г. Владимир

12 апреля 2013 года                                                     Дело № А79-10361/2012

Резолютивная часть постановления объявлена 10.04.2013.

Постановление в полном объеме изготовлено 12.04.2013.

Первый арбитражный апелляционный суд в составе:

председательствующего судьи Смирновой И.А.,

судей Захаровой Т.А., Протасова Ю.В.,

при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Лукашовой Д.В.,

рассмотрел в открытом судебном заседании апелляционные жалобы                         администрации г. Чебоксары и общества с ограниченной ответственностью «Билборд» (ОГРН 1022101133141, г. Чебоксары, пр. М. Горького, д. 10,   пом. 5)

на решение Арбитражного суда Чувашской Республики  - Чувашии от 26.12.2012

по делу № А79-10361/2012,

принятое судьей Павловой О.Л.

по заявлению администрации города Чебоксары

о признании недействительными решения и предписания Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике – Чувашии от 16.08.2012 по делу № 63-АМЗ/06-2012,

при участии:

от Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике - Чувашии - Шевченко А.В. по доверенности от 30.10.2012                     № 01-46/7895;

от общества с ограниченной ответственностью «Билборд» -                      Ширыпкина В.Н. по доверенности от 09.01.2013,

и установил:

администрация города Чебоксары (далее – администрация, заявитель) обратилась в Арбитражный суд Чувашской Республики - Чувашии с заявлением о признании недействительными решения и предписания Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике – Чувашии (далее – Управление, антимонопольный орган) от 16.08.2012 по делу № 63-АМЗ/06-2012.

В качестве третьего лица, не заявляющего самостоятельные требования на предмет спора, к участию в деле привлечено общество с ограниченной ответственностью «Билборд» (далее – Общество).

Решением от 26.12.2012 Арбитражный суд Чувашской Республики - Чувашии отказал заявителю в удовлетворении требований в полном объеме.

Администрация не согласилась с принятым решением и обратилась в Первый арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой и дополнением к ней, в которых просит его отменить в связи с неполным выяснением обстоятельств, имеющих значение для дела, недоказанностью имеющих значение для дела обстоятельств, которые суд считал установленными, несоответствием выводов суда, изложенных в решении, обстоятельствам дела и принять по делу новый судебный акт.

Общество также не согласилось с принятым решением и обратилось в Первый арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит изменить его мотивировочную часть, исключив из нее следующую формулировку: «Содержащийся в оспариваемом решении антимонопольного органа вывод о том, что победитель торгов обязан оплатить не предусмотренную законодательством покупку права заключения договора на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы следует признать необоснованным.».

Представители Управления и Общества в судебном заседании и в отзывах на апелляционную жалобу администрации и в дополнении к ним просили решение суда первой инстанции оставить без изменения, апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Представитель Общества в судебном заседании поддержал доводы своей апелляционной жалобы. Представители Управления поддержали позицию Общества, изложенную в его апелляционной жалобе.

Администрация, извещенная надлежащим образом о времени и месте рассмотрения апелляционных жалоб, представителей в судебное заседание не направила.

Законность и обоснованность решения Арбитражного суда Чувашской Республики-Чувашии от 26.12.2012 проверены Первым арбитражным апелляционным судом в порядке, предусмотренном в статье 266 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Изучив материалы дела, выслушав представителей Общества и Управления, суд апелляционной инстанции не нашел оснований для отмены обжалуемого решения.

Как усматривается из материалов дела, постановлением администрации от 19.07.2012 № 204 «О проведении открытого аукциона на право заключения договоров на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы в городе Чебоксары» утверждена документация на проведение открытого аукциона № 5 на право заключения договоров на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы по 3 лотам, на право заключения договора на установку 11 рекламных конструкций (щиты                   3х6 м).

Извещение о проведении аукциона размещено в официальном печатном издании «Чебоксарские новости» 07.08.2012 (№ 85).

Посчитав, что требования, установленные в документации об аукционе, ограничивают его права и законные интересы, препятствуют осуществлению его деятельности, а также документация об аукционе содержит необоснованные требования к победителю торгов, препятствующие реализации права на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, полученного по результатам торгов,Общество обратилось в антимонопольный орган с соответствующим заявлением.

В ходе рассмотрения возбужденного на основании данного заявления дела № 63-АМЗ/06-2012 антимонопольный орган пришел к выводу о том, что в документации об аукционе администрацией установлены требования, не предусмотренные действующим законодательством и препятствующие хозяйствующим субъектам при осуществлении деятельности на рынке распространения наружной рекламы, в частности: оплатить не предусмотренную законом покупку права заключения договора на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, которое возникает в случае подачи заявки на участие в торгах, и нести разовые платежи по договору на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, размер которых на момент как подачи заявки на участие в торгах, так и на момент заключения договора определить не представляется возможным.

Кроме того, по мнению Управления, пункты 4.1 и 4.2 Извещения о проведении открытого аукциона устанавливают к победителю торгов необоснованные требования, в частности, о том, что победитель торгов самостоятельно решает вопросы: демонтажа ранее установленного средства наружной рекламы, договор на установку и эксплуатацию которого истек, с его собственником; подключения средств наружной рекламы к электрическим сетям для обеспечения подсветки информационных полей в вечернее и ночное время суток.

По итогам рассмотрения дела № 63-АМЗ/06-2012 Управление 16.08.2012 приняло решение, которым признало в действиях администрации нарушение пункта 2 части 1 статьи 15 Федерального закона от 26.07.2006  № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) и части 5.1 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Кроме того, администрации выдано предписание от 16.08.2012, которым ей предписано в срок до 30.08.2012 прекратить нарушения указанных норм путем аннулирования открытого аукциона на право заключения договоров на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, проводимого в соответствии с постановлением администрации от 19.07.2012 № 204.

Администрация не согласилась с решением и предписанием антимонопольного органа и обратилась в арбитражный суд с заявлением о признании их недействительными.

В силу части 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

Частью 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации установлено, что при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц арбитражный суд в судебном заседании осуществляет проверку оспариваемого акта или его отдельных положений, оспариваемых решений и действий (бездействия) и устанавливает их соответствие закону или иному нормативному правовому акту, устанавливает наличие полномочий у органа или лица, которые приняли оспариваемый акт, решение или совершили оспариваемые действия (бездействие), а также устанавливает, нарушают ли оспариваемый акт, решение и действия (бездействие) права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

Таким образом, для признания ненормативного акта недействительным, решения и действия (бездействия) незаконными необходимо наличие одновременно двух условий: несоответствие их закону или иному нормативному правовому акту и нарушение прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской или иной экономической деятельности.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 1 Закона о защите конкуренциинастоящий Федеральный закон определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком Российской Федерации.

Целями данного Закона являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков (часть 2 статьи 1 Закона о защите конкуренции).

В части 1 статьи 3 названного Закона указано, что настоящий Федеральный закон распространяется на отношения, которые связаны с защитой конкуренции, в том числе с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, и в которых участвуют российские юридические лица и иностранные юридические лица, федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, иные осуществляющие функции указанных органов органы или организации, а также государственные внебюджетные фонды, Центральный банк Российской Федерации, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции федеральным органам исполнительной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов органам или организациям, а также государственным внебюджетным фондам, Центральному банку Российской Федерации запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия), в частности, запрещается необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующими субъектами, в том числе путем установления не предусмотренных законодательством Российской Федерации требований к товарам или к хозяйствующим субъектам.

Исходя из позиции, изложенной в пункте 8 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 30.06.2008 № 30 (в редакции постановления от 14.10.2010 № 52) «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением арбитражными судами антимонопольного законодательства», при рассмотрении дел, связанных с нарушением части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, антимонопольный орган должен доказать, что оспариваемые акты органов власти, действия (бездействие) приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

В соответствии с положениями пункта 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции конкуренция определена как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

В пункте 17 статьи 4 Закона о защите конкуренции приведены признаки ограничения конкуренции, среди которых сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке, рост или снижение цены товара, не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке, отказ хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке, определение общих условий обращения товара на товарном рынке соглашением между хозяйствующими субъектами или в соответствии с обязательными для исполнения ими указаниями иного лица либо в результате согласования хозяйствующими субъектами, не входящими в одну группу лиц, своих действий на товарном рынке, иные обстоятельства, создающие возможность для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном рынке, а также установление органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями, участвующими в предоставлении государственных или муниципальных услуг, при участии в предоставлении таких услуг требований к товарам или к хозяйствующим субъектам, не предусмотренных законодательством Российской Федерации.

При этом под товарным рынком понимается сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее - определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами (пункт 4 статьи 7 Закона о защите конкуренции).

Таким образом, для соответствующей квалификации действий (бездействия) как нарушения антимонопольного законодательства (часть 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции) обязательно установление обстоятельств, подтверждающих реальные либо возможные последствия в виде ограничения конкуренции, создания определенных преимуществ и дискриминации на определенном товарном рынке, а также выявление причинной связи между принятым актом и (или) совершенными действиями и такими последствиями.

Признавая администрацию нарушившей пункт 2 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции, антимонопольный орган указал, что в документации об аукционе установлены требования, не предусмотренные действующим законодательством и препятствующие осуществлению хозяйствующими субъектами деятельности на рынке распространения наружной рекламы.

Так, в разделе 6 документации на проведение открытого аукциона указывается на обязанность победителя аукциона в течение 10 рабочих дней после подписания протокола по итогам аукциона оплатить право на заключение договора на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы. Оплативший право на заключение договора обязан в течение 30 рабочих дней после оплаты заключить указанный договор.

В пункте 6.7 аукционной документации указано, что в случае невозможности установки средства наружной рекламы и информации по независящим от победителя аукциона причинам (на земельном участке имеется рекламный щит, который своевременно не демонтирован собственником, сезонность выполнения работ по монтажу средств наружной рекламы, сложная геология грунтов, сложность получения требуемых согласований и т.п.) срок может быть продлен до 3 месяцев, в исключительных случаях – до 6 месяцев.

В пункте 4.1 извещения об открытом аукционе, являющегося приложением № 1 к аукционной документации, предусмотрено, что победитель аукциона самостоятельно решает вопрос демонтажа ранее установленного средства наружной рекламы, договор на установку и эксплуатацию которого истек, с его собственником.

Согласно разделу 3 проекта договора на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, являющегося приложением № 2 к аукционной документации, ежемесячный размер платы за размещение средств наружной рекламы установлен в приложении к настоящему договору. Порядок расчета размера платы за размещение средств наружной рекламы определяется постановлением администрации.

Исследовав имеющиеся в материалах дела доказательства, суд первой инстанции установил, что на аукцион выставлены в том числе рекламные места, не освобожденные от ранее установленных рекламных конструкций.

Следовательно, как правомерно указал суд, возложение на победителя аукциона самостоятельного разрешения вопроса демонтажа ранее установленного средства наружной рекламы с его прежним собственником препятствует реализации хозяйствующим субъектом права на своевременное размещение средства наружной рекламы и может привести к ограничению конкуренции на этом товарном рынке.

При этом суд учел, что только собственник земельного участка, на котором расположена рекламная щитовая конструкция, вправе распоряжаться этим участком.

Обращение в суд с иском о демонтаже рекламной конструкции может быть осуществлено в соответствии с частью 22 статьи 19 Закона о рекламе только органом местного самоуправления.

Наличие судебного акта о принудительном сносе рекламных конструкций само по себе не свидетельствует о том, что администрация устранила все недостатки, позволяющие победителю торгов реализовать свое право по размещению рекламы.

Кроме того, лицо, чьи рекламные конструкции стоят на местах, выставленных на аукцион, получает преимущество по сравнению с другими участниками, так как ему нет необходимости нести затраты на демонтаж, на установку новых рекламных конструкций, что также приводит к ограничению конкуренции на товарном рынке.

В проекте договора на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, являющемся приложением № 2 к аукционной документации, предусмотрено, что размер ежемесячного платежа за размещение средств наружной рекламы определяется постановлением администрации.

Однако, как установил суд, указанное в аукционной документации приложение к договору в установленном порядке не размещено, порядок расчета размера ежемесячного платежа конкретно не определен.

Согласно постановлению администрации от 25.01.2008 № 16 базовая ставка определена для расчета размера оплаты на право установки и эксплуатации средств наружной рекламы и информации.

При этом содержащееся в разделе 6 Административного регламента предоставления муниципальной услуги «Выдача разрешения на установку рекламной конструкции, аннулирование таких разрешений, выдача предписаний о демонтаже самовольно установленных рекламных конструкций», утвержденного постановлением администрации от 15.06.2009 № 141, упоминание о том, что базовая ставка оплаты устанавливается постановлением главы города Чебоксары, не конкретизировано. В этой связи участнику торгов (претенденту на участие в торгах) затруднительно определять размер ежемесячных платежей по договору аренды.

Кроме того, из аукционной документации следует, что срок действия договора на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы составляет 60 месяцев (5 лет).

Поскольку размер арендных платежей зависит от решения администрации, последняя вправе в одностороннем порядке изменить названную ставку.

В частности, право администрации в одностороннем порядке изменить размер и сроки внесения платы предусмотрено в пункте 3.5 проекта договора, являющегося частью аукционной документации.

Согласно пункту 3.1 проекта договора порядок расчета размера платы за размещение средств наружной рекламы определяется постановлением администрации. Однако не указано, каким именно постановлением - действующим, утвердившим Административный регламент (пункт 6.1) или каким-либо иным постановлением, которое администрация может принять в любой момент.

При этом согласно пункту 1.4 вышеуказанного Административного регламента цена лота - это размер ежемесячной платы по договору, а не разовый платеж за приобретение права на установку и размещение рекламной конструкции.

В этой связи, как правильно указал суд, подобная неопределенность, в конечном счете, может привести к значительному увеличению (уменьшению) размера арендных платежей за эксплуатацию средств наружной рекламы и ограничить права лиц, претендующих на участие в конкурсе, так как они не могут заранее рассчитать свои финансовые возможности и объем расходов на аренду мест для рекламных конструкций.

Таким образом, лица, имеющие желание участвовать в аукционе, особенно непрофессиональные участники рынка распространения рекламы, не смогут точно определить цену договора, и, соответственно, откажутся от участия в аукционе, что, в свою очередь, приведет к последствиям, перечисленным в пункте 17 статьи 4 Закона о защите конкуренции.

Исследовав представленные в материалы дела доказательства, суд первой инстанции пришел к правомерному выводу о наличии в действиях администрации нарушения пункта 2 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции.

Вместе с тем суд обоснованно признал как отсутствие нарушения антимонопольного законодательства указание в аукционной документации на то, что в обязанность победителя торгов входит решение вопроса о подключении средств наружной рекламы к электрическим сетям и оформление ордера на выполнение земляных работ.

В данном случае работа по подключению средств наружной рекламы к электрическим сетям и оформление разрешения на выполнение земляных работ должны быть исполнены самим рекламораспространителем. При этом предполагается, что техническую возможность подключения рекламной конструкции обеспечивает администрация, а расходы по подключению, внесение платы за электроэнергию несет победитель аукциона, что предусмотрено и пунктом 2.2.7 проекта договора.

Кроме того, антимонопольный орган пришел к выводу о том, что победитель торгов обязан оплатить не предусмотренную законодательством покупку права заключения договора на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, поскольку действующим законодательством, в том числе Гражданским кодексом Российской Федерации, не предусмотрен такой вид договора, как договор купли-продажи права на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы.

Суд правомерно признал данный вывод несостоятельным.

Так, согласно пункту 1 статьи 4 Закона о защите конкуренции под товаром следует понимать объект гражданских прав, предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу статьи 128 Гражданского кодекса Российской Федерации к объектам гражданских прав относятся в том числе имущественные права.

В статье 19 Закона о рекламе закрепляется, что размещение рекламной конструкции осуществляется по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Данный договор не является договором аренды и законодательство Российской Федерации о рекламе не предполагает оформление отдельного договора аренды для заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Гражданский кодекс Российской Федерации не выделяет договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции в самостоятельный вид, соответственно, в нем могут содержаться положения, как предусмотренные для отдельных видов договоров (например, для договора аренды), так и вытекающие из существа правоотношений.

Проанализировав приведенные нормы в совокупности с положениями аукционной документации, согласно которой предметом аукциона является право на заключение договора на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы, суд апелляционной инстанции считает, что данные положения не противоречат нормам Гражданского кодекса Российской Федерации, Закона о рекламе и Закона о защите конкуренции.

При этих условиях доводы Общества о необходимости исключения из мотивировочной части решения суда оспариваемых выводов суд апелляционной инстанции признает необоснованными.

Антимонопольным органом также вменено администрации нарушение части 5.1 статьи 19 Закона о рекламе.

Согласно указанной норме 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.

Таким образом, к заключению договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции приведенной нормой предъявляются два требования: проведение торгов (в форме аукциона или конкурса); определение формы проведения торгов (аукцион или конкурс).

В рассматриваемом случае Чебоксарское городское Собрание депутатов решением от 14.06.2012 № 626 «Об определении формы торгов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящихся в муниципальной собственности города Чебоксары» определило форму проведения торгов - в виде открытого аукциона. В свою очередь администрация провела торги.

При этих обстоятельствах суд апелляционной инстанции считает, что антимонопольным органом необоснованно вменено администрации нарушение части 5.1 статьи 19 Закона о рекламе.

 Таким образом, решение суда первой инстанции в части отказа администрации в удовлетворении требования о признании недействительными решения и предписания антимонопольного органа от 16.08.2012 по делу № 63-АМЗ/06-2012 в части признания в действиях администрации нарушения части 5.1 статьи 19 Закона о рекламе подлежит отмене в связи с неправильным применением норм материального права, а требование администрации в этой части - удовлетворению.

Довод администрации о том, что антимонопольный орган не вправе был рассматривать заявление Общества, которое не являлось участником аукциона, является несостоятельным и правомерно отклонен судом.

Частью 2 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции предусмотрено, что действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии могут быть обжалованы в антимонопольный орган лицами, подавшими заявки на участие в торгах, а в случае, если такое обжалование связано с нарушением установленного нормативными правовыми актами порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах, также иным лицом (заявителем), права или законные интересы которого могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов.

Данная норма определяет круг лиц, управомоченных направлять жалобы в антимонопольный орган. При этом в число таких лиц входят иные лица, чьи права или законные интересы могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов.

В частности, Закон устанавливает, что лица, не подавшие заявки, имеют право обратиться с жалобой на торги в антимонопольный орган, если их права нарушены действиями (бездействием), которые воспрепятствовали им подать заявку. Именно к такому результату приводят нарушения установленного порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах.

При этом лица, не подавшие заявки на торги, должны указать в жалобе на обстоятельства, свидетельствующие о нарушении установленного порядка размещения информации о проведении торгов, порядка подачи заявок на участие в торгах. Такие лица не должны доказывать нарушение их прав перечисленными действиями. Для принятия жалобы антимонопольным органом достаточно указания на нарушение порядка.

В рассматриваемом случае жалоба Общества содержала указание на обстоятельства, которые воспрепятствовали ему подать заявку на участие в торгах, в частности, в отношении неопределенности (непрозрачности) информации о проведении торгов в части невозможности подсчета итоговой суммы платежей, которые возлагаются на победителя торгов, а потому антимонопольный орган обоснованно возбудил производство по данной жалобе и по результатам ее рассмотрения принял оспариваемое решение.

При исследовании данного вопроса судом также учтено, что одним из видов экономической деятельности Общества в соответствии со сведениями из Единого государственного реестра юридических лиц является рекламная деятельность (код по ОКВЭД 74.40), некоторые места под размещение рекламных конструкций, выставленные на аукцион, до сих пор заняты его рекламными конструкциями, в связи с чем указанное лицо является потенциальным участником аукциона на право заключения договоров на установку и эксплуатацию средств наружной рекламы.

В силу статьи 71 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации арбитражный суд оценивает доказательства по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном, объективном и непосредственном исследовании имеющихся в деле доказательств. Арбитражный суд оценивает относимость, допустимость, достоверность каждого доказательства в отдельности, а также достаточность и взаимную связь доказательств в их совокупности.

Всесторонне, полно и объективно исследовав представленные в материалы дела доказательства, правильно установив фактические обстоятельства дела, суд первой инстанции пришел к правомерному выводу о доказанности антимонопольным органом наличия в действиях администрации нарушения пункта 2 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции в соответствующей части, а также об отсутствии в действиях заявителя нарушения части 5.1 статьи 19 Закона о рекламе.

Статьей 22 Закона о защите конкуренции предусмотрено, что антимонопольный орган обеспечивает государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами; выявляет нарушения антимонопольного законодательства, принимает меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекает к ответственности за такие нарушения.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 23 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган уполномочен возбуждать и рассматривать дела о нарушениях антимонопольного законодательства и выдают хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания.

На основании изложенных обстоятельств суд апелляционной инстанции приходит к итоговому выводу о том, что решение антимонопольного органа в части признания администрации нарушившей пункт 2 части 1 статьи 15 Закона о защите конкуренции и предписание в указанной части приняты в пределах его компетенции, соответствуют действующему законодательству и не нарушают права и законные интересы администрации.

В нарушение статьи 65 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации иное заявителем не доказано, установленные судом обстоятельства и сделанные на их основе выводы не опровергнуты.

В соответствии с частью 3 статьи 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в случае, если арбитражный суд установит, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решения и действия (бездействие) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и не нарушают права и законные интересы заявителя, суд принимает решение об отказе в удовлетворении заявленного требования.

При этих условиях суд первой инстанции правомерно отказал администрации в удовлетворении требований в указанной части.

Нарушений норм процессуального права, являющихся в силу части 4 статьи 270 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в любом случае основаниями для отмены судебного акта, не установлено.

С учетом изложенного апелляционные жалобы администрации и Общества по приведенным в них доводам, основанным на неверном толковании норм действующего законодательства и противоречащим фактическим обстоятельствам дела, удовлетворению не подлежат.

Руководствуясь статьями 268, 269, частью 2 статьи 270, статьей 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Первый арбитражный апелляционный суд

**ПОСТАНОВИЛ:**

решение Арбитражного суда Чувашской Республики  - Чувашии от 26.12.2012 по делу № А79-10361/2012 отменить в части отказа администрации города Чебоксары в удовлетворении требования о признании недействительными решения и предписания Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии от 16.08.2012 по делу № 63-АМЗ/06-2012 в части признания в действиях администрации г. Чебоксары нарушения части 5.1 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Признать недействительными решение и предписание Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии от 16.08.2012 по делу № 63-АМЗ/06-2012 в части признания в действиях администрации г. Чебоксары нарушения части 5.1 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В остальной части решение Арбитражного суда Чувашской Республики  - Чувашии от 26.12.2012 по делу № А79-10361/2012 оставить без изменения, апелляционные жалобы администрации города Чебоксары и общества с ограниченной ответственностью «Билборд» - без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в Федеральный арбитражный суд Волго-Вятского округа в двухмесячный срок со дня его принятия.

Председательствующий судья

Судьи

И.А. Смирнова

Т.А. Захарова

Ю.В. Протасов