



ООО «КронВест»

119034 г. Москва, Пер.Еропкинский д.14, стр.1
ОГРН 1127747161838, Тел. 8 916 772 24 73
№ 233 от 06.08.2013

**В Управление Федеральной
антимонопольной службы по г.Москве
Российской Федерации**
Мясницкий проезд, д.4, стр.1
г. Москва, 107078
E-mail: to77@fas.gov.ru

Заявитель: ООО «КронВест»
119034 г. Москва,
Пер. Еропкинский д.14, стр.1
ОГРН 1127747161838,
Тел. 8 916 772 24 73

Должностное лицо, орган
исполнительной власти города Москвы,
принявшие акты, с нарушениями
законодательства Российской Федерации
о рекламе и антимонопольного
законодательства Российской Федерации:
1. ИО руководителя Департамента СМИ
и рекламы (Черников В.В.)
2. Департамент средств массовой
информации и рекламы города Москвы
Адрес: Новый Арбат ул., 36/9, г. Москва,
121205
Тел. / факс +7 (495) 633-61-65

ЗАЯВЛЕНИЕ

о нарушениях антимонопольного и рекламного законодательства Российской Федерации допущенные ИО руководителя Департамента СМИ и рекламы и Департаментом СМИ и рекламы города Москвы

города Москвы (далее – Департамент) в сети Интернет (<http://dsmir.mos.ru/presscenter/news/detail/736322.html>) размещены материалы, из содержания которых стало известно следующее.

27.06.2013 года исполняющий обязанности руководителя Департамента (В.В. Черников) утвердил «Аукционную документацию по проведению открытого аукциона на право заключения договора на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы». (Прилагаю)

В тот же день 27.06.2013 года, Приказами «О проведении торгов в форме открытого аукциона на право заключения договора на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы»: №277 (http://dsmir.mos.ru/upload/iblock/e51/reshenie_o_provedenii_auksiona.pdf), №278 (http://dsmir.mos.ru/upload/iblock/e56/reshenie_o_provedenii_auksiona.pdf), №279 (http://dsmir.mos.ru/upload/iblock/ded/reshenie_o_provedenii_auksiona.pdf), Департамент принял решения о проведении торгов в форме открытого аукциона на право заключения договора на право установки и эксплуатации, соответственно 1949 шт., 1699 шт., 4195 шт. (всего 7843 шт.) рекламных конструкций на имуществе города Москвы, распределенных по 3, 3 и 10 лотам соответственно, на срок 10 лет.

(с изменениями, внесенными Приказами ИО руководителя Департамента от 23 июля 2013 года №324, 325, 326).

В приказах указаны стартовые цены по каждому лоту, равные стоимости права на установку рекламных конструкций (тариф), минимально 79 рекламных конструкций, приобретаемому по договору.

В названных приказах, в том числе, указано: предмет торгов, стартовая (минимальная) цена (тариф), размер обеспечения заявки (задаток), дата окончания подачи заявок на участие в аукционе.

Места установки, сроки установки рекламных конструкций, проекты договоров, а также наименование лица организатора торгов, в приказах не указаны.

Наименование организатора торгов и другие условия открытого аукциона на право заключения договора на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы, утверждены единолично ИО руководителя Департамента в Аукционной документации.

Согласно Аукционной документации, все места установки рекламных конструкций на земельных участках, принадлежащих городу Москве (имущество города Москвы), распределены по 16 лотам, объявлены тарифы по 16 договорам на право установки рекламных конструкций на имуществе города Москвы, размеры задатков, за право участия в аукционах и другие условия, которые вправе устанавливать собственник имущества (организатор торгов), при объявлении торгов.

Целью аукциона, является заключение 16 договоров, на 10 лет, с хозяйствующими субъектами, желающими распространять наружную рекламу на земельных участках города Москвы на 79 и более рекламных конструкциях.

После заключения 16 договоров, никто, кроме победителей торгов (не более 16 хозяйствующих субъектов заключивших договоры по итогам торгов), в ближайшие 10 лет, не будет иметь возможности осуществлять самостоятельные действия в сфере наружной рекламы путем установки рекламных конструкций на земельных участках принадлежащих городу Москве.

После заключения указанных договоров, хозяйствующие субъекты, в том числе Заявитель, вынуждены будут отказаться от самостоятельных действий в сфере наружной рекламы на территории города Москвы.

В случае отказа от самостоятельных действий в сфере наружной рекламы хозяйствующие субъекты, ранее установившие свои рекламные конструкции в соответствии с договорами и разрешениями, оформленными в соответствии с действовавшими ранее правилами, принятыми постановлениями Правительства Москвы, будут обязаны демонтировать, и утилизировать за ненадобностью свои рекламные конструкции, что неизбежно приведет к убыткам.

Угроза отказа хозяйствующих субъектов от самостоятельных действий в сфере наружной рекламы на территории города Москвы возникла после утверждения 27.06.2013 года Аукционной документации, должностным лицом Правительства Москвы – исполняющим обязанности руководителя Департамента СМИ и рекламы Черниковым В. В.

Ранее, Заявитель не имел возможности заключить договоры на установленные им рекламные конструкции в соответствии с ранее оформленными договорами и разрешениями, поскольку торги на право заключения договоров не объявлялись, а Департамент требовал демонтажа рекламных конструкций, вынуждая тем самым Заявителя отказаться от распространения наружной рекламы на имуществе города Москвы.

Утверждая аукционную документацию, ИО руководителя Департамента, не мог не знать о том, что в результате признания победителями торгов 16 хозяйствующих субъектов, другие хозяйствующие субъекты не только не приобретут право на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы, но и понесут убытки, поскольку обязаны будут демонтировать собственные рекламные конструкции, т.к. места их установки не вошли в схему размещения рекламных конструкций, утвержденную приказом «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций от 14.06.2013 года № 246.

Утверждая Аукционную документацию ИО руководителя Департамента СМИ и рекламы, действовал без полномочий предусмотренных гражданским законодательством РФ и правовыми актами города Москвы.

Согласно ч. 5.1. ст.19 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований.

Таковыми полномочиями также обладают субъекты гражданского права - собственники недвижимого имущества, при наличии согласованного места

установки и, соответственно, разрешения на установку рекламных конструкций. ИО руководителя Департамента, не являясь собственником недвижимого имущества города Москвы и не вправе по своему усмотрению устанавливать форму проведения торгов и распоряжаться имущественным правом города Москвы на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы.

Согласно части 2 статьи 447 ГК РФ в качестве организатора торгов может выступать собственник вещи или обладатель иного имущественного права на нее, либо специализированная организация или иное лицо, которые действуют на основании договора с собственником вещи или обладателем иного имущественного права на нее и выступают от их имени или от своего имени, если иное не предусмотрено законом.

Своими действиями ИО руководителя Департамента СМИ и рекламы создал реальную угрозу отказа хозяйствующих субъектов от самостоятельных действий в сфере наружной рекламы города Москвы, т.к. возможность для участия в торгах на основании Аукционной документации предусмотрена не для каждого хозяйствующего субъекта, а только для тех, кто желает установить 79 и более рекламных конструкций.

Ранее, возможность участия в торгах на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на государственном имуществе для каждого хозяйствующего субъекта была предусмотрена правовыми актами года Москвы (Постановление Правительства Москвы от 21.11.2006 года № 908-ПП, Постановление Правительства Москвы от 18.05.1999 года № 442-ПП)

В Аукционной документации содержаться лоты, включающие все места установки рекламных конструкций на земельных участках принадлежащих городу Москве, указанные в Схеме размещения рекламных конструкций.

Рекламные конструкции, принадлежащие субъектам малого и среднего предпринимательства, установленные в настоящее время на территории города Москвы в Схеме размещения рекламных конструкций, не указаны.

Схема размещения рекламных конструкций утверждена Приказом Департамента от 14.06.2013 года № 246. (Прилагаю)

В тексте документа указано, что приказ принят в соответствии с ч. 5.8. ст.19 ФЗ «О рекламе», постановлением Правительства Москвы от 22 февраля 2011 г. №45-ПП «О Департаменте средств массовой информации и рекламы города Москвы», постановлением Правительства Москвы от 12 декабря 2012 г. №712-ПП «Об утверждении Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций».

Пунктом 1 указанного приказа принято положение «...утвердить схему размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности...с указанием типов и видов рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах, и содержащую карты размещения рекламных конструкций...».

Рассматриваемый приказ от 14.06.2013 года № 246 относится к правовым актам города Москвы, принятым отраслевым органом исполнительной власти

города Москвы. Вместе с тем, одно из его положений (п.1) носит нормативный характер, поскольку действие приказа в указанной части распространяется на неопределенный круг лиц, собственников земельных участков на которых допускается установка рекламных конструкций в местах, указанных в схеме размещения рекламных конструкций.

Пункты 2, 3 и 4 приказа № 246 носят организационно-распорядительный (ненормативный) характер: «Обеспечить публикацию Схемы размещения...»; «сформировать лоты в целях организации торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций» и др.

Департамент уполномочен утверждать и вносить изменения в схему размещения рекламных конструкций на территории города Москвы. (п. 4.2.28. Положения о Департаменте в ред. постановления Правительства Москвы от 11.06.2013 г. № 373-ПП)

Согласно ч. 5.8. ст.19 ФЗ «О рекламе», органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. **Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах. Схема размещения рекламных конструкций должна соответствовать документам территориального планирования и обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки, градостроительных норм и правил, требований безопасности и содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат предварительному согласованию с уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации в порядке, установленном высшим исполнительным органом государственной власти данного субъекта Российской Федерации. Схема размещения рекламных конструкций и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию (обнародованию) в порядке, установленном для официального опубликования (обнародования) муниципальных правовых актов, и размещению на официальном сайте органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (часть 5.8. введена Федеральным законом от 07.05.2013 г. №98-ФЗ).**

После вступления в силу приведенных выше изменений в ФЗ «О рекламе» (07.05.2013 г.) до настоящего времени, **правовых актов, определяющих порядок согласования схемы размещения рекламных конструкций, высшим исполнительным органом государственной власти города Москвы,**

Правительством Москвы не принято.

Согласно статье 44 Устава города Москвы, Правительство Москвы является высшим постоянно действующим коллегиальным органом исполнительной власти города Москвы, обладающим общей компетенцией и обеспечивающим согласованную деятельность других органов исполнительной власти города Москвы.

На дату вступления в силу изменений в ФЗ «О рекламе», полномочие по согласованию не схемы, а размещения самих рекламных конструкций относилось к компетенции Департамента СМИ и рекламы, при принятии решений о выдаче или об отказе в выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Согласно п. 4.2.27. Положения о Департаменте СМИ и рекламы, Департамент осуществляет полномочие «об осуществлении в установленном порядке согласования размещения рекламных и информационных конструкций с другими уполномоченными органами и организациями.» (в ред. постановления Правительства Москвы от 12.12.2012 г. №714-ПП).

Полномочиями определять перечень согласующих организации и представлять для согласования Схему размещения рекламных конструкций, Департамент не наделен.

В настоящее время, перечень уполномоченных органов и организаций по согласованию схемы размещения наружной рекламы в порядке исполнения ч. 5.8. ст. 19 ФЗ «О рекламе» Правительством Москвы, не установлен.

Обращает на себя внимание, что согласно п. 5.3. Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Москве (Приложение 1 к постановлению Правительства Москвы от 12 декабря 2012 г. № 712-ПП), после утверждения схем размещения рекламных конструкций торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, находящихся в собственности города Москвы и государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях и ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности города Москвы, проводятся только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах (в ред. постановления Правительства Москвы от 11.06.2013 г. №373-ПП).

Ввиду того, что высшим органом исполнительной власти города Москвы не принят порядок согласования схемы размещения рекламных конструкций, а также не определены органы и организации по ее согласованию, на дату 14.06.2013 года у Департамента не было оснований для утверждения Схемы размещения рекламных конструкций на территории города Москвы, указанных в приказе от 14.06.2013 года №246 «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций, принятом на основании ч. 5.8. ст. 19 ФЗ «О рекламе»

Во исполнение приказа от 14.06.2013 г. № 246 на сайте Департамента в разделе «регулирование деятельности в сфере наружной рекламы» была размещена

информация о том, что «...14.06.2013 года была утверждена схема размещения рекламных конструкций...», адресный перечень с картой размещения по пяти территориям.

Вместо документа утвержденного приказом № 246 и согласованной с уполномоченными органами Схемы размещения рекламных конструкций, в приложении 1 содержится адресный перечень с наименованием типов рекламных конструкций, например,

№	№	Улица	№ дома	Тип конструкции	№ точки на карте
1	1 МК	МКАД внешняя сторона	84,55 км	Суперборды и Суперсайты	259
2	2 МК	МКАД внешняя сторона	82,05 км	Суперборды и Суперсайты	266
3	3 МК	МКАД внешняя сторона	73 км	Суперборды и Суперсайты	281
4	4 МК	МКАД внешняя сторона	72,75 км	Суперборды и Суперсайты	282
5	5 МК	МКАД внешняя сторона	72,4 км	Суперборды и Суперсайты	283

В положениях части 5.8. ст. 19 ФЗ «О рекламе» нормой федерального законодательства, установлен ряд обязательных требования к схеме размещения рекламных конструкций, как к специальному документу:

1. схема должна быть согласованной в порядке, установленном высшим органом исполнительной власти субъекта РФ;
2. схема должна быть утверждена;
3. схемой должны определяться места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах;
4. схема должна содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций;
5. схема должна содержать площади информационных полей;
6. схема должна содержать технические характеристики рекламных конструкций;
7. схема должна учитывать архитектурный облик сложившейся застройки.

Документа соответствующего предусмотренным ФЗ «О рекламе» положениям, на сайте Департамента СМИ и рекламы не размещено.

На картах, размещенных на сайте Департамента, содержатся извлеченные фрагменты электронной карты Москвы с нанесенными символическими изображениями типов рекламных конструкций, распознаваемых по расшифрованным условным значениям (SS; SB и др.).

На первых страницах каждой из пяти карт указано соответствующее название, например, «КАРТА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ «ВОСТОК», в условных обозначениях цветом обозначена «проектируемая территория», ее границы, условные обозначения рекламных конструкций. На каждой последующей странице соответствующей территории содержится надпись «ПРОЕКТИРУЕМАЯ СИТУАЦИЯ ВОСТОК 001,002,003» и так далее, по порядковым номерам, до последней страницы.

Сведений о площади информационных полей и технических характеристиках рекламных конструкций на картах не содержится.

Отметок об утверждении и согласовании карт уполномоченными органами исполнительной власти города Москвы, также не содержится.

Ввиду отсутствия в материалах, размещенных в сети Интернет на сайте Департамента документа, соответствующего требованиям части 5.8. статьи 19 ФЗ «О рекламе», нельзя считать, что приказом Департамента от 14.06.2013 года № 246, Схема размещения рекламных конструкций на территории города Москвы, в действительности согласована и утверждена.

Материалы, размещенные на сайте под заголовком «Схема размещения рекламных конструкций» не отвечают, в частности, требованию к сложившейся застройке. В «проектируемых ситуациях» на сайте Департамента отмечены новые места для установки рекламных конструкций, на которых ранее рекламные конструкции не устанавливались, а те места, на которых установлены сейчас рекламные конструкции в «схеме размещения...» не учтены, за исключением рекламных конструкций, принадлежащих ООО «Русс Аутдор» (ОГРН 1037739331860).

Также не учтены требования к безопасности движения транспорта, ГОСТ Р 52044-2003. В недопустимой близости к развязкам третьего кольца и МКАД, проектируется установка крупногабаритных рекламных конструкций, что не допускается ГОСТом.

Регламентация порядка разработки, согласования и утверждения схемы размещения рекламных конструкций имеет важное юридическое значение, поскольку одними из оснований для отказа в выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (ч. 15 ст. 19 ФЗ «О рекламе») или признания его недействительным в судебном порядке (ч. 20 ст. 19 ФЗ «О рекламе»), являются несоответствия установки рекламной конструкции в данном месте схеме размещения рекламных конструкций (в случае, если место установки рекламной конструкции в соответствии с частью 5.8. статьи 19 ФЗ «О рекламе» определяется схемой размещения рекламных конструкций).

В пункте 3 приказа от 14.06.2013 г. № 246 указано – «Исходя из Схемы размещения в установленном порядке сформировать лоты в целях организации торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций».

В действующих правовых актах города Москвы (законы, постановления, распоряжения, приказы), принятых уполномоченными

органами законодательной или исполнительной власти города Москвы, порядок формирования лотов в целях организации торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций не установлен.

Как сказано выше, 27 июня 2013 года, ИО руководителя Департамента (В. В. Черников) был утвержден документ под названием «Аукционная документация по проведению открытого аукциона на право заключения договора на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы. Аукцион организован в составе 10 лотов» (далее – Аукционная документация).

Разработчик Аукционной документации не указан.

Аукционная документация размещена на сайте Департамента в сети Интернет (<http://dsmir.mos.ru/presscenter/news/detail/736322.html>), который открывается при клике баннера «27.06.2013 ОБЪЯВЛЕНЫ АУКЦИОНЫ НА ПРАВО ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА НА ПРАВО УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ИМУЩЕСТВЕ ГОРОДА МОСКВЫ».

В части принятия правовых актов города Москвы руководитель Департамента наделен полномочием по подписанию в пределах своей компетенции конкретно поименованных правовых актов, приказов и распоряжений.

Приказы и распоряжения Департамента принятые в пределах установленных правовыми актами города Москвы полномочий, имеют юридическую силу и относятся к законодательству города Москвы, принятому в интересах его жителей.

В Положении о Департаменте не предусмотрено полномочие руководителя Департамента от имени города Москвы, определять существенные условия торгов – сделки, совершаемой в целях приобретения права на заключение договора на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы.

Также, отсутствуют полномочия устанавливать количество заключаемых договоров (10 лотов), размер стартовой цены на торгах по лоту (стр. 23 Аукционной документации), обязанностей по обеспечению заявки для участия в торгах (стр. 28 Аукционной документации), а также специальных гражданско-правовых полномочий на определение существенных условий договора на право установки рекламных конструкций на имуществе города Москвы, таких как плата (тариф) за осуществление рекламодателем права на установку рекламных конструкций на имуществе города Москвы в течение 10 лет, срок действия права на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и других условий договора, проект которого содержится в Аукционной документации (стр. 39).

Поскольку полномочие по определению условий торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы, специально не оговорено в Положении о Департаменте, утвержденная 27.06.2013 года ИО руководителя Департамента (должностным лицом) Аукционная документация, к правовым актам

исполнительной власти города Москвы не относится.

Торги, объявленные на основании такой Аукционной документации, будут проведены в отсутствие правового акта принятого Правительством Москвы.

Согласно статье 124 ГК РФ, город Москва, выступает в отношениях, регулируемых гражданским законодательством, на равных началах с иными участниками этих отношений - гражданами и юридическими лицами. К городу Москве, применяются нормы, определяющие участие юридических лиц в отношениях, регулируемых гражданским законодательством, если иное не вытекает из закона или особенностей данных субъектов.

В соответствии со статьей 125 ГК РФ, от имени города Москвы могут своими действиями приобретать и осуществлять имущественные права и обязанности, органы государственной власти в рамках их компетенции, установленной актами, определяющими статус этих органов. В случаях и в порядке, предусмотренными нормативными актами города Москвы, по их специальному поручению от их имени могут выступать государственные органы, органы местного самоуправления, а также юридические лица и граждане.

Полномочие, в силу которого ИО руководителя Департамента СМИ и рекламы города Москвы был вправе утвердить Аукционную документацию от 27.06.2013 года, нормативным актом города Москвы, определяющим статус указанного должностного лица, не предусмотрено.

Организация и проведение торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы, является сделкой, действиями, направленными на возникновение обязательства по заключению договора на торгах. В силу обязательства по заключению договора на торгах организатор торгов (должник) обязан заключить договор, а участник торгов, признанный победителем торгов (кредитор) вправе требовать заключения договора (ст.307 ГК РФ).

Основанием возникновения обязательства по заключению договора на торгах является протокол, который подписывается по результатам торгов, организатором торгов с одной стороны и победителем торгов, с другой стороны (ст. 447 ГК РФ).

Организация и проведение торгов за право заключения договора, представляет собой особенную сделку, совершаемую только в письменной форме, поскольку после извещения о торгах между сторонами, организатором торгов и заинтересованными в участии в торгах, возникают права и обязанности, предусмотренные статьей 447 ГК РФ.

Согласно статье 160 ГК РФ, сделка в письменной форме должна быть совершена путем составления документа, выражающего ее содержание и подписанного лицом или лицами, совершающими сделку, или должным образом уполномоченными ими лицами.

Применительно к рассматриваемой ситуации, совершать действия по организации и проведению торгов на право заключения договора на установку и

эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы (сделка) от имени города Москвы допустимо исключительно в силу полномочия, основанного на нормативном акте. (ст. 182 ГК РФ).

При отсутствии у организатора торгов полномочий по организации и проведению торгов на право заключения договора на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы от имени города Москвы или при превышении таких полномочий сделка считается заключенной от имени и в интересах совершившего ее лица (ст. 183 ГК РФ).

Согласно частям 2, 3 статьи 447 ГК РФ, в качестве организатора торгов может выступать собственник вещи или обладатель иного имущественного права на нее. Организатором торгов также могут являться специализированная организация или иное лицо, которые действуют на основании договора с собственником вещи или обладателем иного имущественного права на нее и выступают от их имени или от своего имени, если иное не предусмотрено законом. В случаях, указанных в законе, договоры о продаже вещи или имущественного права могут быть заключены только путем проведения торгов.

Как видно из прилагаемых документов, положения приведенных норм федерального законодательства ИО руководителя Департамента и самим Департаментом учтены не были.

Право на установку и эксплуатацию рекламной конструкции - это имущественное право, принадлежащее собственнику недвижимого имущества или другому лицу, по договору с собственником недвижимого имущества, при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в строго определенном месте.

Обязательное заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на государственном имуществе путем проведения торгов предусмотрено ст. 19 ФЗ «О рекламе».

В случаях с организацией торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на недвижимом имуществе города Москвы, собственником которого является город Москва, организатором торгов должно являться лицо (или орган), наделенное полномочием на организацию и проведение торгов на право заключения указанного договора, которое должным образом указано в правовом акте города Москвы в отношении такого уполномоченного лица (ст. 160 ГК РФ).

Аукционная документация по проведению открытого аукциона на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, утвержденная ИО руководителя Департамента от 27.06.2013 года, единственный документ, в котором Департамент средств массовой информации и рекламы города Москвы назван «ОРГАНИЗАТОРОМ ТОРГОВ».

Ни в одном из правовых актов города Москвы не содержится положений о Департаменте СМИ и рекламы, как об органе Правительства Москвы, уполномоченном определять условия предоставления имущественного права на

установку и эксплуатацию рекламных конструкций, размер платы (тарифы), сроки предоставления имущественного права, определять форму торгов, организовывать и проводить аукционы на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы, в т.ч. извещать о проведении торгов.

Приказами Департамента от 27.06.2013 года № 277, № 278, № 279, решение о проведении аукциона на условиях, содержащихся в Аукционной документации, было оформлено после утверждения Аукционной документации.

В связи с опубликованием Аукционной документации, сделано извещение о проведении открытого аукциона на право заключения 16 договоров на установку и эксплуатацию 7366 (в редакции Приказов от 23 июля 2013 г №324, 325, 326) рекламных конструкций на всех 7366 местах указанных в утвержденной схеме размещения рекламных конструкций на имуществе (земельных участках), принадлежащих городу Москве.

Торги открыты, дата окончания приема заявок 29.07.2013 года.

Дата проведения аукциона 05.08.2013 года.

Минимальный размер обеспечения заявки, как условие участия в торгах, в зависимости от лота составляет от 70 млн. до 677 млн. рублей.

Согласно части 4 статьи 447 ГК РФ, выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену.

В случае заключения договоров на торгах, проведенных неуполномоченным лицом, договоры, заключенные с победителями таких торгов нельзя рассматривать как договоры, заключенные на торгах на право заключения договора на установку и эксплуатации рекламных конструкций на государственном имуществе города Москвы, обязательное условие для заключения таких договоров, содержащееся в ч. 5.1. ст. 19 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 5.1. ст. 19 ФЗ «О рекламе», заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации. Форма проведения торгов (аукцион или конкурс) устанавливается органами государственной власти или представительными органами муниципальных образований. Торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, который находится в государственной собственности, муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности, после утверждения в соответствии с частью 5.8. статьи 19 ФЗ «О рекламе» схем размещения рекламных конструкций проводятся органом

государственной власти, органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа либо уполномоченной ими организацией только в отношении рекламных конструкций, указанных в данных схемах.

В указанных действиях ИО руководителя Департамента, содержатся признаки нарушения рекламного и антимонопольного законодательства РФ, которые приведут к ограничению конкуренции в сфере наружной рекламы, после проведения торгов на основании утвержденной им Аукционной документации.

В случае заключения договоров на право установки и эксплуатации рекламных конструкций с победителями торгов, количество рекламодателей на земельных участках города Москвы, сократится до 16 рекламодателей.

Возможное большее число рекламодателей, которые могли бы приобрести на торгах право на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, субъективно ограничено ИО руководителем Департамента до 16.

Совершив объединение в один лот права на установку и эксплуатацию 79 и более рекламных конструкций, тариф по одному договору на установку и эксплуатацию рекламных конструкций был также увеличен в 79 и более раз.

Плата (тариф) по договору на право установки и эксплуатации одной рекламной конструкции существовал в городе Москве до 12.12.2012 года. По общему тарифу оплачивали стоимость права на установку рекламных конструкций все рекламодатели.

Не предусмотрев, в Аукционной документацией, право на участие в торгах на установку одной рекламной конструкции на имуществе города Москвы, ИО руководителя Департамента исключил доступ к торгам для хозяйствующих субъектов, желающих участвовать в торгах на право установки и эксплуатации одной рекламной конструкции на имуществе города Москвы, несмотря на то, что такая возможность предусмотрена ч. 5.1. ст. 19 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 29 Конституции Российской Федерации, каждый вправе распространять информацию любыми законными средствами и способами.

Согласно статье 2 ФЗ «О рекламе», рекламная информация является разновидностей информации, разрешенной для распространения, каждым, а использование рекламных конструкций в целях распространения рекламы, законным способом распространения рекламной информации.

Возможность приобретения на торгах права на установку и эксплуатацию одной рекламной конструкции на государственном имуществе, предусмотренная в ФЗ «О рекламе» для каждого, не может быть исключена для хозяйствующих субъектов города Москвы, в результате торгов, организованных одним неуполномоченным должностным лицом.

Технические и экономические возможности установки и эксплуатации

рекламных конструкций на земельных участках города Москвы, не ограничивают органы исполнительной власти города Москвы, организовать проведение торгов на право установки и эксплуатации каждой рекламной конструкции.

Технические возможности установки рекламной конструкции в конкретном месте должны определяться при согласовании Схемы размещения рекламных конструкций.

Экономические возможности должны рассчитываться при определении размера платы (тариф) по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, способной покрыть затраты, связанные с изданием органов исполнительной власти уполномоченных решать вопросы наружной рекламы, в том числе расходы по организации торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Предпосылки для нарушения приведенных норм гражданского, рекламного и антимонопольного законодательства Российской Федерации, допущенные Департаментом СМИ и рекламы и ИО руководителя Департамента, появились в результате отмены Правительством Москвы ряда действовавших постановлений и принятия других актов, содержащих положения, необоснованно наделяющие Департамент «качествами собственника» (субъективными правами), которыми, в отношении имущества города Москвы не обладает даже само Правительство Москвы.

Так, в частности, согласно п. 15 раздела III (Права, организация деятельности и руководство Департамента), Департамент выступает в качестве собственника городского недвижимого имущества от имени Правительства Москвы в отношениях с заинтересованными лицами по вопросам размещения наружной рекламы на имуществе города Москвы.

Приведенное положение правового акта, не применимо в качестве основания возникновения права Департамента или его руководителя единолично, по своему усмотрению определять все условия использования недвижимого имущества города Москвы, для установки и эксплуатации рекламных конструкций.

Таковыми качествами субъекта гражданского права, безусловно, обладает собственник недвижимого имущества – город Москва. Органы государственной власти города Москвы осуществляют полномочия указанные в нормативных актах города Москвы в интересах его жителей.

Согласно части 1 статьи 8 ГК РФ, граждане и юридические лица по своему усмотрению осуществляют принадлежащие им гражданские права.

Департамент СМИ и рекламы не может обладать таким «качеством» как собственное усмотрение в распоряжении имущественными правами на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе города Москвы (субъективное право), поскольку субъектом гражданского права не является.

Государственное недвижимое имущество города Москвы не принадлежит

даже Правительству Москвы на праве собственности.

Правительство Москвы, является коллегиальным уполномоченным органом исполнительной власти города Москвы, осуществляющим права на управление имуществом города Москвы в качестве представителя жителей города Москвы и в их интересах, и только в пределах установленных Конституцией РФ, принятыми в соответствии с ней другими федеральными законами, Уставом города Москвы, другими законами города Москвы.

Правительство Москвы вправе наделять полномочиями другие органы исполнительной власти города Москвы на совершение определенных юридических действий от имени Правительства Москвы. (например, заключать договоры на конкретно определенных условиях)

Наделять субъективными гражданскими правами Департамент, в отношении имущества города Москвы Правительство Москвы не вправе, поскольку гражданское законодательство находится в ведении Российской Федерации (ст. 3 ГК РФ).

Поскольку Положение о Департаменте не имеет юридической силы нормативного акта гражданского законодательства, нельзя рассматривать п. 15 Положения, в качестве полномочия дающего право Департаменту или его руководителю по своему усмотрению определять условия заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе города Москвы.

Ввиду отсутствия Аукционной документации, принятой уполномоченным лицом, проведение и итоги аукциона не способны породить гражданско-правовые последствия, на которые они направлены.

В случае если аукцион организованный неуполномоченным лицом состоится, то договоры, заключенные в результате таких торгов, не будут служить основанием для возникновения имущественного права на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (ст. 8 ГК РФ).

В п. 17 статьи 4 Федерального закона от 26 июля 2006 года №135-ФЗ (далее – ФЗ «О защите конкуренции») указаны признаки ограничения конкуренции. Одним из таких признаков является сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке или отказ хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке.

Поскольку все места для установки рекламных конструкций на имуществе города Москвы выставлены на аукцион по 16 лотам, то после его проведения количество лиц, осуществляющих самостоятельную деятельность в сфере наружной рекламы на территории города Москвы, существенно сократится.

Самостоятельные действия в сфере наружной рекламы на товарных рынках города Москвы являются одной из форм самостоятельных действий хозяйствующих субъектов направленных на заключение договоров (приглашение делать оферты), на реализацию товаров, работ (услуг), прав интеллектуальной собственности.

Хозяйствующие субъекты, ограниченные в возможности участвовать в торгах на установку менее 79 рекламных конструкций, вынужденные отказаться от самостоятельных действий в сфере наружной рекламы на территории города Москвы, будут ограничены в конкуренции.

Создание общих условий доступа к использованию государственного недвижимого имущества в целях распространения наружной рекламы является одной из важных задач, от решения которой во многом зависит нормальное развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, целью принятия ФЗ «О рекламе» (статья 1).

Статья 16 ФЗ «О защите конкуренции» содержит запрет на ограничивающие конкуренцию соглашения или согласованные действия федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, иных осуществляющих функции указанных органов или организаций, а также государственных внебюджетных фондов, Центрального банка Российской Федерации.

Запрещаются соглашения между органами государственной власти субъектов Российской Федерации и хозяйствующими субъектами либо осуществление этими органами и организациями согласованных действий, если такие соглашения или такое осуществление согласованных действий приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в частности к:

- экономически, технологически и иным образом необоснованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар;
- ограничению доступа на товарный рынок, выхода из товарного рынка или устранению с него хозяйствующих субъектов.

Утверждением Аукционной документации и принятием приказов, на основании которых приняты решения о проведении торгов, ИО руководителя Департамента совершил действия направленные на заключение запрещенных соглашений, ограничивающих конкуренцию в сфере наружной рекламы на территории города Москвы.

Утверждая аукционную документацию, устанавливая предельно короткие сроки проведения торгов, были созданы заведомо невыполнимые финансовые условия участия в аукционах для субъектов малого и среднего предпринимательства. Не располагая достаточными для участия в торгах собственными денежными средствами, в сроки, отведенные для подачи заявки на участие в аукционе, заинтересованные в участии в торгах субъекты малого и среднего предпринимательства не будут иметь возможность оформить документы, необходимые для получения кредитов.

Возможность участия в торгах, объявленных на основании Аукционной документации, имеют только те хозяйствующие субъекты, которые обладают достаточными собственными средствами для оплаты суммы залога (минимально 70.462.980 (семьдесят миллионов четыреста шестьдесят две тысячи девятьсот восемьдесят) рублей), либо хозяйствующие субъекты, знавшие о финансовых

условиях участия в торгах еще до того, как Аукционная документация была размещена на сайте Департамента.

Препятствия субъектам малого и среднего предпринимательства, созданные ИО руководителя Департамента для участия в торгах за право заключения договоров на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы, одновременно являются условиями для заключения картельных соглашений между хозяйствующими субъектами, направленными на монополизации сферы наружной рекламы города Москвы, что недопустимо.

В целях совершенствования системы управления собственностью города Москвы, повышения эффективности ее использования, Правительство Москвы приняло специальное постановление «О порядке организации проведения конкурсов (аукционов) на право заключения договоров, предусматривающих переход прав в отношении имущества города Москвы...» № 431-ПП от 04 июля 2013 года.

Согласно п. 1.1., 1.2. постановления, конкурсы (аукционы) на право заключения договоров аренды, договоров безвозмездного пользования, договоров доверительного управления имуществом, по приватизации недвижимого имущества, находящегося в собственности города Москвы, и иных договоров, предусматривающих переход прав в отношении имущества города Москвы проводятся на Единой торговой площадке Правительства Москвы. Для проведения торгов Департаментом города Москвы по конкурентной политике формируются соответствующие городские конкурсные (аукционные) комиссии.

Согласно п. 1.4., документы, необходимые для формирования комплекта документации для проведения торгов (п. 1.1.), направляются Департаментом городского имущества города Москвы в Департамент города Москвы по конкурентной политике в установленные их правовым актом сроки.

Приведенными нормами законодательства города Москвы, установлены органы, уполномоченные по организации проведения конкурсов (аукционов) на право заключения договоров, служащих основанием перехода различных прав (собственности, аренды,...иных прав) в отношении имущества города Москвы – Департамент городского имущества города Москвы в Департамент города Москвы по конкурентной политике.

Договор на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы, содержащийся в Аукционной документации утвержденной ИО руководителя Департамента СМИ и рекламы, относятся к договорам на основании которых, после их заключения, будет осуществлен переход права на установку и эксплуатацию рекламных (иное право) от собственника недвижимого имущества (город Москва) к победителям торгов (владельцам рекламных конструкций).

В постановлении Правительства Москвы № 431-ПП от 04 июля 2013 года, Департамент СМИ и рекламы и ИО руководителя Департамента, в числе уполномоченных органов исполнительной власти города Москвы по организации

проведения конкурсов (аукционов) на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы, не указаны.

Несмотря на принятие постановления Правительства Москвы № 431-ПП от 04 июля 2013 года, ИО руководителя Департамента и Департамент не отменяют объявленные на основании Аукционной документации принятой неуполномоченным лицом, допуская там самым возможность заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе города Москвы с нарушениями ФЗ «О рекламе», ФЗ «О защите конкуренции» и постановления Правительства Москвы № 431-ПП от 04 июля 2013 года.

На основании вышеизложенного просим:

1. Признать приказ от 14.06.2013 года № 246 «Об утверждении Схемы размещения рекламных конструкций» нарушающим требования ФЗ «О рекламе».
2. Признать действия ИО руководителя Департамента по утверждению Аукционной документации от 27.06.2013 года и принятию приказов № 277, № 278, № 279 «О проведении торгов в форме открытого аукциона на право заключения договора на право установки и эксплуатации рекламных конструкций на имуществе города Москвы», приказов от 23 июля 2013 года №324, 325, 326 действиями, направленными на ограничение конкуренции в сфере наружной рекламы на территории города Москвы.
3. Пресечь нарушение ФЗ «О рекламе» и ФЗ «О защите конкуренции», допущенные ИО руководителем Департамента и Департаментом.

Генеральный директор



Н.Е.Победоносцева