



СЕДЬМОЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД
634050, г. Томск, ул. Набережная реки Ушайки, 24

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

г. Томск

Дело № А45-8888/2013

Резолютивная часть постановления объявлена 18 ноября 2013 г.

Полный текст постановления изготовлен 20 ноября 2013 г.

Седьмой арбитражный апелляционный суд в составе:
председательствующего судьи О.А. Скачковой,
судей И.И. Бородулиной, М.Х. Музыкантовой,
при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Ю.В. Плешивцевой с использованием средств аудиозаписи,
при участии в заседании:
от заявителя – О.В. Сарновой по доверенности от 09.01.2013,
от заинтересованного лица – не явился (извещен),
от третьего лица – не явился (извещен),
рассмотрев в судебном заседании дело по апелляционной жалобе муниципального казенного учреждения г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы»
на решение Арбитражного суда Новосибирской области от 22 августа 2013 г. делу № А45-8888/2013 (судья А.В. Хорошилов)
по заявлению муниципального казенного учреждения г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» (ОГРН 1025403207246, ИНН 5407216531, 630099, г. Новосибирск, ул. Вокзальная магистраль, д. 16)
к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (630011, г. Новосибирск, ул. Кирова, д. 3)
третье лицо: закрытое акционерное общество «Корпорация Руан» (ОГРН 1037843119654, ИНН 7825110286, 191014, г. Санкт-Петербург, пер. Саперный, д. 14-36Н)
о признании недействительным решения от 20.05.2013 и предписания от 20.05.2013,

УСТАНОВИЛ:

Муниципальное казенное учреждение г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» (далее – заявитель, учреждение, МКУ г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы») обратилось в Арбитражный суд Новосибирской области с заявлением к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (далее – заинтересованное лицо, антимонопольный орган, управление, УФАС по Новосибирской области) о признании недействительным решения управления от 20.05.2013 в части установления требований о внесении изменений в извещение и конкурсную документацию путем исключения из заявки на участие в конкурсе информации и документов, не предусмотренных пунктом 5 Положения о порядке организации и проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящего в муниципальной собственности города Новосибирска (приложение № 2 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, утвержденных Решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372 (далее – Правила распространения наружной рекламы), и требований об установлении четких критериев оценки заявок, обеспечивающих сопоставимость поданных участниками предложений, и подпункты 2.1 и 2.2 пункта 2

предписания от 20.05.2013 № 29 о совершении действий, направленных на устранение нарушений порядка организации торгов.

К участию в деле в качестве третьего лица, не заявляющего самостоятельных требований относительно предмета спора, привлечено закрытое акционерное общество «Корпорация Руан» (далее – третье лицо, ЗАО «Корпорация Руан»).

Решением суда от 22.08.2013 в удовлетворении требований заявителю отказано.

Не согласившись с решением суда первой инстанции, МКУ г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» обратилось в Седьмой арбитражный апелляционный суд с апелляционной жалобой, в которой просит решение суда отменить, принять по делу новый судебный акт о признании недействительным решения от 20.05.2013 в части установления требований о внесении изменений в извещение и конкурсную документацию путем исключения из заявки на участие в конкурсе информации и документов, и требований об установлении четких критериев оценки заявок, обеспечивающих сопоставимость поданных участниками предложений, и подпункты 2.1 и 2.2 пункта 2 предписания от 20.05.2013 № 29 о совершении действий, направленных на устранение нарушений порядка организации торгов.

В обоснование своей апелляционной жалобы заявитель указывает на то, что выводы суда не соответствуют обстоятельствам дела, поскольку МКУ г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» не устанавливало для претендентов на участие в конкурсе требований, не предусмотренных Правилами распространения наружной рекламы. Податель жалобы считает критерии оценки заявки на участие в конкурсе и сопоставления заявок регламентированы разделом 4 конкурсной документации и пунктом 8.1 Положения о проведении конкурса. Значимость указанных критериев раскрыта в пункте 4.2 конкурсной документации, следовательно, механизм оценки конкурсных предложений подробно описан, порядок оценки и сопоставления заявок, определен.

Подробно доводы изложены в апелляционной жалобе.

УФАС по Новосибирской области и третье лицо представили отзывы на апелляционную жалобу в порядке статьи 262 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее – АПК РФ), в которых просят оставить решение суда без изменения, апелляционную жалобу - без удовлетворения.

В судебном заседании представитель МКУ г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» поддержала доводы жалобы, настаивала на ее удовлетворении.

Управление и ЗАО «Корпорация Руан» о месте и времени судебного разбирательства извещены надлежащим образом, в судебное заседание арбитражного суда апелляционной инстанции своих представителей не направили. На основании статьи 156 АПК РФ апелляционный суд считает возможным рассмотреть дело в настоящем судебном заседании в отсутствие представителя заинтересованного и третьего лица.

Исследовав материалы дела, изучив доводы апелляционной жалобы и отзыва на нее, заслушав представителя апелланта, проверив законность и обоснованность решения суда первой инстанции в соответствии со статьей 268 АПК РФ, суд апелляционной инстанции считает его не подлежащим отмене по следующим основаниям.

Как установлено судом первой инстанции, в Управление Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области поступила жалоба ЗАО «Корпорация Руан» от 06.05.2013 № 570 на действия заявителя при проведении открытого конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности.

При рассмотрении данного дела управлением установлено, что учреждением для претендентов на участие в конкурсе установлены требования, не предусмотренные Правилами распространения наружной рекламы, что требует дополнительных временных и финансовых затрат, ставит в неравное положение субъектов, осуществляющих деятельность в городе Новосибирске и за его пределами, сокращает срок подготовки заявки на участие в конкурсе; - в конкурсной документации отсутствуют критерии оценки предложений

участников конкурса, что делает невозможным сформировать конкурсное предложение со стороны участника конкурса и предоставляет возможность субъективной оценки сделанных предложений со стороны конкурсной комиссии.

В результате рассмотрения указанной жалобы 20.05.2013 управлением вынесено решение, которым жалоба ЗАО «Корпорация «Руан» признана обоснованной.

20.05.2013 на основании данного решения управлением выдано предписание, в соответствии с которым заявитель обязан исключить из заявки на участие в конкурсе на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (приложение 1 к конкурсной документации), информацию и документы, не предусмотренные пунктом 5 Положения о порядке организации и проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска и установить четкое определение критериев оценки заявок, обеспечивающее сопоставимость поданных участниками предложений.

Полагая, что решение управления от 20.05.2013 в части и предписание от 20.05.2013 в полном объеме являются незаконными МКУ г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» обратилось в арбитражный суд с соответствующим заявлением.

Отказывая в удовлетворении заявленных требований, суд первой инстанции пришел к выводу о том, что оспариваемые решение и предписание управления соответствуют закону, прав и интересов заявителя не нарушают.

Седьмой арбитражный апелляционный суд соглашается с данными выводами суда по следующим основаниям.

Из положений статьи 13 Гражданского кодекса Российской Федерации, части 1 статьи 198, части 2 статьи 201 АПК РФ, пункта 6 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации, Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 01.07.1996 № 6/8 «О некоторых вопросах, связанных с применением части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» следует, что основанием для принятия решения суда о признании оспариваемого ненормативного акта недействительным, решения, действий (бездействия) незаконными являются одновременно как их несоответствие закону или иному правовому акту, так и нарушение указанным актом, решением, действиями (бездействием) прав и охраняемых законом интересов гражданина или юридического лица в сфере предпринимательской или иной экономической деятельности.

Таким образом, в круг обстоятельств, подлежащих установлению при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных актов, решений, действий (бездействия) органов и должностных лиц, входят проверка соответствия оспариваемого акта, решения, действий (бездействия) закону или иному нормативному правовому акту и проверка факта нарушения оспариваемым актом, решением, действиями (бездействием) прав и законных интересов заявителя.

Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон № 135-ФЗ) устанавливаются организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения: монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции; 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 настоящего Федерального 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 (статья 1).

Из содержания части 1 статьи 15 Федерального закона № 135-ФЗ следует, что органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов или организациям 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).

Следовательно, для квалификации действий по части 1 статьи 15 Федерального закона № 135-ФЗ необходимо установить запрещенные законом действия, которые приводят либо могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции.

Требования к распространению наружной рекламы и установке рекламных конструкций установлены статьей 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона № 38-ФЗ).

В соответствии с частью 5 статьи 19 Закона № 38-ФЗ заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами данного Федерального закона и гражданского законодательства.

Согласно части 5.1 статьи 19 Закона № 38-ФЗ 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.

Решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372 утверждены Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске.

В Приложении № 2 к Правилам распространения наружной рекламы предусмотрено, что участником конкурса может быть юридическое или физическое лицо, не имеющее задолженности перед мэрией города Новосибирска за установку и (или) эксплуатацию рекламных конструкций и нарушений Правил.

Организатору конкурса предоставляются следующие документы: 1) заявка на участие в конкурсе (по форме, утвержденной организатором конкурса) не позднее времени и даты, указанной в извещении о проведении конкурса; 2) свидетельство о государственной регистрации юридического лица (свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (для физического лица); 3) платежный документ, подтверждающий внесение задатка в установленном размере; 4) доверенность на физическое лицо, уполномоченное действовать от имени претендента при подаче заявки; 5) конкурсное предложение в письменной форме в запечатанном конверте; 6) информацию об общей площади информационных полей рекламных конструкций, разрешение на установку которых выдано этому лицу и его аффилированным лицам на территории города Новосибирска.

Из материалов дела следует, что МКУ г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» проведен открытый конкурс на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности.

Как следует из конкурсной документации, в заявке на участие в конкурсе на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска (приложение 1 к конкурсной документации) содержится указание на следующую информацию и документы:

1. Фотомонтаж, рекламного объекта - 1 цветной экземпляр (наложение изображения конструкции на фотографию места размещения, или в виде отсканированной и распечатанной на бумаге фотографии существующего объекта).

Данный фотомонтаж должен быть согласован с: 1) главным художником города (виза

согласования); 2) архитектором района (виза согласования); 3) муниципальным унитарным предприятием «Энергохозяйство» или муниципальным учреждением «Горсвет» (при размещении на опорах освещения); 4) областной Государственной инспекцией безопасности дорожного движения (для расположенных в зоне действия дороги); 5) организациями, в охранных зонах сооружений и коммуникаций которых планируется размещение.

2. Для отдельно стоящих и размещенных на световых опорах объектах – план размещения объекта, с привязкой к существующим строениям (в метрах). На плане указать все объекты рекламы и знаки организации дорожного движения на расстоянии 100 м до и после рекламного объекта;

3. Топооснова (отдежуренная) в М 1:500 (для отдельно стоящих конструкций) с отметкой начальника отдела архитектуры и строительства (отдела строительства) администрации соответствующего района города Новосибирска;

4. Согласие балансодержателя недвижимого имущества;

5. Письменные доказательства безопасности конструкции: расчет на прочность и ветровую нагрузку, выполненный организацией, имеющей лицензию.

Из анализа приведенных положений конкурсной документации следует, что только в случае предоставления всего пакета документов в установленных форме и комплектности податель заявки имеет право на победу в конкурсе.

Таким образом, в заявке учреждением для претендентов на участие в конкурсе установлены требования, не предусмотренные Правилами распространения наружной рекламы, что может потребовать от них безосновательных дополнительных временных и финансовых затрат, следовательно, указанное сокращает срок подготовки заявки на участие в конкурсе, что ставит в неравное положение субъектов, осуществляющих деятельность в городе Новосибирске и за его пределами, что, в свою очередь, может привести к ограничению конкуренции.

Доводы апелланта о том, что МКУ г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» не устанавливало для претендентов на участие в конкурсе требований, не предусмотренных Правилами распространения наружной рекламы, не принимается судом апелляционной инстанции в силу следующего.

Приложением № 2 к Правилам распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, утверждённым Решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372, является Положение о порядке организации и проведения конкурса на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящего в муниципальной собственности города Новосибирска (далее - Положение).

Согласно пункту 1.1 данное Положение регламентирует порядок организации и проведение конкурса на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с использованием имущества, находящегося в муниципальной собственности города Новосибирска.

Конкурс проводится, в том числе в целях оптимизации установки рекламных конструкций, повышения уровня дизайнерских и конструкторских решений степени надежности рекламных конструкций (пункт 1.2 раздела 1 Положения).

Организатор конкурса формирует перечень рекламных мест, разрабатывает и представляет на утверждение комиссии документацию по рекламным местам, выставляемых на конкурс (пункт 2.2 раздела 2 Положения).

В силу пункта 4.2 раздела 4 Положения извещение о проведении конкурса должно содержать следующие сведения: - форму торгов; - дату, время, место проведения конкурса; - предмет конкурса (лоты) с указанием номеров и указанием местонахождения каждого рекламного места.

В пункте 5 Положения указан перечень документов представляемых с заявкой на участие в конкурсе по форме, утвержденной организатором конкурса.

Таким образом, из изложенного не усматривается, что с заявкой, поданной по форме,

указанной в пункте а) Положения, должны быть приложены какие-либо дополнительные документы, так как перечень представляемых с заявкой документов строго ограничен пунктами б-з) раздела 5 Положения.

Ссылки апелланта на то, что подача заявки на участие в конкурсе без документов, предусмотренных в пункте 1-5 заявки, не позволяет определить место размещения объекта не принимается судом апелляционной инстанции, так как исходя из содержания положений Приложения № 2 к Правилам распространения наружной рекламы организация конкурса должна быть произведена применительно к предмету конкурса, который должен быть конкретизирован заказчиком, то есть заказчиком до объявления конкурса должен быть сформирован четкий перечень рекламных мест, выставляемых на конкурс, указано местоположение каждого рекламного места, также должно быть указано, какая конкурсная документация должна быть разработана по конкретным рекламным местам, чтобы ненадлежащая разработка обязательных сведений конкурсной документации не повлекла в дальнейшем отказа в согласовании рекламных мест уполномоченными на это органами. Иное свидетельствовало бы о нарушении целей проведения конкурса, направленных на улучшение благоустройства города, оптимизацию установки рекламных конструкции и создание при этом равных условий хозяйствующим субъектам.

Таким образом, суд первой инстанции пришел к правильному выводу о соответствии в данной части оспариваемого решения УФАС по Новосибирской области требованиям действующего законодательства, поскольку условия конкурсной документации возлагают на претендентов дополнительные обязанности по предоставлению документов, не предусмотренных Правилами распространения наружной рекламы.

Как следует из материалов дела, определение победителя в конкурсе на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется на основании критериев, указанных в конкурсной документации.

Согласно конкурсной документации, оценка и сопоставление конкурсных предложений осуществляется комиссией по проведению конкурса в целях выявления лучших условий в соответствии с критериями, установленными конкурсной документацией. Совокупная значимость таких критериев должна составлять сто процентов.

Определение победителя конкурса осуществляется на основании следующих критериев: а) максимальное предложение по цене предмета конкурса; б) наилучшие предложения по благоустройству территории; в) наилучшие предложения по праздничному оформлению (пункт 4.1 конкурсной документации).

В пункте 4.2 конкурсной документации указано, каким образом распределяется значимость критериев:

- максимальное предложение по цене, (предложение по размеру базового тарифа одного квадратного метра рекламной площади) - 40%;

- наилучшее предложение по благоустройству территории (площадь благоустройства и озеленения территории, прилегающей к рекламной конструкции, в частности площадь асфальтирования территории, мощение тротуарной плиткой; посадка зона, деревьев; оборудование урнами, скамейками, вазонами; периодичность проведения орки территории, прилегающей к рекламной конструкции; периодичность очищения конструктивных элементов рекламной конструкции от загрязнений) - 30 %;

- наилучшее предложение по праздничному оформлению (размещение на рекламной конструкции социальной рекламы к праздничным мероприятиям; участие в праздничном оформлении города) - 30 %.

В пункте 4.3 конкурсной документации указано, что минимальные требования по каждому из критериев определяются в соответствии с требованиями действующего законодательства, муниципальных правовых актов. Лучшее предложение по каждому условию получает максимальное количество баллов (процентов), каждое следующее по нисходящей на 5 баллов (процентов) меньше, но не менее 15 баллов (процентов) для условия «цена», 10 баллов (процентов) для условий «благоустройство территории» и «праздничное

оформление». Участник конкурса, набравший максимальное количество баллов признается победителем конкурса.

Однако, как правомерно указал суд первой инстанции, организатор конкурса, закрепив указанные критерии, не раскрыл их значение, не определил само содержание критериев и показателей по ним.

Так, в приведенных апеллянтом пунктах Положения не указано конкретное содержание критериев оценки (наилучших условий) и порядка (механизма) их сопоставления как применительно к условиям указанным в скобках, так и к иным условиям конкурсной документации. Отражение в пункте 4.3 конкурсной документации того обстоятельства, что минимальные требования по каждому из критериев определяются в соответствии с требованиями действующего законодательства, также не вносит ясности в процесс определения «наилучших условий» и механизма их сопоставления, носит общий характер, порядок его реализации не понятен.

Довод апелланта о том, что критерии оценки заявки на участие в конкурсе и сопоставления заявок регламентированы разделом 4 конкурсной документации и пунктом 8.1 Положения, отклоняется судом апелляционной инстанции, поскольку в конкурсной документации установлено распределение значимости критериев оценки, однако содержание критериев оценки и порядок их сопоставления в документации никаким образом не определен.

Таким образом, выводы, изложенные в оспариваемом решении УФАС по Новосибирской области, и в данной части не противоречат требованиям Федерального закона № 135-ФЗ, согласуются с положениями Правил распространения наружной рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 65 АПК РФ каждое лицо, участвующее в деле, должно доказать обстоятельства, на которые оно ссылается как на основание своих требований и возражений. Обязанность доказывания соответствия оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятия оспариваемого акта и обстоятельств, послуживших основанием для его принятия, возлагается на орган или лицо, которые приняли соответствующий акт (часть 5 статьи 200 АПК РФ).

Вместе с тем заявитель в силу положений статьи 65 АПК РФ обязан доказать те обстоятельства, на которые ссылается в обоснование своих доводов.

С учетом вышеуказанных положений процессуального и материального права, проанализировав доводы апелляционной жалобы и отзывов на нее по отдельности, оценив все имеющиеся доказательства по делу в их совокупности и взаимосвязи согласно требованиям статей 65, 71 АПК РФ, суд апелляционной инстанции приходит к выводу о том, что из представленных заявителем доказательств и иных материалов дела не усматривается несоответствия оспариваемого решения управлением положениям Федеральных законов №№ 135-ФЗ, 38-ФЗ, нарушений прав и законных интересов заявителя не установлено. Заявителем иных доказательств, подтверждающих изложенные в заявлении и апелляционной жалобе доводы, в арбитражный суд не представлено.

В силу статьи 23 Федерального закона № 135-ФЗ антимонопольный орган и его территориальные органы возбуждают и рассматривают дела о нарушениях антимонопольного законодательства и выдают хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания.

В соответствии с частью 1 статьи 50 Федерального закона № 135-ФЗ по результатам рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства на основании решения по делу комиссия выдает предписание ответчику по делу.

Поскольку предписание от 20.05.2013 № 29 выдано УФАС по Новосибирской области на основании решения, законность которого подтверждена антимонопольным органом в ходе рассмотрения дела, обжалуемое предписание по делу о нарушении антимонопольного законодательства является законным и выданным в соответствии с предоставленными

управлению полномочиями. Самостоятельных доводов применительно к содержанию и порядку выдачи предписания в заявлении и в апелляционной жалобе заявителем не приведено.

В соответствии с частью 3 статьи 201 АПК РФ 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.

С учетом изложенного, принимая во внимание, что фактические обстоятельства, имеющие существенное значение для разрешения спора по существу, установлены судом на основании полного и всестороннего исследования имеющихся в деле доказательств, выводы суда первой инстанции о законности оспариваемых решения и предписания и об отсутствии нарушений в данном случае прав и законных интересов заявителя являются обоснованными.

В целом доводы апелляционной жалобы не опровергают выводы суда, положенные в основу принятого решения, и не могут служить основанием для отмены или изменения обжалуемого судебного акта.

Таким образом, принятое арбитражным судом первой инстанции решение является законным и обоснованным, судом полно и всесторонне исследованы имеющиеся в материалах дела доказательства, им дана правильная оценка, нарушений норм материального и процессуального права не допущено, оснований для отмены решения суда первой инстанции, установленных статьей 270 АПК РФ, а равно принятия доводов апелляционной жалобы у суда апелляционной инстанции не имеется.

Согласно статье 110 АПК РФ расходы по уплате государственной пошлины в связи с отсутствием оснований для удовлетворения апелляционной жалобы относятся на ее подателя.

Руководствуясь статьями 258, 268, пунктом 1 статьи 269, статьей 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, апелляционный суд

П О С Т А Н О В И Л :

Решение Арбитражного суда Новосибирской области от 22 августа 2013 г. делу № А45-8888/2013 оставить без изменения, апелляционную жалобу муниципального казенного учреждения г. Новосибирска «Городской центр наружной рекламы» - без удовлетворения.

Постановление вступает в законную силу со дня его принятия.

Постановление может быть обжаловано в кассационном порядке в Федеральный арбитражный суд Западно-Сибирского округа.

Председательствующий

О.А. Скачкова

Судьи

И.И. Бородулина

М.Х. Музыкантова