

**Федеральная антимонопольная Служба России (ФАС РФ),
Управление по Самарской области,
Руководителю Л.Л. Паку**

г.Самара, 443086, Октябрьский район, ул.Ерошевского, д.3а, 4-й этаж

ЖАЛОБА

27 мая 2014 года Департаментом благоустройства и экологии Администрации городского округа Самара (далее – Департамент), были опубликованы Извещения от № 1 до № 68 - всего 68 извещений, 68 лотов - о проведение аукционов на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящимся в собственности городского округа Самара. Данные Извещения опубликованы на сайте Администрации г.о.Самара

В период с 26 июня по 02 июля 2014 года были проведены аукционы в электронной форме, по вышеуказанным лотам, на электронной площадке ООО «Единая электронная торговая площадка» на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках зданиях или ином недвижимом имуществе, находящимся в собственности городского округа Самара.

Считаем, что данные торги (аукционы) прошли с нарушением действующего законодательства РФ и подлежат отмене по следующим обстоятельствам.

Установка и размещение рекламных конструкций, а также распространение наружной рекламы с использованием шитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта, осуществляется на основании ст.19 «Наружная реклама и установка рекламных конструкций» Федерального закона РФ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. (далее – Закон «О рекламе»)

Согласно части 4 ст.19 названного Закона «О рекламе»: «Рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать **требованиям технического регламента**».

Частью 5.1. Закона «О рекламе» установлено, что «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 который 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 настоящей статьи 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 (часть 5.1 введена Федеральным законом РФ от 21.07.2007 г. № 193-ФЗ, в ред. Федерального закона от 07.05.2013 г. № 98-ФЗ).

В части 5.8, ст.19 Закона «О рекламе» говорится, что «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)».

Соответственно лоты с наименованиями рекламных конструкций и их технические характеристики должны обеспечивать соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки (то есть должны быть согласованы с главным художником и главным архитектором г.о.Самары, а также с Министерством культуры Самарской области, если предполагаемое размещение конструкций находится в непосредственной близости с памятниками культуры, архитектуры и др. историческими строениями и т.п. – так как часть лотов располагается в старой части города Самара – страницы 18а-21а, 24а-265а, 31а, 32а, 37а, 38а «Самарская Газета» № 29а (5293а) от 18.03.2014 г.) и требованиям безопасности (в данном случае Раздела 6 ГОСТ Р 52044-2003).

Частью 9.2, ст.19 Закона «О рекламе» установлено: «Разрешения, выданные органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа с нарушением требований частей 5.1, 5.2, 5.5 - 5.7 и 9.1 настоящей статьи, подлежат аннулированию на основании предписания антимонопольного органа (часть 9.2 введена Федеральным законом от 21.07.2007 г. № 193-ФЗ).

Следовательно, в случае нарушений части 5.1. (при не соблюдении требований ч.5.8, соответственно) ст.19 Закона «О рекламе», антимонопольный комитет (Управление ФАС по Самарской области) вправе аннулировать подобные разрешения.

Из документов на лоты, представленных для торгов Департаментом благоустройства и экологии Администрации г.о.Самара (далее – Департамент) не предоставлены документы, сведения, подтверждающие согласование рекламных конструкций с Министерством имущественных отношений Самарской области, Министерством культуры Самарской области, Департаментом благоустройства и экологии Администрации г.о.Самары, Департаментом строительства и архитектуры Администрации г.о.Самары, а также соответствие размещения предполагаемых рекламных конструкций нормам ГОСТ Р 52044-2003, а именно – обеспечивающие соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки (учитывая культурные, исторические и архитектурные памятники, здания и

сооружения г.Самары) и соблюдение требований дорожной безопасности наружной рекламы на автомобильных дорогах городского округа Самара.

В соответствии с Разделом 6 «Правила размещения средств наружной рекламы» Государственного стандарта Российской Федерации ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»:

6.1 Средства наружной рекламы не должны снижать безопасность дорожного движения, ограничивать видимость технических средств организации дорожного движения, уменьшать габарит инженерных сооружений, а также не должны быть размещены:

- на одной опоре, в створе и в одном сечении с дорожными знаками и светофорами;

- на аварийно-опасных участках дорог и улиц, на железнодорожных переездах, мостовых сооружениях, в туннелях и под путепроводами, а также на расстоянии менее 350 м от них вне населенных пунктов и 50 м — в населенных пунктах, непосредственно над въездами в туннели и выездами из туннелей и ближе 10 м от них;

- на участках автомобильных дорог и улиц с высотой насыпи земляного полотна более 2 м;

- на участках автомобильных дорог вне населенных пунктов с радиусом кривой в плане менее 1200 м, в населенных пунктах — на участках дорог и улиц с радиусом кривой в плане менее 600 м;

- над проезжей частью и обочинами дорог (кроме «перетяжек» в селитебных зонах);

- на дорожных ограждениях и направляющих устройствах;

- на подпорных стенах, деревьях, скалах и других природных объектах;

- на участках автомобильных дорог с расстоянием видимости менее 350 м вне населенных пунктов и 150 м — в населенных пунктах:

- ближе 25 м от остановок маршрутных транспортных средств;

- на пешеходных переходах и пересечениях автомобильных дорог в одном уровне, а также на расстоянии менее 150 м от них вне населенных пунктов, 50 м — в населенных пунктах;

- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее 10 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги вне населенных пунктов и **на расстоянии менее 5 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги (бордюрного камня) — в населенных пунктах;**

- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее высоты средства наружной рекламы, если верхняя точка находится на высоте более 10 м или менее 5 м над уровнем проезжей части.

6.2 На автомобильных дорогах нижний край рекламного щита или крепящих его конструкций размещают на высоте не менее 2,0 м от уровня поверхности участка, на котором расположено средство размещения рекламы, а на территории городских и сельских поселений — на высоте не менее 4,5 м.

6.3 Расстояние в плане от фундамента до имеющихся подземных коммуникаций должно быть не менее 1 м.

6.4 Удаление средств наружной рекламы от линий электропередачи осветительной сети должно быть не менее 1,0 м.

6.5 При размещении средств наружной рекламы на разделительной полосе расстояние от края конструкции (рекламного щита) или опоры до края проезжей части должно составлять не менее 2,5 м. Если расстояние от края конструкции (рекламного щита) или опоры до края проезжей части не более 4,0 м, должны быть установлены дорожные ограждения первой группы по ГОСТ 23457.

6.6 Расстояние от средств наружной рекламы до дорожных знаков и светофоров должно быть **не менее указанного в таблице 1.**

Таблица 1, в метрах:

Разрешенная скорость движения на дороге (улице), км/ч	Площадь рекламного объявления, м ²			
	св. 15	от 15 до 6	св. 6 до 3	менее 3
Более 60	200	100	60	40
60 и менее	120	60	40	25

6.7 Расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги средствами наружной рекламы должно быть не менее:

- 150 м — за пределами населенных пунктов;

- **50 м — в пределах населенных пунктов.**

6.8 При размещении средств наружной рекламы необходимо учитывать удобство содержания автомобильных дорог и улиц.

6.9 Запрещается размещение рекламы путем нанесения либо вкрапления, с использованием строительных материалов, краски, дорожной разметки и т. п., в поверхность автомобильных дорог и улиц.

6.10 Средства наружной рекламы размещают с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения.

6.11 При выполнении работ по монтажу и обслуживанию средств наружной рекламы должны быть соблюдены требования по обеспечению безопасности дорожного движения в местах производства дорожных работ, в том числе по [ВСН 37-84 Инструкция по организации движения и ограждению мест производства дорожных работ/Минавтодор РФСР. - М.: Транспорт, 1985].

6.12 Фундаменты размещения стационарных средств наружной рекламы должны быть заглублены на 15—20 см ниже уровня грунта с последующим восстановлением газона на нем. В других случаях фундаменты опор не должны выступать над уровнем земли более чем на 5 см. Допускается размещение выступающих более чем на 5 см фундаментов опор на тротуаре при наличии бортового камня или дорожных ограждений, если это не препятствует движению пешеходов и уборке улиц.

6.13 Рекламораспространитель обязан восстановить благоустройство территории после установки (демонтажа) средства размещения наружной рекламы в течение 10 сут. Демонтаж средств размещения наружной рекламы необходимо проводить вместе с их фундаментом».

Настоящий стандарт распространяется на средства наружной рекламы, размещенные на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Стандарт устанавливает общие требования к средствам наружной рекламы и правила их размещения, а также требования к знакам информирования об объектах притяжения.

Из представленных Департаментом документов (схемы размещения рекламных конструкций - утвержденной Постановлением от 14.03.2014 г. № 283 Администрации г.о.Самары «Об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории городского округа Самара», опубликованной 18.03.2014 г. в печатном издании «Самарская Газета» № 29а/5293а/ и непосредственно 68 лотов) на лоты нет сведений о кадастровых номерах рекламных конструкций на соответствующих земельных участках, нет сведений о соблюдении ГОСТ Р 52044-2003, нет сведений о соблюдении внешнего архитектурного облика сложившейся застройки г.о.Самары (см. таблицу):

№ п/п	Страница	Номер	Фрагмент	Количество конструкций	Адрес	Нарушения
1.	2а	3	3	1	Стромиловское шоссе	Нет кадастрового номера рекламной конструкции, нет соблюдения требований ГОСТ
2.		4	7	5	Пугачевский тракт	Нет кадастрового номера рекламной конструкции.
3.	3а	5	9	1	ул.Грозненская	нет соблюдения требований ГОСТ, нет обеспечения соблюдения архитектурной застройки
4.		6	10	4	Пугачевский тракт (район улиц Калининградской и Егорова	
5.	4а	7	12	6	ул.Грозненская (район улицы Фасадной)	
6.		8	16	2	ул.Грозненская	
7.	5а	9	18	4	Пугачевский тракт	
8.		10	19	1	ул.Грозненская	
9.	6а	11	22	2	Пугачевский тракт (район улицы Фасадной и Доложного пер.)	
10.		12	24	6	Пугачевский тракт	
11.	7а	13	26	9	Новокуйбышевское ш.	
12.		14	29	4	Кольцо Южного	Нет кадастрового номера

					шоссе Уральской ул.	рекламной конструкции, нет соблюденй требований ГОСТ
13.	8а	15	32	9	Новокуйбышевское ш.	Нет кадастрового номера рекламной конструкции, нет соблюденй требований ГОСТ, нет обеспечения соблюдения архитектурной застройки
14.		16	33	3	ул.Утевская ул.Уральская	
15.	9а	17	34	3	ул.Уральская	Нет кадастрового номера рекламной конструкции, нет соблюденй требований ГОСТ, нет обеспечения соблюдения архитектурной застройки
16.		18	35	3	ул.Уральская (в районе улиц Омской и Тюменской)	
17.	10а	19	36	4	Южное шоссе	Нет кадастрового номера рекламной конструкции, нет соблюденй требований ГОСТ
18.		20	39	17	Кряжское шоссе (в районе улиц Старо-Набережной, Уральской и Новокуйбышевского ш.	

В указанной публикации («Самарская Газета») указывается – страниц 146а, номеров схем 294, и еще 137 фрагмента (всего 2 849 номеров рекламных конструкций), которые имеют такие же нарушения - нет кадастровых номеров рекламных конструкций, нет указаний на соблюдение требований ГОСТ Р 52044-2003, нет обеспечения соблюдения архитектурной застройки сложившейся в г.о.Самара, нет согласований на размещение конструкций с другими государственными и муниципальными структурами.

В Разделе 6 названного ГОСТа, имеется ряд факторов, при которых размещение рекламных конструкций не допускается:

- на одной опоре, в створе и в одном сечении с дорожными знаками и светофорами – на схемах, представленных Департаментом не установлено будут ли находиться рекламные конструкции в створе и в одном сечении с дорожными знаками и светофорами (их вообще нет на схемах);

- на аварийно-опасных участках дорог и улиц – нет сведений из соответствующих учреждениях о подробных участках, либо, что представленные участки на схемах находятся не на аварийно-опасных улицах и дорогах;

- ближе 25 м от остановок маршрутных транспортных средств – также не представлены документальные доказательства, что рекламные конструкции будут соответствовать данному требованию;

- сбоку от автомобильной дороги или улицы на расстоянии менее 5 м от бровки земляного полотна автомобильной дороги (бордюрного камня) — в населенных пунктах – не представлены документально доказательства, что рекламные конструкции будут соответствовать данному требованию;

- в соответствии с частью 6.6 ст.19 Закона «О рекламе» (см. приложенную к ней таблицу 1) – должны соблюдаться расстояния от средств наружной рекламы до дорожных знаков и светофоров; то есть при принятой скорости движения в г.Самара (60 и менее), при площади рекламного объявления свыше 15 квадратных метров (а это рекламные конструкции/щиты размерами – 3x6, 4x12, 5x15) – рекламные конструкции должны быть размещены не ближе 120 метров от указанных объектов, а при размерах – от 15 до 6 кв. м (щитовые установки типа «Ситиборд» 10 кв. м) – не ближе 60 метров – документальных доказательств соблюдения данных требований и их согласования с соответствующими органами, Департаментом не представлено;

- расстояние между отдельно размещенными на одной стороне дороги средствами наружной рекламы должно быть не менее 50 м — в пределах населенных пунктов – по фрагментам №№ 7, 10, 12, 18, 26, 32, 35, 39, 47, 52, 72, 78, 92, 104, 110-111, 115-116, 123-130, 133-134, 136, 145-150, 152-156, 165-176, 179, 186-187, 189-197, 200-201, 206-208, 209-212, 214-215, 217, 220, 225-229, 231-234, 236-237, 243-246, 248-252, 254-255, 261-263, 265-268, 271-272, 276, 278-279, 282, 285, 287, 289-293, 295, 297, 299-300, 303-307, 309, 311-312, 318-319, 321-323, 334-338, 342, 344, 351-352, 354, 359, 366-370, 372, 380-383, 386, 396-398, 411-414, 422, 435, 44, 444, 461, 464, 465 из схемы размещения рекламных конструкций, не установлено соблюдение данных требований;

- средства наружной рекламы размещают с учетом проекта организации движения и расположения технических средств организации дорожного движения – на схеме размещения

~~рекламных конструкций нет данных о технических средствах организации дорожного движения (не устанавливаются дорожные знаки и указатели, не указываются светофоры).~~

~~В силу отсутствия данных сведений документов, нет возможности установить правомерность представленных мест (68 лотов) для установки и эксплуатации рекламных конструкций, на проведенных Департаментом торгах (аукционе) по всем представленным лотам.~~

~~В схеме размещения рекламных конструкций на территории г.о.Самара к каждому фрагменту имеется пояснительная таблица, с указанием внешнего вида и наименования рекламной конструкции. В самой нижней части данной таблиц указывается щитовая установка типа «Ситиборд» 10 квадратных метров, вид которой изображен рядом.~~

~~В 9-й строке этой же таблицы указывается щитовая установка 3м х 6м (соответственно 18 кв. м – одна сторона, две стороны - 36 кв. м) вид также приводится рядом слева.~~

~~Однако, ни на одном фрагменте схемы размещения не изображается щитовая установка 3м х 6м – везде изображена щитовая установка типа «Ситиборд» 10 кв. м.. При этом, в табличной части (со стр.156а и до конца схемы) в графе «Размер рекламной конструкции» указывается размер 3м х 6м.~~

~~В данном случае наглядно нарушение - несоответствие выводов фактическим обстоятельствам дела, при этом аукцион проводился без устранения данных нарушений.~~

~~Формально аукцион проводился по рекламным конструкциям 3м х 6м (адреса в лотах соответствуют конструкциям 10 кв. м), однако по представленной схеме установлено, что в данных местах должны располагаться щитовые установки 10 кв. м.~~

~~Для примера, из лота № 40 видны не устраненные противоречия и нарушения. В таблице Приложения № 2 «Расценки цены» под номерами 1 (ул.Грозненская, д.8), 2 (Новокуйбышевское ш./Озерная ул.), 3 (ул.Уральская, д.4), 4 (ул.Белорусская, д.88), к Договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по данному лоту, размещенной на сайте Администрации городского округа Самара - http://www.city.samara.ru/life/official_publication?page=6:~~

~~- указываются конструкции размером 3м х 6м – однако, в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций (1 - стр.4а, фрагмент 16, под номером 8; 2 - стр.7а, фрагмент 26, под номером 13; 3 - стр.8а, фрагмент 33, под номером 16; 4 - стр.13а, фрагмент 47, под номером 26), указываются щитовые конструкции, типа «Ситиборд» 10 кв. м, что не соответствует размерам, указанным в указанной схеме; схема для торгов (аукциона) утверждена и соответственно, вносить в нее изменения без дополнительного официального опубликования дополнительных изменений не допустимо:~~

~~- нет схематичных указаний, ссылок на размещенные дорожные знаки и остановочные пункты транспорта (остановок), поскольку в соответствии с указанным ГОСТом должны соблюдаться определенные расстояние ближе которых не допустимо располагать рекламные конструкции;~~

~~- нет размеров, расстояний размещения рекламных конструкций в соответствии с ГОСТом – нет расстояний до ближайшей рекламной конструкции (не менее 50 м), нет расстояний от края рекламного щита до обочины дороги (не менее 5 м) и т.д.~~

~~Лот № 3 – в таблице Приложения № 1 «Адресная программа ...» к подобному проекту Договора имеются нарушения. В таблице Приложения № 1 «Адресная программа ...» под номерами 1 и 2 (ул.Революционная/ул.Гагарина к Договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по данному лоту, размещенной на сайте Администрации городского округа Самара - http://www.city.samara.ru/life/official_publication?page=6:~~

~~- указываются две конструкции размером 3м х 6м – однако, в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций (1 и 2 – стр.48а, фрагмент 193, под номером 95), указываются щитовые конструкции, типа «Ситиборд» 10 кв. м, что не соответствует размерам, указанным в указанной схеме; схема для торгов (аукциона) утверждена и соответственно, вносить в нее изменения без дополнительного официального опубликования дополнительных изменений не допустимо:~~

~~- нет схематичных указаний, ссылок на размещенные дорожные знаки и остановочные пункты транспорта (остановок), поскольку в соответствии с указанным ГОСТом должны соблюдаться определенные расстояние ближе которых не допустимо располагать рекламные конструкции;~~

~~- нет размеров, расстояний размещения рекламных конструкций в соответствии с ГОСТом – нет расстояний до ближайшей рекламной конструкции (не менее 50 м), нет расстояний от края рекламного щита до обочины дороги (не менее 5 м) и т.д.~~

~~И подобные нарушения по всем 68 лотам.~~

Департаментом, в соответствии со схемой размещения рекламных конструкций на территории городского округа Самара, утвержденной постановлением Администрации городского округа Самара от 14.03.2014 г. № 283, был представлен расчет размера годовой платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций, определенной в соответствии с Методикой расчета размера платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа Самара, утвержденной постановлением Администрации городского округа Самара от 24.08.2012 г. № 1164. Начальная цена предмета аукциона - пятикратный размер годовой платы за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа Самара, определенной в соответствии с Методикой расчета размера платы по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на имуществе, находящемся в муниципальной собственности городского округа Самара, утвержденной постановлением Администрации городского округа Самара от 24.08.2012 г. № 1164.

Если взять для примера Лот № 68, по которому представлена на аукционе одна рекламная конструкция – начальная цена 498 465 рублей. Получается стоимость за 1 год размещения – 99 495 рублей, соответственно за месяц сдачи в аренду – 8 307 рублей 75 коп. Это без учета «арендной» платы, которую лицо выигравшее аукцион обязано оплатить Департаменту за 5 лет эксплуатации.

Стоимость аренды подобной рекламной конструкции в городе Самара колеблется от 8 до 15 тысяч рублей за 1 месяц использования. Возьмем среднюю стоимость аренды – 11 500 рублей в месяц.

Таким образом, предпринимателю или юридическому лицу понадобится 3,5 года для того, чтобы окупить стоимость затрат на аукционе. Срок, на который подписывается договор на установку и эксплуатацию 5 лет. Остальные 1,5 года заинтересованное лицо могло бы зарабатывать ... Однако, существует еще арендная плата (плата за эксплуатацию и установку, расценка), если ее можно так назвать, за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, которая примерно сопоставима со стоимостью лота – примерно 450 000 рублей за 5 лет. Итого получается – 948 465 рублей.

При средней стоимости арендной платы в 11 500 рублей в месяц, данная конструкция окупит себя через 82 месяцев, то есть через – 6,8 лет.

Таким образом, считаем, что стоимости лотов безосновательно и значительно завышены Департаментом и не окупится при ее использовании. В случае повышения платы за размещение рекламы для третьих лиц, стоимость увеличивается в разы, что повлечет за собой отток потенциальных распространителей рекламы, что в свою очередь повлечет убытки, для лица, победившего на аукционе.

В представленном Департаментом Договоре на установку и эксплуатации рекламных конструкций на земельном участке ..., который должен быть заключен после проведения аукциона, в пункте 3.4.3. указывается, что «после вступления в силу настоящего Договора принять необходимые меры по освобождению рекламных мест от иных объектов для последующего монтажа рекламных конструкций».

В данном случае, на лицо нарушение Закона «О рекламе», поскольку в соответствии с частью 21.3. данного закона «если рекламная конструкция присоединена к объекту муниципального имущества или к общему имуществу собственников помещений в многоквартирном доме при отсутствии согласия таких собственников на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, в случае, указанном в части 21.1 настоящей статьи, **ее демонтаж, хранение или в необходимых случаях уничтожение осуществляется за счет средств местного бюджета.** По требованию органа местного самоуправления муниципального района или органа местного самоуправления городского округа владелец рекламной конструкции обязан возместить необходимые расходы, понесенные в связи с демонтажом, хранением или в необходимых случаях уничтожением рекламной конструкции (часть 21.3 введена Федеральным законом от 07.05.2013 г. № 98-ФЗ).

Таким образом, **обязанность по демонтажу, то есть по освобождению рекламных мест от иных объектов** для последующего проведения аукциона, а впоследствии монтажа рекламных конструкций заинтересованных лицом, лежит на Департаменте, который наделен подобными полномочиями, согласно Постановления Администрации г.о.Самара от 20.07.2012 г. № 894 «Об утверждении Порядка осуществления демонтажа рекламных конструкций на территории городского округа Самара».

Следовательно, пункт 3.4.3. Договора на установку и эксплуатации рекламных конструкций на земельном участке противоречит Закону «О рекламе» и должен быть исключен из данного Договора.

При этом, даже в случае если сторонняя рекламная конструкция размещена не на законных основаниях, владелец данной конструкции вправе предъявить претензии в лицо, который самовольно демонтировал ее (поскольку условия п.3.4.3. Договора противоречат гражданскому законодательству РФ) притом, что при демонтаже есть вероятность повреждения чужого имущества. То есть, Департамент формально «толкает» лицо, победившее на аукционе нарушить закон.

В представленном Договоре на установку и эксплуатации рекламных конструкций на земельном участке который должен быть заключен после проведения аукциона, в пункте 3.4.6. указывается, что рекламораспространитель обязуется «соблюдать требования по обеспечению безопасности дорожного движения в месте производства дорожных работ при выполнении работ по установке, демонтажу и обслуживанию рекламных конструкций.

Однако, Департаментом, как указывалось выше, не представлены документы подтверждающие соблюдение ГОСТ Р 52044-2003 при выборе и проектировании мест (земельных участков) для последующего выставления их на торги (аукцион) под размещение рекламных конструкций. То есть, в случае обнаружения контролирующими органами нарушений норм ГОСТ Р 52044-2003, вся ответственность впоследствии ляжет на рекламораспространителей.

Таким образом, налицо нарушение Департаментом требований безопасности дорожного движения, при определении мест под размещение рекламных конструкций.

При отсутствии вышеуказанных правоустанавливающих документов, подтверждающие законность установки и эксплуатацию в дальнейшем рекламных конструкций на земельных участках, которые не были представлены Департаментом, мы не могли участвовать в данных аукционах.

В силу большого количества бумажных носителей - Извещений по лотам аукциона и схемы размещения рекламных конструкций на территории г.о.Самара (опубликованной в указанной «Самарской Газете» № 29а от 18.03.2014 г.) мы не можем их представить (68 извещений на 4-х страницах каждое). Как указывалось выше все Извещения с № 1 по № 68 (всего 68 извещений, 68 лотов) о проведение аукционов опубликованы на сайте Администрации г.о.Самара - с приложением документов.

На основании вышесказанного, руководствуясь ст.ст.1-3, 6, 18.1, 22-24, 25.1, 25.7, 36-37, 39-45, 49-50 Федерального закона РФ от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», ст.ст.1-2, 4, 19, 33, 35.1, 36, 38 Федерального закона РФ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ, Разделов 1 и 6 ГОСТ Р 52044-2003 и действующим законодательством Российской Федерации, прошу Управление ФАС РФ по Самарской области провести проверку правомерности организации и проведения Департаментом благоустройства и экологии Администрации городского округа Самара вышеуказанных торгов (аукционов) в период с 26.06.2014 г. по 02.07.2014 г. на электронной площадке ООО «Единая электронная торговая площадка» по 68 лотам аукциона (Извещения от 27.05.2014 г. о проведении аукционов №№ 1-68), на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности городского округа Самара. При установлении доказательств неправомерности данных торговых – их отменить и возбудить производство по делу о нарушении антимонопольного законодательства в отношении Департамента благоустройства и экологии Администрации городского округа Самара.

Приложения на 48 (сорока восьми) листах:

1. Копия печатного издания «Самарская газета» № 29а /5293а/ от 18.03.2014 г. (официальное опубликование, выписка страниц 1а, 2а, 3а, 156а, 157а, 239а, 278а) - 7 листов.
2. Копия печатного издания «Самарская газета» № 29а /5293а/ от 18.03.2014 г. (официальное опубликование, выписка страниц 18а, 19а, 24а-26а, 31а, 32а, 37а, 38а) - 11 листов.

3. Копия Договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в собственности городского округа Самара (выписка 1, 4 и 10 страницы) - 3 листа.
4. Копии Извещений № 1 и № 68 от 27.05.2014 г. о проведение аукциона - 8 листов.
5. Копии - Извещения № 40 от 27.05.2014 г., Приложения № 2 «Расчет цены», схем размещения рекламных конструкций (стр.4а, фрагмент 16, № 8; стр.7а, фрагмент 26, № 13; стр.8а, фрагмент 33, № 16; стр.13а, фрагмент 47, № 26) - 12 листов.
6. Копии – Извещения № 3 от 27.05.2014 г., Приложения № 1 «Адресная программа ...», схемы размещения рекламных конструкций (стр.48а, фрагмент 193, № 95) - 6 листов.
7. Доверенность № б/н от 04.07.2014 г. ООО «Сигма» представителю - 1 лист.