

АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА ПЕРМИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
от 6 ноября 2013 г. N 959

**ОБ УТВЕРЖДЕНИИ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОНКУРСНЫХ УСЛОВИЙ
ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КОНКУРСОВ ПО ПРОДАЖЕ ПРАВА НА ЗАКЛЮЧЕНИЕ
ДОГОВОРА НА УСТАНОВКУ И ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ
НА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКАХ, ЗДАНИЯХ ЛИБО ИНОМ НЕДВИЖИМОМ
ИМУЩЕСТВЕ, НАХОДЯЩЕМСЯ В МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ,
ЛИБО НА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКАХ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ
НА КОТОРЫЕ НЕ РАЗГРАНИЧЕНА**

В соответствии с [решением](#) Пермской городской Думы от 27 января 2009 г. N 11 "Об утверждении Положения о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми", в целях актуализации нормативной правовой базы администрации города Перми администрация города Перми постановляет:

1. Утвердить прилагаемую [Методику](#) оценки конкурсных условий при проведении конкурсов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена.
2. Настоящее Постановление вступает в силу с даты официального опубликования.
3. Управлению по общим вопросам администрации города Перми обеспечить опубликование постановления в печатном средстве массовой информации "Официальный бюллетень органов местного самоуправления муниципального образования город Пермь".
4. Контроль за исполнением постановления возложить на заместителя главы администрации города Перми Агеева В.Г.

Глава администрации города Перми
А.Ю.МАХОВИКОВ

УТВЕРЖДЕНА
Постановлением
администрации города Перми

МЕТОДИКА
ОЦЕНКИ КОНКУРСНЫХ УСЛОВИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КОНКУРСОВ
ПО ПРОДАЖЕ ПРАВА НА ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА НА УСТАНОВКУ
И ЭКСПЛУАТАЦИЮ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ НА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКАХ,
ЗДАНИЯХ ЛИБО ИНОМ НЕДВИЖИМОМ ИМУЩЕСТВЕ, НАХОДЯЩЕМСЯ
В МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, ЛИБО НА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКАХ,
ГОСУДАРСТВЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ НА КОТОРЫЕ НЕ РАЗГРАНИЧЕНА

I. Общие положения

Настоящая Методика оценки конкурсных условий при проведении конкурсов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (далее - Методика), разработана в соответствии с [Положением](#) о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Перми, утвержденным решением Пермской городской Думы от 27 января 2009 г. N 11 (далее - Положение о рекламе), и определяет особенности оценки конкурсных условий при проведении конкурсов по продаже права на заключение договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях либо ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, либо на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена (далее - Договор).

II. Основные понятия

В настоящей Методике используются следующие основные понятия:

2.1. конкурсные критерии - конкурсные условия, используемые для определения победителя конкурса, к которым относятся:

2.1.1. годовой размер платы по Договору (далее - [критерий K1](#));

2.1.2. наличие и размер обеспечительного платежа по Договору (далее - [критерий K2](#)) или наличие и размер авансового платежа (далее - [критерий K3](#));

2.1.3. техническое исполнение, оснащение рекламной конструкции (далее - [критерий K4](#)) - работы по изготовлению, установке и оборудованию рекламной конструкции, в том числе устройствами автоматической смены рекламных изображений, энергосберегающими технологиями подсветки, дополнительным оснащением, подключение рекламной конструкции к источнику электроэнергии;

2.1.3.1. закрытый способ подключения рекламной конструкции к источнику электроэнергии - способ подключения рекламной конструкции к источнику электроэнергии, при котором кабели, соединяющие источник электроэнергии и электроустановки рекламной конструкции, скрыты (под землей, покрытием тротуара и так далее);

2.1.3.2. техническая документация по исполнению рекламной конструкции - графические и текстовые материалы (чертежи), содержащие общие сведения о соблюдении требований, установленных в [пункте 2.1.10](#) Положения о рекламе, в отношении конструктивных и декоративных элементов рекламной конструкции, в том числе в отношении дополнительного оснащения (если таковое указано участником конкурса в конкурсных предложениях), расчетов нагрузок, мероприятий по обеспечению безопасности эксплуатации рекламной конструкции, представляемые участником конкурса в составе конкурсных предложений;

2.1.3.3. техническая документация по установке рекламной конструкции - текстовые и графические материалы, содержащие общие сведения о соблюдении требований, установленных в [пункте 2.1.10](#) Положения о рекламе, в отношении методов и способов производства работ по установке рекламной конструкции и дополнительного оснащения (если таковое указано участником конкурса в конкурсных предложениях), мероприятий по обеспечению безопасности при установке рекламной конструкции, по производству земляных, бетонных, монтажных и (или) иных работ по установке рекламной конструкции, представляемые участником конкурса в составе конкурсных предложений;

2.1.3.4. дополнительное оснащение - элементы, устанавливаемые вместе с рекламной конструкцией на прилегающей территории и (или) присоединяемые к рекламной конструкции дополнительно к ее конструктивным и декоративным элементам, предусмотренным проектом рекламной конструкции и ее территориального размещения или комплексным проектом территориального размещения рекламных конструкций (далее - проекты). К дополнительному оснащению, в частности, относятся малые архитектурные формы, уличная мебель, урны, вазоны, присоединяемые к рекламной конструкции электронные экраны для размещения городской информации, часы, устройства измерения температуры атмосферного воздуха, давления, влажности, декоративные элементы, не предусмотренные проектами;

2.1.4. благоустройство прилегающей территории (далее - **критерий K5**) - выполненные сверх требований, установленных **Правилами** благоустройства и содержания территории в городе Перми, утвержденными решением Пермской городской Думы от 29 января 2008 г. N 4, работы по восстановлению покрытия (в том числе газона, покрытия тротуара) в месте установки рекламной конструкции, покраска рекламной конструкции, ее очистка от объявлений, иных посторонних элементов (в том числе граффити), загрязнений, уборка мусора, снега, наледи, грязи, опавшей листвы, кошение травы;

2.1.4.1. прилегающая территория - территория, центром которой является место нахождения опоры рекламной конструкции, размер которой составляет в отношении рекламных конструкций:

малого формата - 2 кв. м;

среднего формата - 4 кв. м;

крупного формата - 6 кв. м;

особо крупного формата - 10 кв. м.

Благоустройство прилегающей территории осуществляется владельцами рекламных конструкций в соответствии с конкурсными предложениями, включенными в Договор, действующим законодательством Российской Федерации и правовыми актами города Перми, регулирующими отношения в сфере благоустройства и содержания территории, обращения с отходами производства и потребления;

2.1.4.2. дополнительные работы по благоустройству прилегающей территории - работы по благоустройству прилегающей территории, указанные участником конкурса в конкурсных предложениях в качестве выполняемых сверх работ, указанных в **пункте 2.1.4** настоящей Методики. Дополнительные работы выполняются в пределах прилегающей территории;

2.1.5. техническое и эстетическое обслуживание рекламной конструкции (далее - **критерий K6**) - работы по устранению повреждений рекламной конструкции (в том числе ремонт, замена поврежденных, изношенных конструктивных и декоративных элементов, дополнительного оснащения, если таковое указано участником конкурса в конкурсных предложениях), демонтаж поврежденных изображений (материалов);

2.1.5.1. дополнительные работы по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции - работы по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции, указанные участником конкурса в конкурсных предложениях в качестве выполняемых сверх работ, указанных в **пункте 2.1.5** настоящей Методики;

2.1.6. изготовление и размещение социальной рекламы (далее - **критерий K7**);

2.1.7. праздничное оформление города Перми (далее - **критерий K8**);

2.1.8. предложения по использованию информационных полей рекламной конструкции на период, когда на них не распространяются рекламные изображения (далее - **критерий K9**);

2.1.9. предложения в отношении рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на остановочных пунктах движения общественного транспорта, объектах благоустройства, уличной мебели (далее - **критерий K10**);

2.2. конкурсные предложения - предложения участников конкурса по конкурсным критериям, представленные по форме, предусмотренной конкурсной документацией;

2.3. заявка - заявка на участие в конкурсе, составленная по установленной форме;

2.4. иные используемые в настоящей Методике понятия применяются в значении, используемом в действующем законодательстве Российской Федерации, **Положении** о рекламе и иных правовых актах города Перми.

III. Основные требования к оценке конкурсных критериев

3.1. **Критерии K1-K9** применяются в отношении отдельно стоящих рекламных конструкций, устанавливаемых на территории центрального планировочного района города Перми, границы которого определены в соответствии с Генеральным **планом** города Перми, утвержденным решением Пермской городской Думы от 17 декабря 2010 г. N 205, зон действия ограничений по условиям охраны объектов культурного наследия, определенных в соответствии со **статьей 50.1** Правил землепользования и застройки города Перми, утвержденных решением Пермской городской Думы от 26 июня 2007 г. N 143, парков, садов и скверов, улиц особого

градостроительного значения - магистралей городского значения, указанных в [приложении 2](#) к Положению о рекламе. [Критерии K1-K3, K10](#) применяются в отношении рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на остановочных пунктах движения общественного транспорта, объектах благоустройства, уличной мебели.

3.2. Конкурсные предложения по [критериям K1-K3](#) должны быть представлены по каждому месту размещения рекламных конструкций, входящему в лот, и должны содержать общие суммы по каждому из указанных конкурсных критериев.

Общие суммы по [критериям K1-K3](#) объявляются при вскрытии конвертов с конкурсными предложениями и заносятся в протокол вскрытия конвертов с конкурсными предложениями, при оценке конкурсных предложений заносятся в оценочную [таблицу](#), составляемую по форме согласно приложению к настоящей Методике.

3.3. Минимальный размер [критерия K2](#) или [критерия K3](#) должен быть равен предложенному участником конкурса годовому размеру платы по Договорам по местам размещения рекламных конструкций, входящим в лот.

Максимальный размер [критерия K2](#) или [критерия K3](#) не может превышать предложенный участником конкурса годовой размер платы по Договорам по местам размещения рекламных конструкций, входящим в лот, умноженный на количество лет срока действия Договора.

3.4. Участник конкурса самостоятельно определяет необходимость представления в составе заявки конкурсных предложений по [критериям K4-K10](#).

3.5. Если участником конкурса не представлены конкурсные предложения по [критериям K4-K10](#) (в том числе по отдельным показателям, входящим в состав [критериев K4-K8, K10](#)), либо конкурсные предложения по данным конкурсным критериям (показателям) не соответствуют [пунктам 4.5, 4.8, 4.9.1-4.9.3, 4.11.1, 4.11.2, 4.11.4, 4.13.1, 4.13.3, 4.13.4, 4.16.2-4.16.5](#) настоящей Методики, значения по соответствующим конкурсным критериям (показателям) составляют 0 баллов, что отражается в оценочной таблице.

3.6. Конкурсные предложения оцениваются по каждому конкурсному критерию (показателю) отдельно. Полученные при оценке конкурсных критериев значения суммируются по каждой заявке (далее - итоговое значение заявки).

Каждой заявке присваивается номер в соответствии с ее итоговым значением. Первый номер присваивается заявке, получившей максимальное количество баллов. При совпадении итогового значения по нескольким заявкам меньший номер присваивается заявке, зарегистрированной организатором конкурса ранее других заявок.

3.7. Расчет значений конкурсных предложений и итогового значения по заявкам отражается в оценочной таблице.

3.8. Победителем конкурса признается участник, заявке которого присвоен первый номер. Конкурсные предложения данного участника признаются лучшими.

IV. Расчет значений конкурсных критериев

4.1. Максимальное значение по [критериям K1-K3](#) присваивается заявкам, содержащим наибольшие предложения по указанным конкурсным критериям. Для остальных заявок значения по [критериям K1-K3](#) рассчитываются по следующей формуле:

$$КБ(K1, K2, K3) = M3 \times (Pj / Pmax), \text{ где}$$

КБ(K1, K2, K3) - значение по [критериям K1-K3](#) для j-й заявки;

M3 - максимальное значение [критериев K1-K3](#), которое составляет в отношении [критерия K1](#) - 25 баллов, [критерия K2](#) - 5 баллов, [критерия K3](#) - 3 балла;

Pj - конкурсное предложение по [критериям K1-K3](#) по j-й заявке;

Pmax - максимальные предложенные цена лота (по [критерию K1](#)), размер обеспечительного или авансового платежа (по [критериям K2, K3](#)).

4.2. [Критерий K4](#) состоит из 6 показателей:

4.2.1. способ демонстрации рекламы (далее - [Показатель 4.1](#)), максимальное значение - 5 баллов;

4.2.2. способ подключения рекламной конструкции к источнику электроэнергии (далее - [Показатель 4.2](#)), максимальное значение - 5 баллов;

4.2.3. проведение земляных работ для установки рекламной конструкции (далее - [Показатель 4.3](#)), максимальное значение - 10 баллов;

4.2.4. наличие технической документации по исполнению рекламной конструкции (далее - [Показатель 4.4](#)), по установке рекламной конструкции (далее - [Показатель 4.5](#)), максимальное значение - по 5 баллов;

4.2.5. предложения по дополнительному оснащению рекламной конструкции (далее - [Показатель 4.6](#)), максимальное значение - 5 баллов.

4.3. [Показатели 4.1-4.3, 4.6](#) применяются в отношении щитов, стендов и иных технических средств стабильного территориального размещения, указанных в [абзацах седьмом, восьмом, десятом, одиннадцатом, двенадцатом пункта 2.1.1](#) Положения о рекламе, [показатели 4.3-4.6](#) применяются в отношении перетяжек, электронных табло и иных технических средств стабильного территориального размещения, указанных в [абзацах четвертом, шестом, девятом, тринадцатом, четырнадцатом пункта 2.1.1](#) Положения о рекламе.

4.4. Значение критерия К4 по j-й заявке определяется как сумма значений:

[Показателей 4.1-4.3, 4.6](#) (максимальное значение - 25 баллов) - в отношении щитов, стендов и иных технических средств стабильного территориального размещения, указанных в [абзацах седьмом, восьмом, десятом, одиннадцатом, двенадцатом пункта 2.1.1](#) Положения о рекламе;

[Показателей 4.3-4.6](#) (максимальное значение - 25 баллов) - в отношении остальных рекламных конструкций, кроме монтируемых и располагаемых на остановочных пунктах движения общественного транспорта, объектах благоустройства, уличной мебели.

4.5. При оценке [Показателя 4.1](#) рассматриваются предложения участников конкурса по оснащению рекламной конструкции устройствами автоматической смены рекламных изображений, энергосберегающими технологиями подсветки.

При оценке [Показателя 4.2](#) рассматриваются предложения участников конкурса по способу подключения рекламной конструкции к источнику электроэнергии. Максимальное количество баллов присваивается предложениям по устройству закрытого способа подключения рекламной конструкции к источнику электроэнергии.

При оценке [Показателя 4.3](#) рассматриваются предложения участников конкурса о проведении земляных работ для установки рекламной конструкции. Максимальное количество баллов присваивается предложениям, содержащим указание на отсутствие необходимости проведения земляных работ для установки рекламных конструкций. К конкурсному предложению должно прилагаться обоснование отсутствия необходимости проведения земляных работ для установки рекламных конструкций (применительно к каждому указанному участником конкурса месту размещения рекламных конструкций, входящему в лот).

В конкурсном предложении по [Показателям 4.1-4.3](#) должны быть указаны виды рекламных конструкций и места их размещения, входящие в лот, в отношении которых:

предлагается оснащение устройствами автоматической смены рекламных изображений (применительно к [Показателю 4.1](#));

подключение к источнику электроэнергии предлагается осуществить закрытым способом (применительно к [Показателю 4.2](#));

заявлено отсутствие необходимости проведения земляных работ для установки рекламных конструкций (применительно к [Показателю 4.3](#)).

Количество рекламных конструкций, в отношении которых представлены конкурсные предложения по [Показателям 4.1-4.3](#), не должно превышать количества мест размещения рекламных конструкций, входящих в лот.

4.6. [Показатели 4.1-4.3](#) рассчитываются по формуле:

$$КБ(п4.1 - п4.3) = МЗ / (КМЛ / КП), \text{ где}$$

КБ(п4.1 - п4.3) - значение [Показателей 4.1-4.3](#);

МЗ - максимальное значение [Показателей 4.1-4.3](#), определенное в соответствии с [пунктами 4.2.1-4.2.3](#) настоящей Методики;

КМЛ - количество мест размещения рекламных конструкций, входящих в лот;

КП - переменная, выраженная:

для **Показателя 4.1** - в количестве рекламных конструкций, которые предложено оснастить устройствами автоматической смены рекламных изображений по j-й заявке;

для **Показателя 4.2** - в количестве рекламных конструкций, подключение которых к источнику электроэнергии предложено осуществить закрытым способом по j-й заявке;

для **Показателя 4.3** - в количестве рекламных конструкций, в отношении которых заявлено отсутствие необходимости проведения земляных работ для их установки по j-й заявке.

4.7. **Показатели 4.4, 4.5** оцениваются каждым членом комиссии по проведению торгов по продаже права на заключение Договора (далее - комиссия) на предмет соответствия технической документации, указанной в **пунктах 2.1.3.2, 2.1.3.3** настоящей Методики, требованиям **пунктов 2.1.3.2, 2.1.3.3** настоящей Методики, от 0 до 5 баллов. Полученные баллы суммируются и исчисляются среднеарифметические значения **Показателей 4.4, 4.5**. Баллы, присвоенные членами комиссии, и их среднеарифметические значения заносятся в оценочную таблицу.

4.8. Конкурсное предложение по **Показателю 4.6** должно содержать описание перечня предлагаемого дополнительного оснащения (состав, количество и характеристики), виды рекламных конструкций, предлагаемых к дополнительному оснащению, и места их размещения, входящие в лот, эскизные проекты рекламных конструкций с учетом предлагаемого дополнительного оснащения, фотомонтажи, подготовленные с учетом внешнего архитектурного облика, в том числе содержащие несколько видовых точек.

Показатель 4.6 оценивается каждым членом комиссии от 0 до 5 баллов. Полученные баллы суммируются и исчисляется среднеарифметическое значение **Показателя 4.6**. Баллы, присвоенные членами комиссии, и их среднеарифметическое значение заносятся в оценочную таблицу.

При оценке **Показателя 4.6** комиссией рассматриваются количество, виды рекламных конструкций, предлагаемых к дополнительному оснащению, и места их размещения, входящие в лот, состав, количество и характеристики предлагаемого дополнительного оснащения, наличие заключений, рекомендаций и (или) мнений третьих лиц (государственных органов, органов местного самоуправления, в том числе функциональных органов администрации города Перми, некоммерческих организаций, специализирующихся в сфере городской среды, дизайна и архитектуры) относительно дополнительного оснащения, приложенных к конкурсному предложению, решение по внешнему композиционному оформлению рекламных конструкций с учетом предлагаемого дополнительного оснащения и его влияния на внешний архитектурный облик, возможности использования дополнительного оснащения для решения общественных, социальных или иных городских задач.

4.9. **Критерии К5, К6** состоят из 3 показателей:

4.9.1. периодичность выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции (количество случаев выполнения работ в год) (далее - **Показатели 5.1, 6.1**), максимальные значения - по 3 балла.

Минимальная периодичность выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции составляет один раз в год, максимальная - ежемесячно (12 раз в год).

Максимальные значения по **Показателям 5.1, 6.1** присваиваются заявкам, содержащим максимальные предложения по периодичности выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции (в пределах максимальной периодичности, указанной в абзаце 3 настоящего пункта). Для остальных заявок значения **Показателей 5.1, 6.1** рассчитываются по формуле:

$$КБ(п5.1, п6.1) = 3 \times (ПЧ / ПЧ_{\max}), \text{ где}$$

КБ(п5.1, п6.1) - значения **Показателей 5.1, 6.1**;

ПЧ - периодичность выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции, предложенная в j-й заявке;

ПЧ_{max} - максимальная предложенная периодичность выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции;

4.9.2. сроки выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции (рабочие дни) (далее - [Показатели 5.2, 6.2](#)), максимальные значения - по 3 балла.

Максимальный срок выполнения работ по благоустройству прилегающей территории составляет 10 рабочих дней, минимальный срок - 1 рабочий день.

Максимальный срок выполнения работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции составляет 10 рабочих дней, минимальный срок - 3 рабочих дня.

Максимальные значения по [Показателям 5.2, 6.2](#) присваиваются заявкам, содержащим наименьшие сроки выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции (в пределах сроков, указанных в [абзацах втором, третьем](#) настоящего пункта). Для остальных заявок значения [Показателей 5.2, 6.2](#) рассчитываются по формуле:

$$КБ(п5.2, п6.2) = 3 / (ПС / ПСmin), \text{ где}$$

КБ(п5.2, п6.2) - значения [Показателей 5.2, 6.2](#);

ПС - сроки выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции, предложенные в j-й заявке;

ПСmin - минимальный предложенный срок выполнения работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции;

4.9.3. предложения по объему и составу работ по благоустройству прилегающей территории, техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции (далее - [Показатели 5.3, 6.3](#) соответственно), максимальные значения - по 5 баллов.

Конкурсное предложение по [Показателю 5.3](#) должно содержать перечни и описание способов выполнения работ, указанных в [пункте 2.1.4](#) настоящей Методики, и дополнительных работ (в случае если таковые предложены участником конкурса), перечни используемых для выполнения указанных работ материалов (с указанием их характеристик). Конкурсное предложение по [Показателю 6.3](#) должно содержать перечень работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции, в том числе дополнительных, описание способов, условий и (или) технологий их выполнения (в том числе с приложением графических материалов).

Дополнительные работы выполняются в соответствии с периодичностью и в сроки, указанные соответствующим участником конкурса в конкурсных предложениях по [Показателям 5.1, 5.2](#) и [6.1, 6.2](#).

[Показатели 5.3, 6.3](#) оцениваются каждым членом комиссии от 0 до 5 баллов. Полученные баллы суммируются и исчисляются среднеарифметические значения [Показателей 5.3, 6.3](#). Баллы, присвоенные членами комиссии, и их среднеарифметические значения заносятся в оценочную таблицу.

При оценке [Показателя 5.3](#) комиссией рассматриваются предложенные участником конкурса перечни и описание способов выполнения работ, указанных в [пункте 2.1.4](#) настоящей Методики, и дополнительных работ (в случае если таковые предложены участником конкурса), перечни используемых для выполнения указанных работ материалов (с указанием их характеристик), при оценке [Показателя 6.3](#) - предложенный участником конкурса перечень дополнительных работ, способы, условия и технологии их выполнения. При оценке [Показателей 5.3, 6.3](#) учитывается наличие заключений, рекомендаций и (или) мнений третьих лиц (государственных органов, органов местного самоуправления, в том числе функциональных органов администрации города Перми, некоммерческих организаций, специализирующихся в сфере благоустройства, городской среды, архитектуры) относительно представленного конкурсного предложения по указанным показателям, приложенных к конкурсному предложению.

4.10. Значение [критериев К5, К6](#) по j-й заявке определяется как сумма значений [Показателей 5.1-5.3](#) и [Показателей 6.1-6.3](#) соответственно по данной заявке.

4.11. [Критерий К7](#) состоит из 4 показателей:

4.11.1. объем изготовления и размещения социальной рекламы в год, выраженный в

процентах от годового объема распространяемой рекламы (далее - [Показатель 7.1](#)), максимальное значение - 3 балла.

Минимальный объем размещения социальной рекламы определяется в соответствии с Федеральным [законом](#) от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе". Максимальный объем размещения социальной рекламы составляет 10% от годового объема распространяемой рекламы.

Максимальное значение по [Показателю 7.1](#) присваивается заявке, содержащей предложение с наибольшим объемом изготовления и размещения социальной рекламы (в пределах максимального объема размещения социальной рекламы, указанного в [абзаце втором](#) настоящего пункта). Для остальных заявок значение по [Показателю 7.1](#) рассчитывается по формуле:

$$КБ(п7.1) = 3 \times (ПСП / ПСП_{\max}), \text{ где}$$

КБ(п7.1) - значение [Показателя 7.1](#);

ПСП - объем изготовления и размещения социальной рекламы, предложенный в j-й заявке;

ПСП_{max} - максимальный предложенный объем изготовления и размещения социальной рекламы;

4.11.2. периодичность и сроки распространения социальной рекламы (количество календарных месяцев в год) (далее - [Показатель 7.2](#)), максимальное значение - 3 балла.

Минимальные периодичность и сроки распространения социальной рекламы - одновременно 1 календарный месяц в год, максимальные - 4 календарных месяца в год (одновременно по 1 календарному месяцу в квартал).

Максимальное значение по [Показателю 7.2](#) присваивается заявке, содержащей максимальное предложение по периодичности и срокам распространения социальной рекламы (в пределах максимальной периодичности и сроков, указанных в [абзаце втором](#) настоящего пункта). Для остальных заявок значение [Показателя 7.2](#) рассчитывается по формуле:

$$КБ(п7.2) = 3 \times (ППСП / ПСП_{\max}), \text{ где}$$

КБ(п7.2) - значение [Показателя 7.2](#);

ППСП - периодичность и сроки распространения социальной рекламы, предложенная в j-й заявке (количество календарных месяцев в год);

ПСП_{max} - максимальная предложенная периодичность и сроки распространения социальной рекламы;

4.11.3. территория распространения социальной рекламы (далее - [Показатель 7.3](#)), максимальное значение - 3 балла.

[Показатель 7.3](#) рассчитывается по формуле:

$$КБ(п7.3) = 3 / (КУЛ / КУЗ), \text{ где}$$

КБ(п7.3) - значение [Показателя 7.3](#);

КУЛ - количество улиц, на которых расположены места размещения рекламных конструкций, входящие в лот;

КУЗ - количество улиц, на которых расположены места размещения рекламных конструкций, входящие в лот, на территории которых предлагается распространение социальной рекламы по j-й заявке;

4.11.4. предложения по оформлению социальной рекламы (далее - [Показатель 7.4](#)), максимальное значение [Показателя 7.4](#) - 5 баллов.

Конкурсное предложение по [Показателю 7.4](#) должно содержать перечень предлагаемых тематик социальной рекламы с обоснованием их актуальности, эскизные проекты социальной рекламы, фотомонтажи.

[Показатель 7.4](#) оценивается каждым членом комиссии от 0 до 5 баллов. Полученные баллы суммируются, и исчисляется среднеарифметическое значение [Показателя 7.4](#). Баллы,

присвоенные членами комиссии, и их среднеарифметическое значение заносятся в оценочную таблицу.

При оценке **Показателя 7.4** комиссией оценивается количество предлагаемых тематик социальной рекламы, их актуальность, разнообразие эскизных проектов, наличие заключений, рекомендаций и (или) мнений третьих лиц (государственных органов, органов местного самоуправления, в том числе функциональных органов администрации города Перми, социально ориентированных некоммерческих организаций) относительно представленного конкурсного предложения по указанному показателю, приложенных к конкурсному предложению.

4.12. Значение **критерия К7** по j-й заявке определяется как сумма значений **Показателей 7.1-7.4** по данной заявке.

4.13. **Критерий К8** состоит из 4 показателей:

4.13.1. количество праздников, на тему которых изготавливаются и размещаются материалы с праздничным оформлением города Перми (далее - праздничные материалы) (далее - **Показатель 8.1**), максимальное значение - 3 балла.

Размещение праздничных материалов осуществляется применительно к следующим праздникам:

Новогодние каникулы и Рождество Христово;

День защитника Отечества;

Международный женский день;

Праздник Весны и Труда;

День Победы;

День города и День России;

День народного единства.

Максимальное значение по **Показателю 8.1** присваивается заявке, содержащей предложение с наибольшим количеством праздников, на тему которых изготавливаются и размещаются праздничные материалы (в пределах перечня праздников, определенного в настоящем пункте). Для остальных заявок значение **Показателя 8.1** рассчитывается по формуле:

$$КБ(п8.1) = 3 \times (ППО / ППО_{max}), \text{ где}$$

КБ(п8.1) - значение **Показателя 8.1**;

ППО - количеством праздников, на тему которых изготавливаются и размещаются праздничные материалы, предложенное в j-й заявке;

ППО_{max} - максимальное предложенное количество праздников, на тему которых изготавливаются и размещаются праздничные материалы;

4.13.2. территория распространения праздничных материалов (далее - **Показатель 8.2**), максимальное значение - 3 балла.

Показатель 8.2 рассчитывается по формуле:

$$КБ(п8.2) = 3 / (КУЛ / КУЗ), \text{ где}$$

КБ(п8.2) - значение **Показателя 8.2**;

КУЛ - количество улиц, на которых расположены места размещения рекламных конструкций, входящие в лот;

КУЗ - количество улиц, на которых расположены места размещения рекламных конструкций, входящие в лот, на территории которых предлагается распространение праздничных материалов по j-й заявке;

4.13.3. сроки размещения праздничных материалов (далее - **Показатель 8.3**), максимальное значение **Показателя 8.3** - 3 балла.

Праздничные материалы размещаются и распространяются не менее чем за 3 календарных дня и не более чем за 7 календарных дней до наступления праздников, указанных в **пункте 4.13.1** настоящей Методики (минимальный и максимальный сроки размещения праздничных материалов), а также в дни данных праздников.

Значение **Показателя 8.3** рассчитывается по формуле:

КБ(п8.3) = 3 x (СНРП / СНРПmax), где

КБ(п8.3) - значения [Показателя 8.3](#);

СНРП - срок размещения праздничных материалов, предложенный в j-й заявке;

СНРПmax - максимальный предложенный срок размещения праздничных материалов (в установленных пределах).

Предложенные участником конкурса сроки размещения праздничных материалов применяются в отношении всех указанных им праздников;

4.13.4. предложения по объему и составу праздничных материалов (далее - [Показатель 8.4](#)), максимальное значение - 5 баллов.

Конкурсное предложение по [Показателю 8.4](#) должно содержать перечень предлагаемых тематик праздничного оформления, эскизные проекты праздничных материалов, фотомонтажи. Указанные предложения (и документы) должны быть представлены по каждому указанному участником конкурса празднику.

[Показатель 8.4](#) оценивается каждым членом комиссии от 0 до 5 баллов. Полученные баллы суммируются, и исчисляется среднеарифметическое значение [Показателя 8.4](#). Баллы, присвоенные членами комиссии, и их среднеарифметическое значение заносятся в оценочную таблицу.

При оценке [Показателя 8.4](#) комиссией рассматривается количество предлагаемых тематик праздничных материалов, разнообразие эскизных проектов, наличие заключений, рекомендаций и (или) мнений третьих лиц (государственных органов, органов местного самоуправления, в том числе функциональных органов администрации города Перми) относительно представленного конкурсного предложения по указанному показателю, приложенных к конкурсному предложению.

4.14. Значение [критерия К8](#) по j-й заявке определяется как сумма значений [Показателей 8.1-8.4](#) по данной заявке.

4.15. [Критерий К9](#) предполагает закрытие всех информационных полей рекламных конструкций, места размещения которых входят в лот, изображениями, содержащими собственную рекламу владельца рекламной конструкции, социальной рекламой и (или) праздничными материалами сверх объемов, определенных в соответствии с [пунктами 4.11.1, 4.13](#) настоящей Методики, в период, когда на них не распространяется реклама, социальная реклама или праздничные материалы в пределах объемов, определенных в соответствии с [пунктами 4.11.1, 4.13](#) настоящей Методики. Заявкам, соответствующим данному условию, присваивается 1 балл. Остальным заявкам присваивается 0 баллов.

4.16. [Критерий К10](#) состоит из 5 показателей:

4.16.1. наличие согласованной проектной документации, указанной в [пункте 2.1.11](#) Положения о рекламе (далее - [Показатель 10.1](#)), максимальное значение - 5 баллов.

[Показатель 10.1](#) оценивается каждым членом комиссии исходя из наличия согласований проектной документации, указанной в [абзаце первом](#) настоящего пункта, от 0 до 5 баллов. Полученные баллы суммируются, и исчисляется среднеарифметическое значение [Показателя 10.1](#). Баллы, присвоенные членами комиссии, и их среднеарифметическое значение заносятся в оценочную таблицу;

4.16.2. сроки изготовления и установки остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели (далее - [Показатель 10.2](#)), максимальное значение - 5 баллов.

Максимальный срок составляет 1 год, минимальный срок - 10 рабочих дней со дня выдачи разрешения на установку и эксплуатацию соответствующей рекламной конструкции.

Максимальные значения по [Показателю 10.2](#) присваиваются заявкам, содержащим наименьшие сроки выполнения работ по изготовлению и установке остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели (в пределах сроков, указанных в [абзаце втором](#) настоящего пункта). Для остальных заявок значения по [Показателю 10.2](#) рассчитываются по формуле:

$KCU(n10.2) = 5 / (PC / PCmin)$, где

$KCU(n10.2)$ - значения [Показателя 10.2](#);

PC - сроки выполнения работ по изготовлению и установке остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели, предложенные в j-й заявке;

PCmin - минимальный предложенный срок выполнения работ по изготовлению и установке остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели;

4.16.3. объем и состав работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели (далее - [Показатель 10.3](#)), максимальное значение - 5 баллов.

Конкурсное предложение по [Показателю 10.3](#) должно содержать описание перечня предлагаемых работ и способов их выполнения.

[Показатель 10.3](#) оценивается каждым членом комиссии от 0 до 5 баллов. Полученные баллы суммируются, и исчисляется среднеарифметическое значение [Показателя 10.3](#). Баллы, присвоенные членами комиссии, и их среднеарифметическое значение заносятся в оценочную таблицу.

При оценке [Показателя 10.3](#) комиссия оценивает предложенные участником конкурса способы содержания и восстановления остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели, используемые материалы (с указанием их наименования и характеристик), способы, условия и технологии выполнения работ. Кроме того, при оценке [Показателя 10.3](#) учитывается наличие заключений, рекомендаций и (или) мнений третьих лиц (государственных органов, органов местного самоуправления, в том числе функциональных органов администрации города Перми, некоммерческих организаций, специализирующихся в сфере благоустройства, городской среды, архитектуры) относительно представленного конкурсного предложения по указанному показателю, приложенных к конкурсному предложению;

4.16.4. периодичность выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели (далее - [Показатель 10.4](#)), максимальное значение - 5 баллов.

Минимальная периодичность выполнения указанных в настоящем пункте работ - один раз в год, максимальная - ежемесячно (12 раз в год).

Максимальные значения по [Показателю 10.4](#) присваиваются заявкам, содержащим максимальные предложения по периодичности выполнения работ (в пределах максимальной периодичности, указанной в [абзаце втором](#) настоящего пункта). Для остальных заявок значения [Показателя 10.4](#) рассчитываются по формуле:

$KCP(n10.4) = 5 \times (PC / PCmax)$, где

$KCP(n10.4)$ - значения [Показателя 10.4](#);

PC - периодичность выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели, предложенная в j-й заявке;

PCmax - максимальная предложенная периодичность выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели;

4.16.5. сроки выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели (далее - [Показатель 10.5](#)), максимальное значение - 5 баллов.

Максимальный срок выполнения работ, указанных в настоящем пункте, составляет 10 рабочих дней, минимальный срок - 3 рабочих дня.

Максимальные значения по [Показателю 10.5](#) присваиваются заявкам, содержащим наименьшие сроки выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения

общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели (в пределах сроков, указанных в абзаце втором настоящего пункта). Для остальных заявок значения Показателя 10.5 рассчитываются по формуле:

$$КСР(п10.5) = 5 / (ПС / ПСmin), \text{ где}$$

КСР(п10.5) - значения Показателя 10.5;

ПС - сроки выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели, предложенные в j-й заявке;

ПСmin - минимальный предложенный срок выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели.

4.17. Значение критерия K10 по j-й заявке определяется как сумма значений Показателей 10.1-10.5 по данной заявке.

4.18. При получении дробного значения по критериям K1-K10 (показателям) соответствующее значение округляется до двух десятичных знаков после запятой по математическим правилам округления.

Приложение
к Методике
оценки конкурсных условий
при проведении конкурсов
по продаже права на заключение
договора на установку и эксплуатацию
рекламных конструкций на земельных
участках, зданиях либо ином
недвижимом имуществе, находящемся
в муниципальной собственности,
либо на земельных участках,
государственная собственность
на которые не разграничена

Оценочная таблица

1. Оценка конкурсного критерия "Годовой размер платы по Договору" (критерий K1):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	годовой размер платы по Договору	максимальное предложение, руб.	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 x гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	руб.			25		

--	--	--	--	--	--	--

2. Оценка конкурсного критерия "Наличие и размер обеспечительного платежа по Договору" (критерий К2):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	размер обеспечительного платежа по Договору	максимальное предложение, руб.	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 x гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	руб.			5		

3. Оценка конкурсного критерия "Наличие и размер авансового платежа" (критерий К3):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	размер авансового платежа	максимальное предложение, руб.	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 x гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	руб.			3		

4. Оценка конкурсного критерия "Техническое исполнение, оснащение рекламной конструкции" (критерий К4), состоящий из 6 показателей:

4.1. Оценка показателя "Способ демонстрации рекламы" (Показатель 4.1):

Наименование претендента	Количество мест установки и эксплуатации рекламных конструкций в лоте, шт.	Расчет значения конкурсных предложений			
		количество рекламных конструкций, которые предлагается оснастить устройствами автоматической смены рекламных изображений, шт.	максимальное значение Показателя 4.1, баллы	значение конкурсного предложения, баллы (5 / (гр. 2 / гр. 3))	примечание
1	2	3	4	5	6
			5		

4.2. Оценка показателя "Способ подключения рекламной конструкции к источнику электроэнергии" (Показатель 4.2):

Наименование претендента	Количество мест установки и эксплуатации рекламных конструкций в лоте, шт.	Расчет значения конкурсных предложений			
		количество рекламных конструкций, подключение которых к источнику электроэнергии предлагается осуществит закрытым способом, шт.	максимальное значение Показателя 4.2, баллы	значение конкурсного предложения, баллы (5 / (гр. 2 / гр. 3))	примечание
1	2	3	4	5	6
			5		

4.3. Оценка показателя "Проведение земляных работ для установки рекламной конструкции" (Показатель 4.3):

Наименование претендента	Количество мест установки и эксплуатации рекламных конструкций в лоте, шт.	Расчет значения конкурсных предложений			
		Количество рекламных конструкций, в отношении которых заявлено отсутствие необходимости проведения земляных работ для установки рекламной конструкции, шт.	Максимальное значение Показателя 4.3, баллы	Значение конкурсного предложения, баллы (10 / (гр. 2 / гр. 3))	Примечание
1	2	3	4	5	6
			10		

4.4. Оценка показателя "Наличие технической документации по исполнению рекламной конструкции" (Показатель 4.4):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 4.4, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
1	2	3	4	5
	5			

4.5. Оценка показателя "Наличие технической документации по установке рекламной конструкции" (Показатель 4.5):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 4.5, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
1	2	3	4	5
	5			

4.6. Оценка показателя "Предложения по дополнительному оснащению рекламной конструкции" (Показатель 4.6):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 4.6, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
1	2	3	4	5
	5			

5. Оценка конкурсного критерия Благоустройство прилегающей территории (Критерий K5), состоящего из 3 показателей:

5.1. Оценка показателя "Периодичность выполнения работ по благоустройству прилегающей территории" (Показатель 5.1):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	периодичность выполнения работ	максимальное предложение	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 x гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	количество/год			3		

5.2. Оценка показателя "Сроки выполнения работ по благоустройству прилегающей территории" (Показатель 5.2):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	сроки выполнения работ	наименьший срок выполнения работ,	максимальное значение конкурсного условия,	отношение конкурсного предложения к наименьшему сроку	значение конкурсного предложения, баллы

			рабочие дни	баллы	выполнения работ (гр. 3 / гр. 4)	(гр. 5 / гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	рабочие дни			3		

5.3. Оценка показателя "Предложения по объему и составу работ по благоустройству прилегающей территории" (Показатель 5.3):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 5.3, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
1	2	3	4	5
	5			

6. Оценка конкурсного критерия "Техническое и эстетическое обслуживание рекламной конструкции" (Критерий К6), состоящего из 3 показателей:

6.1. Оценка показателя "Периодичность выполнения работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции" (Показатель 6.1):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	периодичность выполнения работ	максимальное предложение	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 x гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	количество/год			3		

6.2. Оценка показателя "Сроки выполнения работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции" (Показатель 6.2):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	сроки выполнения работ	наименьший срок выполнения работ, рабочие дни	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к наименьшему сроку выполнения работ (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 / гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	рабочие			3		

	дни				

6.3. Оценка показателя "Предложения по объему и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции" (Показатель 6.3):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 6.3, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
1	2	3	4	5
	5			

7. Оценка конкурсного критерия "Изготовление и размещение социальной рекламы" (Критерий К7), состоящего из 4 показателей:

7.1. Оценка показателя "Объем изготовления и размещения социальной рекламы" (Показатель 7.1):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	объем изготовления и размещения социальной рекламы	максимальное предложение	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 x гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	% от годового объема распространяемой рекламы			3		

7.2. Оценка показателя "Периодичность и сроки распространения социальной рекламы" (Показатель 7.2):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	периодичность распространения социальной рекламы	максимальное предложение	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения (гр. 5 x гр. 6), баллы
1	2	3	4	5	6	7
	количество календарных месяцев/год			3		

7.3. Оценка показателя "Территория распространения социальной рекламы" (Показатель

7.3):

Наименование претендента	Количество улиц, на которых расположены места установки и эксплуатации рекламных конструкций, входящие в лот, шт.	Расчет значения конкурсных предложений			
		количество улиц, на которых предлагается распространение социальной рекламы, шт.	максимальное значение Показателя 7.3, баллы	значение конкурсного предложения (3 / (гр. 2 / гр. 3)), баллы	примечание
1	2	3	4	5	6
			3		

7.4. Оценка показателя "Предложения по оформлению социальной рекламы" (Показатель 7.4):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 7.4, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
1	2	3	4	5
	5			

8. Оценка конкурсного критерия "Праздничное оформление города Перми" (Критерий К8), состоящего из 4 показателей:

8.1. Оценка показателя "Количество праздников, на тему которых изготавливаются и размещаются материалы с праздничным оформлением города Перми" (Показатель 8.1):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	количество праздников, на тему которых изготавливаются и размещаются материалы с праздничным оформлением города Перми	максимальное предложение	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения (гр. 5 x гр. 6), баллы
1	2	3	4	5	6	7
	шт.			3		

8.2. Оценка показателя "Территория распространения материалов с праздничным оформлением города Перми" (Показатель 8.2):

Наименование претендента	Количество улиц, на которых расположены места установки и эксплуатации рекламных конструкций, входящие в лот, шт.	Расчет значения конкурсных предложений			
		количество улиц, на которых предлагается распространение материалов с праздничным оформлением города Перми, шт.	максимальное значение Показателя 8.2, баллы	значение конкурсного предложения (3 / (гр. 2 / гр. 3)), баллы	примечание
1	2	3	4	5	6
			3		

8.3. Оценка показателя "Сроки размещения материалов с праздничным оформлением города Перми" (Показатель 8.3):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	сроки размещения материалов с праздничным оформлением города Перми	максимальное предложение	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения (гр. 5 x гр. 6), баллы
1	2	3	4	5	6	7
	дни			3		

8.4. Оценка показателя "Предложения по составу и объему материалов с праздничным оформлением города Перми" (Показатель 8.4):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 8.4, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
1	2	3	4	5
	5			

9. Оценка конкурсного критерия "Предложения по использованию информационных полей рекламной конструкции на период, когда на них не распространяются рекламные изображения" (Критерий К9):

Наименование претендента	Ед. изм.	Конкурсное предложение	Значение конкурсного предложения (1 либо 0), баллы
	100%		

10. Оценка конкурсного критерия "Предложения в отношении рекламных конструкций, монтируемых и располагаемых на остановочных пунктах движения общественного транспорта, объектах благоустройства, уличной мебели" (Критерий К10), состоящего из 5 показателей:

10.1. Оценка показателя "Наличие согласованной проектной документации" (Показатель 10.1):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 10.1, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
	5			

10.2. Оценка показателя "Сроки изготовления и установки остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели" (Показатель 10.2):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	сроки изготовления и установки остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели	наименьший срок изготовления и установки остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели, дни	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к наименьшему сроку выполнения работ (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 / гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	дни			5		

10.3. Оценка показателя "Объем и состав работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, благоустройства, уличной мебели" (Показатель 10.3):

Наименование претендента	Максимальное значение Показателя 10.3, баллы	Оценки членов комиссии	Значение конкурсного предложения (среднеарифметическое значение гр. 3), баллы	Примечание
1	2	3	4	5
	5			

10.4. Оценка показателя "Периодичность выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели" (Показатель 10.4):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	периодичность выполнения работ	максимальное предложение	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к максимальному предложению (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 x гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	количество/ год			5		

10.5. Оценка показателя "Сроки выполнения работ по содержанию и ремонту остановочных пунктов движения общественного транспорта, объектов благоустройства, уличной мебели" (Показатель 10.5):

Наименование претендента	Конкурсное предложение		Расчет значения конкурсных предложений			
	ед. изм.	сроки выполнения работ	наименьший срок выполнения работ, рабочие дни	максимальное значение конкурсного условия, баллы	отношение конкурсного предложения к наименьшему сроку выполнения работ (гр. 3 / гр. 4)	значение конкурсного предложения, баллы (гр. 5 / гр. 6)
1	2	3	4	5	6	7
	рабочие дни			5		

11. Расчет итогового значения по заявкам на участие в конкурсе:

Наименование претендента	Итоговое значение (SUM K1 - K9 либо SUM K1 - K3, K10)	Дата и время регистрации заявки на участие в конкурсе	Номер заявки на участие в конкурсе