

В Управление Федеральной
антимонопольной службы

по Ивановской области

Заявитель:

ООО «Райдо»,

Юридический адрес: 153012, г.Иваново,
ул.Советская, дом 22, корпус Б, офис 321

Фактический адрес: 153000, г.Иваново,
ул.Красной Армии, д.7-А, офис 3
телефон: +7 (910) 693-69-32

Организатор торгов:

Администрация города Иванова,
153000, г.Иваново, пл.Революции, д.6,
тел. 59-47-17, 48-26-92

ЖАЛОБА

на действия организатора торгов

В соответствии с постановлением администрации города Иванова от 10.11.2017 № 1573 на интернет-сайте администрации города Иванова (www.ivgoradm.ru) размещено Информационное сообщение (извещение) о проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций. Ознакомиться с данным извещением можно по ссылке: www.ivgoradm.ru/narrek1konkurs/konkurs27.htm.

Предметом объявленного конкурса является право заключения договора на установку и эксплуатацию отдельно стоящих рекламных конструкций при наличии полностью полученных согласований инженерных служб и уполномоченных органов на земельных участках, находящихся в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова, на местах размещения, указанных под номерами 29, 30, 62, 77, 78, 82, 83, 116, 138, 176, 227, 244, 248, 260, 262, 278, 323, 324, 329, 346, 353, 355, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402 в Схеме размещения на территории города Иванова рекламных конструкций на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности

Ивановское управление
ФАС России
Вх. № 3981 от 19.12.17 г.

1000

города Иванова, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, либо на земельных участках, зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Ивановской области, либо на земельных участках, принадлежащих на праве собственности Российской Федерации, утвержденной постановлением Администрации города Иванова от 12.10.2016 № 1842 (далее по тексту – Схема размещения).

Заявки на участие в конкурсе принимаются с 14.11.2017 по 14.12.2017. Подведение итогов конкурса: 15.12.2017.

ООО «Райдо» заинтересовано в данных рекламных местах, уплатило задаток и 30.11.2017 подало заявку на участие в торгах.

Однако, мы считаем, что извещение о проведении конкурса и конкурсные условия не соответствуют требованиям действующего законодательства, не обеспечивают равные условия потенциальным участникам конкурса и нарушают порядок определения победителя конкурса. По нашему мнению, действиями администрации города Иванова в том числе нарушен установленный нормативными правовыми актами порядок размещения информации о проведении торгов, а также порядок подачи заявок на участие в торгах. В следствии чего наши права или законные интересы могут быть ущемлены или нарушены в результате нарушения порядка организации и проведения торгов.

1. Полагаем, что администрация города Иванова при выборе формы проведения торгов (аукцион или конкурс) действовала с нарушением Положения о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова или в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова, утвержденного решением Ивановской городской Думы № 315 от 20.12.2006 в действующей редакции.

Согласно п.1.8. указанного Положения: «Преимущественной формой проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Иванова, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, находящемся в распоряжении органов местного самоуправления городского округа Иваново, является аукцион. Решение о проведении торгов в форме конкурса может приниматься Администрацией города Иванова, исходя из потребностей городского округа Иваново, в целях стимулирования внедрения более сложных современных технологий, архитектурно-художественных решений, реализации социально значимых проектов в сфере наружной рекламы».

Из текста конкурсной документации не следует, что конкурс проводится в целях стимулирования внедрения более сложных современных технологий, архитектурно-художественных решений, реализации социально значимых проектов в сфере наружной рекламы. От участников конкурса не требуется ничего из выше названного. И оценка конкурсных предложений никоим образом не ставится в зависимость от достижения выше указанных целей.

Следовательно, администрация города выбрала конкурс в качестве формы проведения торгов при отсутствии правовых оснований для его проведения.

Таким образом, выбор формы проведения торгов является незаконным и нарушает права участников торгов.

2. Согласно части 5.1. статьи 19 Федерального закона «О рекламе»: «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».

В пункте 3 Информационного сообщения о проведении конкурса (состав лота №1) указано, что места размещения рекламных конструкций (далее по тексту - рекламные места), выставленные на конкурс, определены согласно Схеме размещения. При этом приведены номера этих мест в соответствии со Схемой размещения.

В то же время графические изображения рекламных места под номерами 30, 82, 396, 399, 400, 402, приведенные в Приложении № 1 к Информационному сообщению о проведении конкурса, не соответствует графическим изображениям данных рекламных мест в Схеме размещения. В чем можно убедиться, ознакомившись с Приложением № 3 к постановлению администрации города Иванова от 12.10.2016 № 1842 на интернет-сайте администрации по ссылке www.ivgoradm.ru/narrekl/schema.htm.

Т.е., администрация города выставила на конкурс рекламные места, не включенные в Схему размещения, чем прямо нарушила требования Федерального закона «О рекламе» и дезинформировала потенциальных участников конкурса. Администрация не вправе выставлять на конкурс рекламные места под номерами 30, 82, 396, 399, 400, 402 в соответствии с их графическими изображениями, приведенными в Информационном сообщении. Победитель конкурса не сможет установить рекламные конструкции на данных местах, так как этих мест нет в Схеме размещения. Права всех участников конкурса грубо нарушены.

3. В числе прочих администрация города Иванова выставила на торги рекламное место № 386 (пр.Ленина, у д.42). Данное рекламное место расположено на земельном участке с кадастровым номером 37:24:020102:30, предоставленном для здания цирка. В этом можно убедиться, обратившись к публичной кадастровой карте, общедоступной в сети Интернет.

Ивановский государственный цирк является филиалом Федерального казенного предприятия «Российская государственная цирковая компания», устав которого утвержден Постановлением Правительства РФ от 19.07.2007 № 454. Т.е., цирк является объектом федеральной собственности.

Согласно ст.3.1 Федерального закона от 25.10.2001 № 137-ФЗ «О введении в действие Земельного кодекса Российской Федерации»: «В целях разграничения государственной собственности на землю к федеральной собственности относятся:

земельные участки, занятые зданиями, строениями, сооружениями, находящимися в собственности Российской Федерации;

земельные участки, предоставленные органам государственной власти Российской Федерации, их территориальным органам, а также казенным предприятиям, государственным унитарным предприятиям или некоммерческим организациям, созданным федеральными органами государственной власти».

Следовательно, земельный участок для размещения цирка относится к федеральной собственности.

В соответствии с частью 5.1. статьи 19 Федерального закона «О рекламе»: «Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности, осуществляется на основе торгов (в форме аукциона или конкурса), проводимых органами государственной власти, органами местного самоуправления или уполномоченными ими организациями в соответствии с законодательством Российской Федерации». Следовательно, торги на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, расположенной на земельном участке, относящемся к федеральной собственности, вправе проводить только соответствующие государственные органы власти, а не органы местного самоуправления города Иванова.

В п.1.1. Положения о порядке организации и проведения торгов, утвержденного решением Ивановской городской Думы № 315 от 20.12.2006 (в действующей редакции) также сказано о том, что данное Положение регламентирует только порядок проведения торгов на право заключения договора на установку рекламных конструкций с использованием земельного участка, находящегося в муниципальной собственности города Иванова, либо на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

Таким образом, администрация города незаконно проводит торги на право установки рекламной конструкции на земельном участке, относящемся к федеральной собственности. При этом участники конкурса вводятся в заблуждение относительно полномочий администрации. По результатам данных торгов они не могут получить право установить рекламную конструкцию на месте № 386.

4. В пункте 3 Информационного сообщения указано: «Типы и виды рекламных конструкций, площадь информационного поля, технические характеристики определяются в соответствии со Схемой размещения рекламных конструкций на территории города Иванова». Данное положение полностью соответствует правовой норме, содержащейся в части 5.8. статьи 19 Федерального закона «О рекламе», согласно которой Схема размещения должна «...содержать карты размещения рекламных конструкций с указанием типов и видов рекламных конструкций, площади информационных полей и технических характеристик рекламных конструкций».

В то же время в том же пункте 3 Информационного сообщения содержатся требования к техническим характеристикам рекламных конструкций, не предусмотренные в Схеме размещения. Речь идет о требовании внешней подсветки информационного поля рекламной конструкции. Такого требования в действующей Схеме размещения нет. Следовательно, администрация города не вправе включать данное требование в конкурсную документацию. Не смотря на то, что Схема размещения утверждена администрацией города, она не вправе устанавливать новые дополнительные требования к техническим характеристикам рекламных конструкций до внесения соответствующих поправок в Схему размещения. При этом нужно учитывать, что согласно той же части 5.8. статьи 19 Федерального закона «О рекламе» 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.

В пункте 1.1. проекта договора (Приложение № 2 к Информационному сообщению) также сказано, что технические характеристики рекламных конструкций определяются в соответствии со Схемой размещения. В то же время в пункте 1.3.

проекта договора содержится требование внешней подсветки рекламных конструкций, не предусмотренное действующей Схемой размещения.

ООО «Райдо» в настоящее время планирует закупать рекламные конструкции с внутренней подсветкой, что является, на наш взгляд, более современным техническим решением и не запрещено действующими нормативными документами. Однако, администрация города незаконно включила в конкурсную документацию положения, запрещающие нам использовать рекламные конструкции с внутренней подсветкой.

Таким образом, организатор конкурса незаконно ввел ограничения для участников конкурса.

5. Предусмотренные в конкурсной документации требования к конкурсным предложениям по критерию «Предложение по использованию рекламных мест в социальных программах» не соответствуют действующему законодательству.

В соответствии с частью 3 статьи 10 Федерального закона «О рекламе»: «Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламодателя в пределах пяти процентов 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».

Следовательно, любое заинтересованное лицо имеет право заключить с рекламодателем договор о распространении социальной рекламы. И рекламодатель не вправе ему отказать в заключении такого договора в пределах 5% годового объема распространяемой рекламы.

В то же время в конкурсной документации (пункт 6 Информационного сообщения) установлено минимальное требование по критерию «Доля социальной рекламы» в количестве 18 дней в году, что составляет менее 5% от продолжительности календарного года. В подтверждение приводим простое арифметическое действие: $18/365 \times 100\% = 4,93\%$.

Таким образом, конкурсное условие не соответствует требованиям федерального закона.

6. Методика оценки конкурсных заявок, изложенная в пункте 6 Информационного сообщения, не отвечает требованиям законности, прозрачности, объективности и справедливости.

6.1. В пункте 6 Информационного сообщения в качестве дополнительного критерия определения победителя конкурса названо благоустройство прилегающей территории. Участник конкурса вправе внести свои предложения по благоустройству города. Т.е., предложения по данному критерию не являются обязательными. При этом организатор конкурса даже не определил удельный вес данного критерия для итоговой оценки конкурсной заявки.

Указанные положения конкурсной документации не соответствуют Положению о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова или в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова, утвержденному решением Ивановской городской Думы от 20.12.2006 № 315 (в действующей редакции). Пункт 1.5.2. указанного Положения называет три возможных критерия для определения победителя при проведении конкурса (включая предложения по благоустройству города), но не предусматривает возможность введения основных (обязательных) и дополнительных (необязательных для

участников) критериев. Исходя из буквального толкования норм Положения, все критерии в случае их использования в конкурсной документации должны являться основными и обязательными для участников.

Удельный вес данного «дополнительного» критерия не установлен, следовательно, он равен единице. Т.е., фактически удельный вес данного «дополнительного» критерия соответствует сумме удельных весов двух основных критериев. С учетом того, что один балл по «дополнительному» критерию равен одному метру от «края информационного поля рекламной конструкции», значение «дополнительного» критерия будет по факту являться определяющим при определении победителя конкурса.

Устанавливая такой «дополнительный» критерий, для которого даже не предусмотрен удельный вес, организатор конкурса, по нашему мнению, пытался ввести потенциальных участников в заблуждение относительно значения данного критерия. Иного разумного объяснения описанных манипуляций с названным «дополнительным» критерием в конкурсной документации мы не видим.

6.2. Оценка конкурсных заявок по «дополнительному» критерию в пункте 6 Информационного сообщения «...производится по формуле:

$$КБЗ = С$$

где КБЗ – количество баллов, присвоенных заявке на участие в открытом конкурсе по критерию «Предложение по благоустройству»;

С – количество баллов, присвоенных участнику открытого конкурса в зависимости от предложенных условий. Участнику открытого конкурса присваивается количество баллов, равное указанному в заявке количеству метров от края информационного поля рекламной конструкции, в пределах которых участник готов производить за свой счет благоустройство и уборку территории».

Из буквального смысла конкурсной документации следует, что потенциальный участник конкурса должен указать в своей заявке именно количество метров, т.е. расстояние (длину) от некой точки. Это подтверждается как содержанием пункта 6 Информационного сообщения, так и содержанием Приложения № 4 к Информационному сообщению (форма конкурсных предложений).

Уяснить практический смысл данных положений конкурсной документации не представляется возможным. Совершенно непонятно, каким образом можно критерий «Предложения по благоустройству» измерить метрами. При этом конкурсная документация не содержит ответов на следующие вопросы:

- О каком конкретно из информационных полей рекламной конструкции идет речь?
- От какого из краев информационного поля рекламной конструкции следует отмерять расстояние?
- От какой конкретно точки на краю информационного поля рекламной конструкции следует отмерять расстояние?
- В какую конкретно сторону необходимо отмерять расстояние?

Возможно, организатор конкурса пытался предусмотреть оценку предложения по благоустройству путем определения той площади, за содержание (уборку и благоустройство) которой готов принять ответственность участник конкурса. Но это только наша догадка. Используемые в Информационном сообщении формулировки не позволяют сделать такой вывод. В результате для потенциальных участников конкурса неясно, каким образом отмеряется искомое расстояние, и каким образом будут подсчитываться баллы по этому «дополнительному» критерию. Что грубо нарушает права участников конкурса.

6.3. Согласно п.6 Информационного сообщения: «Победитель открытого конкурса обязан за счет собственных средств поддерживать прилегающую к рекламной конструкции территорию в надлежащем санитарно-техническом состоянии». В проекте договора (Приложение № 2 к Информационному сообщению) также содержится обязанность победителя конкурса: «2.4.14. За счет собственных средств поддерживать прилегающую к рекламным конструкциям территорию в надлежащем санитарно-техническом состоянии в соответствии с Правилами благоустройства города Иванова, утвержденными решением Ивановской городской Думы от 27.06.2012 № 448». Эта формулировка является понятной, и ее восприятие не вызывает затруднений, так как Правила благоустройства в п.3.4.14. четко определяют границы прилегающей к рекламной конструкции территории, отмеряя 5 метров по всему периметру (радиусу) основания рекламной конструкции (а не от края информационного поля).

В то же время при оценке конкурсных предложений по критерию «Предложения по благоустройству города» говорится о некоем количестве «...метров от края информационного поля рекламной конструкции, в пределах которых участник готов производить за свой счет благоустройство и уборку территории». О неясности определения данных пределов через метры мы сказали выше. В данном случае необходимо остановиться на другом аспекте этой формулировки. В конкурсной документации не указано, что конкретно понимается в данном случае под благоустройством и уборкой. И если в отношении уборки потенциальный участник конкурса еще может сделать какие-то обоснованные предположения (хотя они тоже могут отличаться от того, что ожидает от него организатор конкурса), то в отношении благоустройства для данных предположений нет никаких оснований.

Благоустройство – это очень широкое понятие. Согласно Правилам благоустройства города Иванова, утвержденным решением Ивановской городской Думы от 27.06.2012 № 448 (в действующей редакции), под благоустройством понимается «...комплекс мероприятий по содержанию территории, а также по проектированию и размещению объектов благоустройства, направленных на обеспечение и повышение комфортности условий проживания граждан, поддержание и улучшение санитарного и эстетического состояния территории». Выполнение каких конкретно мероприятий по размещению объектов благоустройства будет входить в обязанность победителя конкурса? Никакого технического задания конкурсная документация не содержит. Из этого следует, что победитель будет сам определять, что он должен выполнить. Один решит, что нужно разбить газон, другой – высадить деревья и разбить сквер, третий - поставить лавочку, а четвертый посчитает достаточным покрасить бордюр. И все они будут производить благоустройство в заявленных «пределах». Как будет оценивать организатор конкурса выполнение победителем конкурса своих конкурсных предложений? Конкурсная документация не дает на это ответа.

На момент проведения конкурса оценить предложение по благоустройству «в метрах» в принципе невозможно, так как конкретный перечень и физические объемы

работ по благоустройству в конкурсной документации отсутствуют, и в конкурсных заявках (по форме согласно Приложению №4) указываться не должны.

Таким образом, порядок оценки конкурсных предложений, изложенный в извещении о проведении торгов, не позволяет объективно выявить действительно лучшее предложение по благоустройству. Фактически выбор победителя конкурса будет происходить в отсутствие объективной методики определения победителя.

По существу, недобросовестный участник может заявить любое «количество метров» и в отсутствие утвержденного при проведении конкурса технического задания выполнять те мероприятия по благоустройству, какие сочтет нужным. В результате оценка выполнения победителем конкурсных обязательств будет носить субъективный характер. Т.е., лица, имеющие неформальные контакты с сотрудниками администрации, уже на стадии проведения конкурса могут рассчитывать на снисходительное к ним отношение в этой части, так как сотрудники администрации всегда могут сослаться на отсутствие четкого перечня и объема работ по благоустройству, зафиксированного в конкурсной документации и в договоре, заключенном по результатам конкурса. В то же время независимые участники конкурса в случае победы рискуют столкнуться с завышенными требованиями и жесткой позицией сотрудников администрации, которая будет основана также на отсутствии четких и конкретных обязательств победителя конкурса по договору в части благоустройства.

Таким образом, порядок оценки предложений участников по критерию благоустройства носит нечеткий, необъективный и несправедливый характер. Выявить объективно лучшее предложение при такой методике оценки невозможно.

При указанных обстоятельствах конкурсная документация нарушает требования антимонопольного законодательства и создает коррупциогенные условия для возможных злоупотреблений со стороны должностных лиц организатора торгов как на стадии проведения конкурса, так и на стадии исполнения договора.

6.4. В последнем предложении пункта 6 Информационного сообщения сказано: «Победителем открытого конкурса признается участник открытого конкурса, который предложил наиболее высокую цену предмета открытого конкурса и лучшие условия исполнения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций». Т.е., в последнем предложении пункта 6 организатор конкурса фактически изменил ранее изложенный порядок определения победителя конкурса. Для победы в конкурсе недостаточно предложить лучшие условия в результате совокупной оценки по двум основным и одному «дополнительному» критерию. Необходимо в обязательном порядке предложить наиболее высокую цену.

Данное предложение в корне меняет ситуацию. Вся методика оценки заявок и определения победителя конкурса, изложенная в пункте 6 Информационного сообщения, фактически пересматривается. Для победы в конкурсе недостаточно сделать лучшую заявку в целом по трем критериям, необходимо также в обязательном порядке сделать лучшее предложение по критерию «Цена».

В то же время согласно п.1.5.2. Положения о порядке организации и проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Иванова или в распоряжении органов местного самоуправления города Иванова, утвержденного решением Ивановской городской Думы от 20.12.2006 № 315 (в действующей редакции): «Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу - лицо, которое по заключению конкурсной комиссии предложило лучшие условия». Т.е., действующий муниципальный нормативный акт, регламентирующий порядок организации и проведения конкурсов,

установил, что победителем конкурса признается тот участник, который предложил лучшие условия, а не наибольшую цену. Следовательно, требование в обязательном порядке дать лучшее предложение по цене для победы на конкурсе не соответствует действующему муниципальному правовому акту.

При изложенных обстоятельствах приведенное положение конкурсной документации является незаконным и вводит потенциальных участников конкурса в заблуждение относительно порядка определения победителя конкурса.

7. В пункте 7 Информационного сообщения указано, что для участия в конкурсе претендент должен представить документ, подтверждающий отсутствие задолженности перед муниципалитетом за право установки рекламной конструкции. При этом не указано, какой конкретно документ должен представить претендент. В связи с чем возникает правовая неопределенность, так как неизвестно, какой документ устроит конкурсную комиссию, а какой - нет. Данное положение конкурсной документации неконкретно. В результате возникает возможность для злоупотреблений со стороны как потенциальных участников конкурса, так и со стороны конкурсной комиссии. Какой-то документ будет принят сразу как надлежащий. А к другому документу у организатора конкурса могут возникнуть претензии. И это при том, что определение победителя конкурса при определенных обстоятельствах будет зависеть от того, кто подаст заявку первым.

Непосредственно мы оказались в реальном затруднении при определении необходимого документа об отсутствии задолженности. В итоге решили обратиться за соответствующей справкой в администрацию города. Но столкнулись с тем, что выдача подобных справок не предусмотрена и не урегулирована ни одним административным регламентом. После определенных затруднений справку нам все же выдали, но на это ушло 5 дней (за справкой обратились 24.11.2017, получили 29.11.2017).

Мы считаем, что в результате создания такой правовой неопределенности нарушаются права потенциальных участников конкурса.

8. В пункте 5.1. проекта договора (Приложение № 2 к Информационному сообщению) сказано: «5.1. Рекламораспространитель обязан за свой счет размещать социальную рекламу на принадлежащих ему рекламных конструкциях, установленных в соответствии с настоящим договором, в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы». В то же время в проекте договора имеется пункт 2.4.15.2. Обязательства по использованию рекламных мест в социальных программах, который будет заполняться на основании конкурсной заявки победителя (предложение по размещению социальной рекламы). Из конкурсной документации остается непонятным, являются ли конкурсные обязательства по размещению социальной рекламы дополнительными по отношению к пункту 5.1. договора. Пункт 2.4.15.2. исключает действие пункта 5.1. договора? Или победитель конкурса должен выполнять оба пункта?

Как представляется, конкурсная документация в этой части не позволяет дать однозначного толкования, что делает невозможным взвешенное определение потенциальным участником конкурса конкурсной заявки в части предложения по

использованию рекламных мест в социальных программах. Данная правовая неопределенность также является нарушением прав потенциальных участников конкурса.

Таким образом, в действиях администрации города Иванова мы усматриваем признаки нарушения требований статьи 17 ФЗ «О защите конкуренции».

На основании изложенного, руководствуясь статьями 18.1., 23 Федерального закона «О защите конкуренции», просим:

1. Рассмотреть настоящую жалобу по существу и выдать администрации города Иванова предписание об аннулировании торгов.

Приложение:

1. Копия описи документов, представленных для участия в конкурсе.
2. Копия заявления о выдаче справки об отсутствии задолженности.
3. Копия (письма) справки об отсутствии задолженности.
4. Распечатка из публичной кадастровой карты.

Генеральный директор
ООО «Райдо»

М.П.

01.12.2017



Д.В.Шлыков