

5

# Общество с ограниченной ответственностью "Исследовательская компания Эксплоро"

ИНН/КПП 7709712730/770901001, ОГРН 1067760142394  
РФ, 109147, г. Москва, ул. Марксистская, д. 22, стр. 1.

**Московское УФАС**  
Рег.номер: 24296  
Зарегистрирован: 07.09.2012



В Управление Федеральной антимонопольной  
службы по Москве

Пыжевский пер., д.6, г. Москва, 119017

**Заявитель:**

Общество с ограниченной ответственностью  
«Исследовательская компания Эксплоро»

Волгоградский пр-т, д.43, кор.3, г.Москва,  
109316, тел. (495) 661-55-99

**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

г. Москва

07 сентября 2012г.

## 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 распро-

странения 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. х 1,75 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 выбрать 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 пло-

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 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** (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 участии 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-III 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 дого-**

**вор на установку и эксплуатацию каждого объекта наружной рекламы и информации на имуществе города Москвы.**

7. 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 (три) 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 массовой 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 \_\_\_ 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 \_\_\_ л.
7. Устав, свидетельства ОГРН и ИНН, полномочия генерального директора – на \_\_\_ л.

С уважением,

Генеральный директор  
ООО «Исследовательская компания  
Эксплоро»



/Дроговейко В.И./

Доверенность № 7

Город Москва

Седьмое сентября две тысячи двенадцатого года

Общество с ограниченной ответственностью «Исследовательская компания Эксплоро», зарегистрированное 27.11.2006 г. Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 46 по г. Москве ОГРН 1067760142394, ИНН 7709712730, место нахождения: РФ 109147, г. Москва, ул. Марксистская, д. 22, стр.1, в лице Генерального директора Дроговейко Веры Леонидовны, действующего на основании Устава, настоящей доверенностью уполномочивает

(Паспорт \_\_\_\_\_ серия 4511 № 371821 ,  
выдан Оог. УФМС России по г. Москве по р-ну Гольяново дата выдачи 18.10.2011 )

Сдать (получить документы) в \_\_\_\_\_

Доверенность выдана без права передоверия.

Срок действия доверенности 3 (три) месяца.

Подпись 神 亦 美 Белая А.А. удостоверяю.

Генеральный директор  
ООО «Исследовательская компания Эксплоро»



/ В.Л.

