

### Конкурсные предложения по лоту № 1:

Право на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (отдельно стоящие рекламные конструкции: сити-борды, пиляры, сити-форматы, щиты, суперсайты) 161 шт».

Вскрытие конвертов с конкурсными предложениями 18.12.2013г. Рассмотрение заявок на участие в конкурсе 19.12.2013г. Оценка конкурсных предложений участников 23.12.2013

Наименование претендента Общество с ограниченной ответственность «АГР-Сити/ТВД»

Лот № 1

**1. Конкурсные условия «Годовой размер платы по Договору», «Наличие и размер обеспечительного или авансового платежа» (критерии К1 – К3):**

Общий годовой размер платы по Договору, руб. (без учета НДС)	Общий размер обеспечительного платежа, руб.	Общий размер авансового платежа, руб.
<b>10 560 132.14 (Десять миллионов пятьсот шестьдесят тысяч сто тридцать два рубля 14 копеек)</b>	-	<b>10 560 132.15 (Десять миллионов пятьсот шестьдесят тысяч сто тридцать два рубля 14 копеек)</b>

Конкурсное предложение по критериям К1 – К3 применительно к каждому месту установки и эксплуатации рекламных конструкций, входящих в лот, должно быть представлено в Приложении 1 к настоящим конкурсным предложениям.

**2. Конкурсное условие «Техническое исполнение, оснащение рекламной конструкции» (критерий К4):**

2.1. Показатель «Способ демонстрации рекламы» (Показатель 4.1):

Количество рекламных конструкций, которые предлагается оснастить устройствами автоматической смены рекламных изображений, шт.	27
---	----

2.2. Показатель «Способ подключения рекламной конструкции к источнику электроэнергии» (Показатель 4.2):

Количество рекламных конструкций,	
-----------------------------------	--

подключение которых к источнику электроэнергии предлагается осуществить закрытым способом, шт.	43
--	----

2.3. Показатель «Проведение земляных работ для установки рекламной конструкции» (Показатель 4.3):

Количество рекламных конструкций, в отношении которых заявлено отсутствие необходимости проведения земляных работ для установки рекламной конструкции, шт.	147
--	-----

Обоснование отсутствия необходимости проведения земляных работ применительно к каждому месту установки и эксплуатации рекламных конструкций должно быть представлено в Приложении 2.1 к настоящим конкурсным предложениям.

2.4. Показатель «Наличие технической документации по исполнению рекламной конструкции» (Показатель 4.4):

Наличие технической документации по исполнению рекламной конструкции	отсутствует/представлена
--	--------------------------

Техническая документация по исполнению рекламной конструкции должна быть приложена к конкурсным предложениям.

2.5. Показатель «Наличие технической документации по установке рекламной конструкции» (Показатель 4.5):

Наличие технической документации по установке рекламной конструкции	отсутствует/представлена
---	--------------------------

Техническая документация по установке рекламной конструкции должна быть приложена к конкурсным предложениям

2.6. Показатель «Предложения по дополнительному оснащению рекламной конструкции» (Показатель 4.6):

Предложения по дополнительному оснащению рекламных конструкций содержат следующие виды дополнительного оснащения:

- Электронные часы – термометр:

Электронные часы-термометр, установленные на рекламных конструкциях - это эффективное средство для получения важной информации жителями города Перми в режиме текущего времени. Современные уличные электронные часы табло помимо текущего времени и даты способны отображать широкий спектр метеоданных: температура воздуха, относительная влажность воздуха, атмосферной давление, скорость ветра, уровень радиационного фона.

- Облицовка рекламной конструкции и обшивка опоры из композитных материалов:

Облицовка рекламной конструкции и обшивка опоры из композитных материалов улучшает внешнее композиционное оформление рекламных конструкций и придает конструкции современный вид. Использование композитов позволяет уменьшить массу конструкции при сохранении и улучшении ее механических характеристик.

- Цветовая система ориентирования для административных районов г. Перми  
Позволяет идентифицировать нахождение рекламной конструкции в том или ином административном районе г. Перми.

К конкурсным предложениям прилагаются:

Предложения по дополнительному оснащению рекламных конструкций, которые содержат:

- заключение департамента градостроительства и архитектуры администрации г. Перми, о том, что представленное дополнительное оборудование не нарушает сложившейся архитектурной застройки города и может быть применено при дополнительном оснащении рекламных конструкций на территории г. Перми;

- описание состава, количества и характеристик предлагаемого дополнительного оснащения оборудования и места их размещения, эскизные проекты рекламных конструкций, фотомонтажи, подготовленные с учетом внешнего архитектурного облика, содержащие несколько видовых точек;

- перечень видов и количество рекламных конструкций, предлагаемых к дополнительному оснащению, входящему в лот;

- техническая документация по монтажу и эксплуатации каждого вида дополнительного оснащения.

(Представлены в приложении № 5)

*Примечание. Показатели 4.1 – 4.3, 4.6 применяются в отношении лотов №№ 1-6, 10-15. Показатели 4.3 – 4.6 применяются в отношении лотов №№ 7, 16.*

**3. Конкурсное условие «Благоустройство прилегающей территории» (критерий К5):**

3.1. Показатель «Периодичность выполнения работ по благоустройству прилегающей территории» (Показатель 5.1):

Количество случаев выполнения работ в год	12
---	----

3.2. Показатель «Сроки выполнения работ по благоустройству прилегающей территории» (Показатель 5.2):

Сроки выполнения работ, рабочие дни	1
-------------------------------------	---

3.3. Показатель «Предложения по объему и составу работ по благоустройству прилегающей территории» (Показатель 5.3):

Предложение по объему и составу работ по благоустройству прилегающей территории и рекламных конструкций содержит:

- перечень и описание способов выполнения следующих работ: работы по восстановлению покрытия тротуара, газона (в месте установки рекламной конструкции), покраска рекламной конструкции, уборка мусора, наледи, снега, опавшей листвы, кошение травы, работы по очистке конструкций от объявлений, загрязнений, иных посторонних элементов (в том числе граффити).

К конкурсным предложениям прилагаются:

Предложения по объему и составу работ по благоустройству прилегающей территории, которые содержат:

- заключение государственного органа Управление внешнего благоустройства администрации г. Перми о том, что указанные в предложениях работы, позволяют внести дополнительный вклад в развитие города, поддержание его чистоты, порядка и формирование привлекательного внешнего облика, являются значимыми для г. Перми.

- описание норм обслуживания рекламных конструкций, перечень и описание способов выполнения работ, перечни используемых трудовых ресурсов, материалов и инструментов, частота мониторинга рекламных конструкций, особенности обслуживания каждого типа конструкций, требования к организации и производству работ.

- работы по восстановлению покрытия тротуара, газона (в месте установки рекламной конструкции).

(Представлены в приложении № 6)

**4. Конкурсное условие «Техническое и эстетическое обслуживание рекламной конструкции» (критерий К6):**

4.1. Показатель «Периодичность выполнения работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции» (Показатель 6.1):

Количество случаев выполнения работ в год	12
---	----

4.2. Показатель «Сроки выполнения работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции» (Показатель 6.2):

Сроки выполнения работ, рабочие дни	3
-------------------------------------	---

4.3. Показатель «Предложения по объему и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции» (Показатель 6.3):

Предложение по объёму и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций содержат:

- описание способов, условий и технологий обслуживания рекламных конструкций, которые позволяют поддерживать внешний вид конструкций на высоком эстетическом уровне и технически исправном состоянии;
- описание требований по регулярному ремонту конструкций, проведению восстановительных работ, выполнению норм и требований по содержанию в надлежащем виде рекламных конструкций.

К конкурсным предложениям прилагаются:

Предложения по объёму и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций, которые содержат:

- копия заключения государственного органа управления внешнего благоустройства администрации г. Перми о том, что указанные в предложениях работы, позволяют внести дополнительный вклад в развитие города, поддержание его чистоты, порядка и формирование привлекательного внешнего облика, являются значимыми для г. Перми;
- состав работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций типа суперсайт, щит;
- состав работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций уличной мебели.

(Представлены в приложении № 7)

### **5. Конкурсное условие «Изготовление и размещение социальной рекламы» (критерий К7):**

5.1. Показатель «Объём изготовления и размещения социальной рекламы» (Показатель 7.1):

% от годового объема распространяемой рекламы	10
---	----

5.2. Показатель «Периодичность и сроки распространения социальной рекламы (количество календарных месяцев в год)» (Показатель 7.2):

Периодичность и сроки распространения социальной рекламы, количество календарных месяцев в год	4
--	---

«Показатель «Территория распространения социальной рекламы» (Показатель 7.3):

Конкурсное предложение	
Количество улиц, на которых расположены места размещения	38

рекламных конструкций, входящие в лот, на территории которых предлагается распространение социальной рекламы, шт.	
---	--

5.3. Показатель «Предложения по оформлению социальной рекламы» (Показатель 7.4):

В предложениях по оформлению социальной рекламы отражены следующие тематики:

- «Социальная реклама о мерах безопасности дорожного движения». Данная социальная реклама привлекает внимание водителей к соблюдению правил дорожного движения; обозначает важность использования удерживающих устройств при перевозке детей в автомобиле; предупреждает об опасности нарушения запрета выезда для обгона или объезда на полосу, предназначенную для встречного движения; обозначает важность соблюдения режима на автодороге.

- «Социальная реклама – Карта безопасного детства». Данная социальная реклама направлена на включение внимания общественности, в первую очередь детей школьного возраста и их родителей, в создание безопасной городской среды.

- «Социальная реклама – Читайте детям книги». Данный проект призван повысить интерес к чтению среди детей и их родителей.

- «Социальная реклама, направленная на борьбу с интернет-пиратством».

- «Проект «Все равно!?!»» Задачи проекта: побудить людей быть более активными в решении тех социальных проблем, где простой человек может что-то сделать. Данный проект разработан совместно с компаниями АДВ Маркетинговые коммуникации и Russ Outdoor и реализуемый на территориях России, Украины и Казахстана. В презентации поименованы награды, полученные в номинациях, учрежденных профессионалами рекламного сообщества.

- «Проект - Объекты культурного наследия»

- «Проект - Пожарная безопасность»

- «Проект - Развитие физической культуры и спорта»

- «Проект - Пермский трамвай»

- «Проект - Семейные ценности в цитатах классиков мировой литературы»

- «Проект – Здоровый образ жизни»

- «Проект – Люди города – наши знаменитости!»

- «Проект – Защита окружающей среды»

- «Проект - Достопримечательности Пермского края»

- «Проект – Футбольный клуб «Амкар» - чемпионы Перми!»

- «Проект – Женский футбол – звездная победа!»

- «Проект - Пермский зоопарк – незаменимый опыт общения с живой природой»

- «Проект – Судебные приставы. Сила закона – в его исполнении!»

- «Проект – Пермский край – аграрный край!»

- «Проект – Чтим и помним»

- «Проект – Автомобильные дороги – в добрый путь!»

К конкурсным предложениям прилагаются:

Предложения по оформлению социальной рекламы, в 2-х частях. В предложениях содержатся:

- Письма с признанием актуальности и важности данных социальных проектов их значимости в решении социальных задач от следующих государственных органов: письмо ГУ МВД России по Пермскому краю УМВД РФ по г. Перми; письмо МВД России ГУМВД РФ по Пермскому краю; письмо Управления социальной политики администрации г. Перми, письмо главы города Перми – председателя Пермской городской думы; письмо Главного управления МЧС России по Пермскому краю; письмо МУП ПермГорЭлектроТранс; письмо министерства Физической культуры и спорта пермского края; письмо Женского футбольного клуба; письмо Городского центра охраны памятников; письмо Футбольного клуба «Амкар»;

- Концептуальные проекты по социальной рекламе на 24 темы. Проекты содержат эскизы и фотомонтажами.

(Представлены в Приложении № 8)

#### **6. Конкурсное условие «Праздничное оформление города Перми» (критерий К8):**

6.1. Показатель «Количество праздников, на тему которых изготавливаются и размещаются праздничные материалы» (Показатель 8.1):

Количество праздников, на тему которых изготавливаются и размещаются праздничные материалы, шт.	9
---	---

6.2. Показатель «Территория распространения праздничных материалов» (Показатель 8.2):

Количество улиц, на которых расположены места размещения рекламных конструкций, входящие в лот, на территории которых предлагается распространение праздничных материалов, шт.	38
--	----

6.3. Показатель «Сроки размещения праздничных материалов» (Показатель 8.3):

Сроки размещения праздничных материалов, дни	7 календарных дней до наступления праздников а так же дни праздников
--	--

6.4. Показатель «Предложения по объему и составу праздничных материалов» (Показатель 8.4):

В предложениях по составу и объему материалов с праздничным оформлением города Перми представлены следующие тематики праздничного оформления:

- Новогодние каникулы, Рождество Христово, День защитника Отечества, Международный женский день, Праздник Весны и Труда, День победы, День России, День города, День народного единства.

К конкурсным предложениям прилагаются:

Предложения по составу и объему материалов с праздничным оформлением города Перми, которые содержат:

- письмо департамента Культуры и молодежной политики об актуальности и значимости вышеуказанных предложений; письмо Управления по развитию потребительского рынка администрации г. Перми; письмо Пермской торгово-промышленной палаты; письмо главы председателя пермской городской думы  
- эскизные проекты в количестве 38 шт. и фотомонтажи ко всем праздникам.

(Представлено в приложении № 9)

**7. Конкурсное условие «Предложения по использованию информационных полей рекламной конструкции на период, когда на них не распространяются рекламные изображения» (критерий К9):**

Предложения по использованию информационных полей, %	100 %
--	-------

Приложения:

1. Конкурсное предложение по критериям К1-К3 применительно к каждому месту установки и эксплуатации рекламных конструкций, входящему в лот, на 7 л.

2. 1. Обоснование отсутствия необходимости проведения земляных работ для установки рекламных конструкций на 192 л.

(применительно к Показателю 4.3);

Перечень видов рекламных конструкций и мест их размещения входящих в лот № 1, которые предлагается оснастить устройствами автоматической смены рекламных изображений.

на 1 л.

(применительно к Показателю 4.1);

Перечень видов рекламных конструкций и мест их размещения входящих в лот №1, по которым предлагается осуществить подключение к источнику электроэнергии закрытым способом.

на 1 л.;

(применительно к Показателю 4.2);

3. Показатель применяется к лотам №№ 7, 16 \_\_\_\_\_ на \_\_\_\_ л.  
(применительно к Показателю 4.4);

4. Показатель применяется к лотам №№ 7, 16 \_\_\_\_\_ на \_\_\_\_ л.  
(применительно к Показателю 4.5);

5. Предложения по дополнительному оснащению рекламных конструкций.  
на 84 л.

(применительно к Показателю 4.6);



6. Предложения по объёму и составу работ по благоустройству прилегающей территории и рекламных конструкций.  
на 33 л.

(применительно к Показателю 5.3);

7. Предложения по объёму и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций.  
на 66 л.

(применительно к Показателю 6.3);

8.

- Предложения по оформлению социальной рекламы часть 1;  
на 51 л.

- Предложения по оформлению социальной рекламы часть 2  
на 17 л.

- Предложения по оформлению социальной рекламы Часть 2.1  
на 153 л.

- Предложения по оформлению социальной рекламы Часть 2.2  
на 158 л.

- Предложения по оформлению социальной рекламы Часть 2.3  
на 114 л

(применительно к Показателю 7.4);

9.

- Предложения по составу и объёму материалов с праздничным оформлением города Перми - часть 1;  
на 47 л.

- Предложения по составу и объёму материалов с праздничным оформлением города Перми – часть 2;  
на 11 л.

- Предложения по составу и объёму материалов с праздничным оформлением города Перми – часть 2.1  
на 164 л.

(применительно к Показателю 8.4);

Всего приложений на 1099 л.