

Руководителю управления Федеральной
антимонопольной службы России по Мурманской
области
183038, г. Мурманск, ул. Книповича, д. 9а
Телефон, факс (8152) 68-50-43, (8152) 68-50-43
Email: to51@fas.gov.ru

Фурсовой Н. М.
06-19/14-58
27.12.17 в 10.00
19.12.18 НР

От Общества с ограниченной ответственностью
«ПРИМА»
198099, г. Санкт-Петербург, ул. Калинина, д. 5, корп. 1,
лит. В, комната 13
Контактное лицо: Кудрявцев Николай Александрович
Тел.: + 7 953 177 76 76 Email: nak087@mail.ru

Жалоба

На документацию конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Мурманска, и на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена

Заказчик закупки - Комитет градостроительства и территориального развития администрации города Мурманска;

Почтовый адрес: 183012, город Мурманск, пр. Ленина, д. 77;

Контактный телефон (8-8152) 45-67-98, электронная почта murmangrad@citymurmansk.ru;

Дата размещения извещения - 16 ноября 2017 года;

Дата и время окончания подачи заявок 18.12.2017 13:00;

Наименование закупки - конкурс на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Мурманска, и на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена;

Муниципальный служащий организатора Конкурса, осуществляющий прием заявок от претендентов на участие в Конкурсе:

- Светличная Виктория Николаевна, начальник отдела наружной рекламы комитета градостроительства и территориального развития администрации города Мурманска, телефон (8- 8152) 45-67-98, доб. 127;

- Пигарева Юлия Николаевна, главный специалист отдела наружной рекламы комитета градостроительства и территориального развития администрации города Мурманска, телефон (8- 8152) 45-67-98, доб. 127.

Считаем, что в конкурсной документации допущены нарушения законодательства Российской Федерации, Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции", а именно:

НАРУШЕНИЕ 1.

МУРМАНСКОЕ УФАС
РОССИИ ВХОД. № 5910
«19» ДЕКАБРЬ 2017

В пункте 14 Конкурсной документации содержатся сведения о конкурсных критериях, порядок расчета баллов по конкурсным критериям, подведение итогов Конкурса.

В пункте 14.1 установлен следующий критерий: организация подсвета рекламной конструкции в момент ее установки (размещения).

В соответствии с п. 14.1.4 Конкурсной документации Организацией подсвета рекламной конструкции в момент ее установки (размещения) является обеспечение участником Конкурса подсвета рекламной конструкции в момент ее установки (размещения) в срок установки (размещения) рекламной конструкции.

Таким образом, участники конкурса ставятся в зависимость от субъекта, не имеющего отношения к конкурсу, а именно ресурсной организации, снабжающей город электричеством.

В городе Мурманск такой организацией является Мурманская городская электросеть. Организация осуществляет подключение объектов в соответствии с нормативными документами и внутренними регламентами. По информации, полученной с сайта организации, от ее сотрудников: невозможно заключить договор электроснабжения объекта, которого еще нет. Заключение договора возможно только после монтажа рекламной конструкции. Следовательно, обеспечить подсвет рекламной конструкции в момент ее установки невозможно и требования конкурсной документации в данной части – некорректны.

При чем, в конкурсных предложениях претендентов на участие в Конкурсе организация подсвета рекламной конструкции в момент ее установки (размещения) – указывается как «1», отсутствие организации подсвета рекламной конструкции в момент ее установки (размещения) – указывается как «0». Следовательно, участники, которые по независящим от них причинам не смогут заключить договор, согласовать какие-либо технические условия с ресурсной организацией **получают 0 баллов**. Набрать дополнительные баллы по данному критерию невозможно.

Представляется, что организатор конкурса намеренно вводит вышеуказанные критерии оценки в целях ограничения количества участников конкурса, что является ограничением конкуренции.

В силу ст. 14.8 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" не допускаются иные формы недобросовестной конкуренции наряду с предусмотренными статьями 14.1 - 14.7 Закона о защите конкуренции.

НАРУШЕНИЕ 2

Извещением и Конкурсной предусмотрен критерий конкурса «доля социальной наружной рекламы, размещаемой безвозмездно» и далее в силу договора победитель должен безвозмездно размещать социальную рекламу на основании договора об установке и эксплуатации рекламных конструкций.

Такой критерий и соответствующие условия договора являются недопустимыми и нарушают порядок торгов.

В соответствии с частью 2 ст.19 Закона о рекламе: «Органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Порядок заключения таких договоров предусмотрен Федеральным законом от 05.04.2013 N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" (далее – 44-ФЗ).

Указанный закон не предусматривает возможность производить закупки для муниципальных нужд путем заключения договора об установке и эксплуатации рекламных конструкций. Муниципальные закупки могут производиться только в установленном 44-ФЗ порядке путем заключения самостоятельного договора.

Введением такого критерия и условий договора о размещении социальной рекламы, организатор торгов фактически осуществляет процедуру муниципальной закупки с нарушением порядка, установленного 44-ФЗ.

Такой договор противоречит существу законодательного регулирования договоров соответствующего вида. О ничтожности таких договоров правовая позиция сформирована пунктом 74 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 N 25 "О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации: «Договор, условия которого противоречат существу законодательного регулирования соответствующего вида обязательства, может быть квалифицирован как ничтожный полностью или в соответствующей части, даже если в законе не содержится прямого указания на его ничтожность».

Нарушение правил, установленных законом также состоит в установлении критерия, который не связан с предметом заключаемого договора и не способствует, согласно части 4 статьи 447 ГК РФ, выявлению участника, предложившего лучшие условия.

Критерий «доля социальной наружной рекламы, размещаемой безвозмездно» является недопустимым, поскольку предложение участника конкурса по этому критерию, преобразуясь в условие заключаемого договора, фактически является условием другого договора (оказания услуг для муниципальных нужд), а значит, присвоение баллов за предложение по такому критерию противоречит задаче конкурса - выявлению участника, предложившего лучшие условия выполнения договора установки и эксплуатации рекламных конструкций.

Между тем Организатор торгов не вправе устанавливать в Конкурсной документации положения, противоречащие Закону о рекламе.

Более того, расчет баллов конкурсных предложений по данному критерию происходит по следующей шкале:

Доля социальной наружной рекламы, размещаемой безвозмездно	Количество баллов
5%	5
6-10%	10
11-15%	15
16-20%	20
21% и более	25

14.1.3. Сроком установки (размещения) рекламной конструкции является срок, предложенный участником Конкурса, который начинает истекать с момента получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции согласно требованиям действующего законодательства.

Согласно ч. 2 ст. 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Согласно ч. 3 ст. 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах 5 % годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей рекламной площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации (ст. 445 ГК РФ).

Таким образом, Закон о рекламе содержит прямой запрет на заключение рекламораспространителем договора на распространение социальной рекламы в пределах превышающих 5 % годового объема распространяемой им рекламы.

Указанная позиция нашла свое отражение в судебной практике (Определение Верховного Суда РФ от 30.03.2016 г. № 310-КГ16-2658 по делу № А35-11466/2014).

НАРУШЕНИЕ 3.

Извещением и Конкурсной предусмотрен критерий конкурса «срок установки (размещения) рекламной конструкции» и далее в силу договора победитель должен заявленный срок установить рекламную конструкцию на основании договора об установке и эксплуатации рекламных конструкций.

По договору, заключаемому с собственником имущества в порядке части 5 статьи 17 Закона о рекламе владелец рекламной конструкции приобретает право ее установить и эксплуатировать, а не обязанность сделать это. В том числе пунктом 3 части 18 статьи 17 Закона о рекламе владельцу рекламной конструкции предоставляется право, получить разрешение на установку рекламной конструкции (далее – РК), ее не устанавливать в период до одного года, без каких-либо негативных последствий.

В то же время, вопросы установки, эксплуатации и демонтажа рекламной конструкции урегулированы статьей 19 Закона о рекламе и в силу части 1 статьи 422 ГК РФ договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения.

Превращение права на установку рекламной конструкции в обязанность такой установки противоречит существу законодательного регулирования соответствующего вида обязательств и, согласно позиции пункта 74 Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 №25 является ничтожным.

На основании изложенного, ст. 14.8 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», ст. 18.1. Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

ПРОШУ:

1. Приостановить конкурс до рассмотрения поданной жалобы, по существу.

2. Провести внеплановую проверку на соответствие действий Организатора конкурса законодательству РФ.

3. Выдать Организатору конкурса предписание об устранении допущенных нарушений, а именно: о приведении конкурсной документации в соответствие с законодательством РФ путем внесения изменений в конкурсную документацию в установленном порядке.

4. Известить заявителя жалобы о результатах рассмотрения жалобы в электронном виде.

Приложения:

1. Решение о назначении руководителя;
2. Копия свидетельства о гос. Регистрации;
3. Копия свидетельства о постановке на учет в налоговом органе;
4. Выписка из ЕГРЮЛ с сайта nalog.ru;
5. Извещение о проведении конкурса;
6. Конкурсная документация.

**Директор
ООО «ПРИМА»**



/Гигиберия Н.Р./