

Заявитель:

О [REDACTED]
г. Калуга, у [REDACTED]

Организатор торгов (продавец права):
Управление экономики города Калуги
248000, г. Калуга, ул. Ленина, 93
тел. (4842) 56-27-90;
e-mail: economy@kaluga-gov.ru

**Жалоба
на действия организатора торгов**

29.01.2014г. на официальном сайте Городской Управы города Калуги в сети Интернет www.kaluga-gov.ru в разделе «Жизнь города/конкурсы/предстоящие» размещены извещение и конкурсная документация о проведении открытого конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования «Город Калуга» (лоты №№ 1-6). Извещение опубликовано в газете «Калужская неделя» в приложении «Официальные документы и информация» №04 (624) от 29.01.2014г.

Продавец права на заключение договора:

Управление экономики города Калуги
Место нахождения и почтовый адрес: 248000, г.Калуга, ул. Ленина, 93
тел. (4842) 56-27-90;
Официальный сайт: www.kaluga-gov.ru
Адрес электронной почты (e-mail): economy@kaluga-gov.ru

Организатор конкурса, контактное лицо:

Управление экономики города Калуги
Место нахождения и почтовый адрес: 248600 г.Калуга, ул.Ленина, д. 93
Отдел рекламного рынка комитета по развитию сферы услуг и рекламного рынка управления экономики города Калуги.
Место нахождения и почтовый адрес: 248001, г.Калуга, ул.. Кирова, д. 42, каб. 9, тел. (4842) 22-43-61, 56-33-37.
Адрес электронной почты (e-mail): salnikova_ta@kaluga-gov.ru
Председатель комитета по развитию сферы услуг и рекламного рынка управления экономики города Калуги – [REDACTED] ович;
[REDACTED] ия экономики города Калуги – [REDACTED] бевна.

Проведение данного конкурса нарушает законодательство о защите конкуренции, о рекламе, о безопасности дорожного движения и о противодействии коррупции по следующим основаниям.

Принято к. №
Трену организатора
делового расследования
в устан. порядке
26.02.14
Вх 02-87/2014

1. Предмет торгов не конкретизирован, нарушает законодательство о рекламе.

Согласно извещению и конкурсной документации предметом торгов является право на заключение договора на установку билбордов в соответствии со схемой установки рекламных конструкций на территории муниципального образования «Город Калуга», утвержденной постановлением Городской Управы города Калуги от 17.01.2014 № 9-п.

Указанная схема установки рекламных конструкций не согласована в установленном порядке с управлением административно-технического контроля Калужской области и не отвечает требованиям, установленным частью 5.8 статьи 19 Федерального закона «О рекламе», поскольку не согласована с органами ГИБДД, отсутствует карты размещения рекламных конструкций.

Места размещения рекламных конструкций, указанные в приложении 1 к конкурсной документации (на карте), не соответствуют адресам размещения рекламных конструкций, указанным в извещении о проведении конкурса и в приложении к постановлению Городской Управы города Калуги № 9-п от 17.01.2014г.

В соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» органы местного самоуправления утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках. Однако ни в конкурсной документации, ни в схеме установки рекламных конструкций, утвержденной постановлением № 9-п, не указаны кадастровые номера земельных участков, на которых будут размещаться рекламные конструкции.

Земельным участком является часть земной поверхности, границы которой определены в соответствии с федеральными законами (ст. 11.1 Земельного кодекса РФ).

Таким образом, невозможно точно и достоверно определить, где будут размещаться рекламные конструкции.

2. Места размещения рекламных конструкций не соответствуют требованиям ГОСТ Р 52044-2003 «Государственный стандарт Российской Федерации. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 22.04.2003 № 124-ст (ред. от 24.03.2009).

Места размещения рекламных конструкций не согласованы с органами ГИБДД и установлены без учета проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

В соответствии с частью 5.8 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» места размещения рекламных конструкций должны обеспечивать соблюдение требований безопасности. Рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента (часть 4 статьи 19 Федерального закона).

В конкурсной документации отсутствуют какие-либо требования по соблюдению указанного государственного стандарта.

3. Условия конкурсной документации не обеспечивают соблюдение требований законодательства о рекламе.

В соответствии с частями 5.2 и 5.5 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» участником торгов не вправе быть лицо, занимающее преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы, для участия в торгах лицо обязано предоставить информацию об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы этому лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории.

Однако формой приложения № 3 к конкурсной документации не предусмотрено указание соответствующих сведений в отношении аффилированных лиц.

Согласно части 5.3 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» преимущественным положением лица в сфере распространения наружной рекламы признается положение лица, при котором его доля в этой сфере превышает тридцать пять процентов. Доля лица в сфере распространения наружной рекламы определяется как отношение общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы лицу и его аффилированным лицам на соответствующей территории, к общей площади информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на этой территории.

В конкурсной документации отсутствует информация, каким образом организатор торгов будет оценивать соответствие участников торгов этому требованию. В частности не указана информация об общей площади информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на территории муниципального образования «Город Калуга». Кроме того, обладая данной информацией, потенциальные участники торгов имели бы возможность оценивать свое преимущественное положение в сфере распространения наружной рекламы еще до подачи документов.

Таким образом, должностные лица организатора торгов произвольно, по своему усмотрению, без обоснования будут осуществлять оценку соответствия доли участников торгов в сфере наружной рекламы установленным законом требованиям, т.е. без возможности объективного и законного обжалования ее результатов другими участниками торгов и другими заинтересованными лицами.

Возможность произвольного правоприменения является недопустимым с точки зрения законодательства о противодействии коррупции, конкурсная документация содержит коррупциогенные факторы.

В соответствии с частью 2 статьи 1 Федерального закона от 17.07.2009г. N 172-ФЗ «Об антикоррупционной экспертизе нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов» коррупциогенными факторами являются положения, устанавливающие для правоприменителя необоснованно широкие пределы усмотрения или возможность необоснованного применения исключений из общих правил, а также положения, содержащие неопределенные, трудновыполнимые и (или) обременительные требования к гражданам и организациям и тем самым создающие условия для проявления коррупции.

4. Установленные в конкурсной документации критерии и порядок определения победителя конкурса не позволяют объективно определить участника торгов, предложившего лучшие условия исполнения договора.

Так, согласно п. 4.2 «Критерии определения победителя конкурса» конкурсной документации:

Основные критерии оценки заявок на участие в конкурсе:

1) по критерию «Цена за право заключения Договора» оценка заявки определяется следующим образом:

$$Ц = \frac{Ц_{уч} - Ц_{мин}}{Ц_{мин}} \times 100,$$

где Ц - цена за право заключения Договора;

Ц_{уч} - цена по Договору, предложенная участником конкурса;

Ц_{мин} - начальная (минимальная) цена по Договору, установленная в извещении и конкурсной документации.

2) по критерию «Доля социальной рекламы» оценка заявки определяется по десятибалльной шкале (от 0 до 10 баллов).

Между тем, согласно пункту 4.7.1 Положения о порядке организации и проведения торгов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности муниципального образования «Город Калуга», утвержденного постановлением Городского Головы городского округа «Город Калуга» от 27.04.2009г. № 82-п, :

Основные критерии оценки заявок на участие в конкурсе:

1) по критерию "Цена за право заключения Договора" оценка заявки определяется следующим образом:

$$Ц = \frac{Ц_{уч} - Ц_{мин}}{Ц_{мин}} \times 100,$$

где Ц - цена за право заключения Договора;

Ц_{уч} - цена по Договору, предложенная участником конкурса;

Ц_{мин} - начальная (минимальная) цена по Договору, установленная в извещении и конкурсной документации.

Полученному значению Ц присваивается оценка в баллах в следующем порядке:

- при Ц от 0 до 10 (включительно) - присваивается 1 балл;

- при Ц более 10 до 20 (включительно) - присваивается 3 балла;

- при Ц более 20 до 30 (включительно) - присваивается 5 балла;

- при Ц более 30 до 40 (включительно) - присваивается 7 балла;

- при Ц более 40 до 50 (включительно) - присваивается 9 баллов;

- при Ц более 50 до 60 (включительно) - присваивается 11 баллов;

- при Ц более 60 до 70 (включительно) - присваивается 13 баллов;

- при Ц более 70 до 80 (включительно) - присваивается 15 баллов;

- при Ц более 80 до 90 (включительно) - присваивается 17 баллов;

- при Ц более 90 - присваивается 19 баллов;

2) по критерию "Доля социальной рекламы" оценка заявки определяется по десятибалльной шкале (от 0 до 10 баллов) следующим образом:

- 0 баллов присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - менее 10% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 1 балл присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 10% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 2 балла присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 15% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 3 балла присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 20% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 4 балла присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 25% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 5 баллов присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 30% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 6 баллов присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 35% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 7 баллов присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 40% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 8 баллов присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 45% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 9 баллов присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 50% годового объема информационного поля рекламной конструкции;

- 10 баллов присваивается при наличии в заявке на участие в конкурсе предложения о доле социальной рекламы - 55% и более годового объема информационного поля рекламной конструкции.

Таким образом, конкурсная документация не содержит порядок оценки конкурсных предложений, что позволяет осуществлять выбор победителя произвольно (не на равных условиях).

Управлением экономики города Калуги нарушены антимонопольные требования к торгам, предусмотренные ст. 17 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»: при проведении торгов запрещаются действия, которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению или устранению конкуренции, в том числе:

- создание участнику торгов преимущественных условий участия в торгах
- нарушение порядка определения победителя торгов;
- запрещается не предусмотренное федеральными законами или иными нормативными правовыми актами ограничение доступа к участию в торгах.

Допущенные нарушения не позволяют заявителю сформулировать свое конкурсное предложение (заполнить заявку):

- в отношении предмета торгов, которое соответствовало бы установленным законодательством о рекламе, о безопасности дорожного движения и техническим регламентам требованиям;

- в отношении цены и доли социальной рекламы, которое соответствовало бы реальным экономическим интересам и ресурсам заявителя, в виду невозможности предугадать в каком порядке должностные лица организатора торгов будут коллегиально оценивать критерии выбора победителя, поскольку их значимость (ранжирование) конкурсной документацией не установлены;

- в отношении аффилированных лиц, поскольку не предусмотрено конкурсной документацией;

- в отношении преимущественного положения лица в сфере распространения наружной рекламы, поскольку информация об общей площади информационных полей всех рекламных конструкций, разрешения на установку которых выданы на территории муниципального образования «Город Калуга», отсутствует (неизвестна, скрывается).

Таким образом, имеет место нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах, и жалоба может быть подана также иным лицом (заявителем), права или законные интересы которого могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения

порядка организации и проведения торгов (ч. 2 ст. 18.1 Федерального закона «О защите конкуренции»).

На основании изложенного, руководствуясь п. 3.1 ч. 1 ст. 23 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

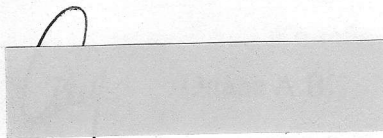
ПРОШУ:

выдать организатору торгов Управлению экономики города Калуги предписание об аннулировании торгов.

Приложение:

- 1) Извещение о проведении конкурса на 5 л.
- 2) Конкурсная документация на 44 л.

26 февраля 2014 года

A rectangular area of the document is redacted with a grey box. A handwritten signature is visible above the box, and a vertical line is drawn below it.