,
127434

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

Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы (далее – Организатор аукциона) объявил «Открытый аукцион на установку и эксплуатацию объектов наружной рекламы и информации (афишные стенды) на имуществе города Москвы» (далее – Аукцион) и разместил 30 июля 2012 г. Извещение о проведении 10 сентября 2012 года Аукциона и аукционную документацию 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>).

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 принадлежащих городу Москве на праве собственности землях общего пользо-

вания. Торги предполагается проводить по одному из существенных условий договора - плате за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы, со стартовой ценой не менее 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.

Указанные условия необоснованно препятствуют участию в Аукционе большинству компаний, осуществляющих деятельность в области наружной рекламы, особенно представляющим малый и средний бизнес.

Федеральное 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. х1,75 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 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 двадцати), установление 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 так же 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 указаны точные характеристики рекламных конструкций, что не позволяет подсчитать общее количество сторон рекламных конструкций формата 1,80 м. x 1,75 м. (так как каждая рекламная конструкция может иметь 1 или 2 стороны), используемое при расчете общей площади информационных полей лота. При этом общая площадь напрямую влияет на доходность предпринимательской деятельности по распространению наружной рекламы.

Невозможность подсчитать общую площадь информационных полей рекламных конструкций не позволяет оценить риск занятия или упорочения преимущественного положения хозяйствующих субъектов, в случае победы в аукционе, в сфере 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.

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.

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 постановлению Правительства Москвы от 21.11.2006 года №908-ПП в части:

- не соответствует форме, утвержденной постановлением Правительства Москвы от 21.11.2006 г. №908-ПП для договоров данного типа;
- вменяет победителю Аукциона в обязанность осуществить монтаж рекламных конструкций «при участии уполномоченной экспертной организации» (п.3.2.2 части V Аукционной документации), что является навязыванием услуги;

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.

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.

Так как указанная в Аукционной документации стартовая цена установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в размере 700 (семьсот) миллионов рублей победитель торгов получит необоснованную финансовую льготу (преференцию) по отношению к другим участникам рынка услуг по распространению наружной рекламы в городе Москве.

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.

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.

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.

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,

ПРОСИМ:

1. Провести проверку по фактам, изложенным в настоящей жалобе.
2. По результатам расследования выдать Организатору аукциона предписание об устранении нарушений антимонопольного и рекламного законодательства, допущенных при организации проведения открытого аукциона.
3. Обязать Организатора аукциона сформировать несколько лотов.
4. Обязать Организатора аукциона устранить дискриминационное условие об установлении размера обеспечения заявки в размере

210 млн. руб.

5. Обязать Организатора аукциона предоставить в состав аукционной документации оформленные установленным образом разрешения на установку каждой рекламной конструкции

6. 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 периодических платежей для каждого объекта наружной рекламы и информации в лоте.

Приложения:

1. Извещение о проведении открытого аукциона – на 2 л.
2. Аукционная документация – на 48 л.
3. Устав, свидетельства ОГРН и ИНН, полномочия генерального директора – на 20 л.

Генеральный директор
ООО «ИнвестМаркетинг»

