

Конкурсные предложения

Наименование претендента Общество с ограниченной ответственностью
«НОВО»

Лот № 11 (одиннадцать)

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.
4 623 848, 25 (Четыре миллиона шестьсот двадцать три тысячи восемьсот сорок восемь рублей, 25 коп.)	-	4 623 848, 25 (Четыре миллиона шестьсот двадцать три тысячи восемьсот сорок восемь рублей, 25 коп.)

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.	74 (семьдесят четыре) шт.
---	---------------------------

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.	31 (тридцать одна) шт.
--	------------------------

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.	80 (восемьдесят) шт.
--	----------------------

Обоснование отсутствия необходимости проведения земляных работ применительно к каждому месту установки и эксплуатации рекламных конструкций должно быть представлено в Приложении 2 к настоящим конкурсным предложениям.

К конкурсному предложению прилагается Приложение № 2 часть 1 «Предложение по оснащению устройствами автоматической смены рекламных изображений» (применительно к показателю 4.1.), приложение № 2 часть 2 «Предложение по подключению электроэнергии закрытым способом» (применительно к показателю 4.2.), приложение № 2 часть 3 «Обоснование отсутствия необходимости проведения земляных работ применительно к каждому месту установки и эксплуатации рекламных конструкций» (применительно к показателю 4.3.).

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

Наличие технической документации по исполнению рекламной конструкции	Не применяется
--	----------------

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	Не применяется
---	----------------

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

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

Перечень предложений по дополнительному оснащению:

- **Система оповещения** (громкоговоритель используется для оповещения населения при ГО и ЧС, трансляции речевых сообщений в служебных, торговых и общественных помещениях и на открытых территориях).

- **Система информирования** (система, отслеживающая разрыв рекламного изображения при помощи датчиков и передающая сигнал на GSM передатчик для информирования ответственных исполнителей). Способствует обеспечению безопасности дорожного движения).

- **Система цветового ориентирования районов города Перми** (Цветовая система ориентирования для административных районов города Перми на рекламных конструкциях реализована с помощью цветowych полос. Шкала цветов разработана и одобрена для внедрения департаментом градостроительства и архитектуры администрации города Перми и основана на цветовых контрастах. Данная система поможет быстро определить район города, облегчит самоориентирование в городской среде для жителей и гостей Перми).

- **Покрытие антивандалным лаком** (покрытие обеспечивает грязеотталкивающее и антивандалное покрытие элементов конструкций, которые подвержены интенсивному загрязнению. Применяется с целью предохранения поверхностей от загрязнения и проникновения воды, последствий вандального воздействия человека (граффити).

- **Стикеры с социально полезной информацией** (размещение на опорах рекламных конструкций стикеров с телефонами экстренных служб поможет жителям города сориентироваться в сложной ситуации и при необходимости своевременно оказать помощь пострадавшим, снизить или предотвратить последствия воздействия опасных факторов).

- **Антивандалная пленка** (обеспечивает безопасность при попытке ударов, фиксирует мелкие кусочки при разбитии стекла).

К конкурсным предложениям прилагаются: Приложение № 5 «Предложение по дополнительному оснащению рекламной конструкции» (Показатель 4.6.)

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.

Описание предлагаемого дополнительного оснащения (состав, количество и характеристики), места их размещения, 3D-модели, макеты, эскизные проекты рекламных конструкций с учетом предлагаемого дополнительного оснащения, фотомонтажи,



подготовленные с учетом внешнего архитектурного облика, содержащие несколько видовых точек, 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 и иных городских задач представлены в Приложении № 5 «Предложения по дополнительному оснащению рекламной конструкции».

С предложениями представляются заключения, рекомендации и мнения третьих лиц относительно дополнительного оснащения.

К конкурсным предложениям прилагаются: Приложение № 5 том 1 «Предложения по дополнительному оснащению рекламной конструкции», Приложение № 5 том 2 «Рекомендации и мнения третьих лиц относительно дополнительного оснащения».

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	Ежемесячно (12 (двенадцать) раз в год)
---	--

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

Сроки выполнения работ, рабочие дни	1 (один) рабочий день
-------------------------------------	-----------------------

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

Перечень работ по благоустройству прилегающей территории:

Восстановление покрытия тротуара выполненного в асфальтобетонном покрытии в месте установки рекламной конструкции (восстановление существующего тротуара или пешеходной дорожки нарушенных в ходе установки рекламной конструкции, выполняется не менее чем на всю ширину пешеходной дорожки).

- **Восстановление покрытия тротуара выполненного в покрытии из тротуарной плитки в месте установки рекламной конструкции** (восстановление тротуара или пешеходной дорожки, нарушенных в ходе установки рекламной конструкции, выполняется не менее чем на всю ширину пешеходной части).

-Восстановление газона в месте установки рекламной конструкции (восстановление существующего газона, нарушенного в ходе установки рекламной конструкции, выполняются не менее чем на всю ширину газона)

-Покраска рекламной конструкции (покраска производится в ручную, с использованием валиков, кистей и емкостей для эмали, покраска производится систематически).

-Очистка рекламной конструкции от объявлений, иных посторонних элементов (в том числе граффити), загрязнений (производится вручную с использованием металлических шпателей, ручных щеток и щеток по металлу, очистка производится систематически).

-Уборка мусора, снега, наледи, грязи, опавшей листвы (комплекс мероприятий, связанных с регулярной очисткой территории открытого грунта и территорий с твердым покрытием от грязи, мусора, снега, льда, газонов - от мусора)

-Кошение травы (периодическое кошение и уборка скошенной травы)

Дополнительные работы по благоустройству прилегающей территории:

- очистка металлических стоек от старой краски, грунтовка металлических стоек;

- мойка рекламной конструкции;

- периодическая подкормка травостоя минеральными удобрениями в весенне-летний период;

- контроль над вредителями и болезнями;

- обработка антиобледенительным составом покрытия в зимний период;

-аэрация газонов

Предложения по объему и составу работ по благоустройству прилегающей территории, перечни и описание способов выполнения работ и дополнительных работ, перечни используемых для выполнения указанных работ материалов (с указанием характеристик) представлены в «Предложении по объему и составу работ по благоустройству».

С указанным Предложением представлены заключения, рекомендации и мнения третьих лиц относительно представленного конкурсного предложения по указанному показателю.

К конкурсным предложениям **прилагаются** Приложение № 6 (том 1) «Предложения по объему и составу работ по благоустройству прилегающей

территории». Приложение № 6 (том 2) «Рекомендации и мнения третьих лиц относительно представленного конкурсного предложения».

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	Ежемесячно (12 (двенадцать) раз в год)
---	--

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

Сроки выполнения работ, рабочие дни	3 (три) рабочих дня
-------------------------------------	---------------------

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

Перечень работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции:

- **обслуживание рекламных конструкций и дополнительного оснащения** (визуальный осмотр элементов конструкции, рекламного изображения и дополнительного оснащения рекламной конструкции, выравнивание, устранение заломов, складок, рекламного изображения).

- **работы по устранению повреждений рекламных конструкций**, (визуальный осмотр поврежденных элементов конструкции, замена поврежденных элементов рекламной конструкции и последующая натяжка, регулировка).

- **демонтаж поврежденных изображений (материалов)** (визуальный осмотр поврежденных изображений (материалов), замена поврежденных изображений (материалов)).

Дополнительные работы по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций и дополнительного оснащения:

- **фотомониторинг рекламных конструкций** (объезд рекламных конструкции с обязательной фотофиксацией).

- **мониторинг рекламных конструкций при неблагоприятных погодных условиях**, а именно при силе ветра более 10 м/с.



-проверка технического состояния рекламной конструкции,

- обслуживание рекламной конструкции (чистка от снега и льда в зимнее время года, уборка снежной шапки сверху РК и сугробов снизу РК, очистка образовавшейся наледи, проверка состояния материала рекламного изображения, замена полностью или частично в случае наличия разрывов, потертостей и других повреждений, проверка натяжки материала рекламного изображения, проверка электрической части рекламной конструкции, выявление неисправностей, устранение неисправностей;

- проверка наличия и состояния пластичной смазки в местах трущихся поверхностей и при необходимости замена ее или добавление;

- диагностика работы рекламной конструкции.

- проведение замеров отклонения от нормативных параметров рекламной конструкции при помощи измерительных инструментов;

Предложение по содержанию перечня работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций, в том числе дополнительных, описания способов, условий, технологий их выполнения с приложением графических материалов представлены в «Предложении по объему и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций».

Указанные Предложения по объему и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций содержат согласования с ГИБДД Пермского края, что подтверждается соответствующей печатью на схемах расстановки спец. техники при производстве работ.


К конкурсным предложениям прилагаются: Приложение № 7 «Предложения по объему и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламных конструкций».

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

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

% от годового объема распространяемой рекламы	10 (десять) % от годового объема распространяемой реклам
---	--

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 (четыре) календарных месяца в год (единовременно по 1 (одному) календарному месяцу в квартал) 
--	--

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

Конкурсное предложение	
Количество улиц, на которых расположены места размещения рекламных конструкций, входящие в лот, на территории которых предлагается распространение социальной рекламы, шт.	24(двадцать четыре) шт.

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

Социальная реклама следующих тематик:

- Проект «Безопасность дорожного движения»
- 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»

Актуальность выбранных тематик подтверждается их соответствием перечню ведомственных и целевых программ, утвержденных Пермской Городской Думой, высокой социальной значимостью охваченных тем, а также заключениями, мнениями и рекомендациями уполномоченных представителей органов государственной власти, местного самоуправления и некоммерческих организаций. В конкурсном предложении представлено более 413 (четырехсот тринадцати) эскизных проектов социальной рекламы.

Перечень предлагаемых тематик социальной рекламы с обоснованием их актуальности, эскизные проекты социальной рекламы, фотомонтажи, представлены в «Предложении по оформлению социальной рекламы».

С указанным Предложением представляются заключения, рекомендации и мнения третьих лиц относительно представленного конкурсного предложения.

К конкурсным предложениям прилагаются: Приложение № 8 часть 1 «Предложение по оформлению социальной рекламы», приложение № 8 часть 2 «Предложение по оформлению социальной рекламы», приложение № 8 часть 3 «Предложение по оформлению социальной рекламы», приложение № 8 часть 4 «Предложение по оформлению социальной рекламы».

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.	09 (девять) штук
---	------------------

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.	24 (двадцать четыре) шт.
--	--------------------------

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

Сроки размещения праздничных материалов, дни	За 7 (семь) календарных дней до наступления праздников, а также в дни данных праздников
--	---

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

Предложение по составу праздничных материалов:

- Новогодние каникулы;
- Рождество Христово;
- День защитника Отечества;
- Международный женский день;
- Праздник Весны и Труда;
- День Победы;
- День России;
- День народного единства
- День города

Высокий уровень предложений подтверждается заключениями, мнениями и рекомендациями уполномоченных представителей органов государственной власти, местного самоуправления и некоммерческих организаций. В конкурсном предложении представлено более 182 (ста восьмидесяти двух) эскизных проектов праздничных материалов

Предложение по перечню предлагаемых тематик праздничного оформления, эскизные проекты праздничных материалов, фотомонтажи по каждому указанному празднику, заключения, рекомендации и мнения третьих лиц представлено в «Предложении по объему и составу праздничных материалов»

С указанным Предложением представляются заключения, рекомендации и мнения третьих лиц относительно представленного конкурсного предложения

К конкурсным предложениям прилагаются: Приложение № 9 том 1 «Предложения по объему и составу праздничных материалов». Приложение № 9 том 2 «Предложения по объему и составу праздничных материалов».

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 (сто) %
--	-------------

Приложения:

1. конкурсное предложение по критериям К1-К3 применительно к каждому месту установки и эксплуатации рекламных конструкций, входящему в лот, на 4 л.;

2. «Предложение по оснащению устройствами автоматической смены рекламных изображений» (применительно к показателю 4.1.), «Предложение по подключению электроэнергии закрытым способом» (применительно к показателю 4.2.), «Обоснование отсутствия необходимости проведения земляных работ применительно к каждому месту установки и эксплуатации рекламных конструкций», (применительно к показателю 4.3.) на 81 л.

3. Сопроводительное письмо на 1 л. (применительно к Показателю 4.4);

4. Сопроводительное письмо на 1 л. (применительно к Показателю 4.5);

5. Предложения по дополнительному оснащению рекламной конструкции на 74 л.

Том 1 «Предложения по дополнительному оснащению рекламной конструкции» - на 68 - л.

Том 2 «Заключения, рекомендации, мнения третьих лиц относительно представленного конкурсного предложения» на 6 л.

(применительно к Показателю 4.6);

6. Предложения по объему и составу работ по благоустройству прилегающей территории – на 30 -л.

- Том 1 «Предложения по объему и составу работ по благоустройству прилегающей территории» - на 28-л.

- Том 2 «Заключения, рекомендации, мнения третьих лиц относительно представленного конкурсного предложения на 2 л.

(применительно к Показателю 5.3);

7. Предложения по объему и составу работ по техническому и эстетическому обслуживанию рекламной конструкции на 29 л.

(применительно к Показателю 6.3);

8. Предложения по оформлению социальной рекламы часть 1, часть 2, часть 3, часть 4; на 440 л. (применительно к Показателю 7.4);

9. Предложения по составу и объему материалов с праздничным оформлением города Перми том 1, том 2 на 174 л.

(применительно к Показателю 8.4);

Всего приложений на 834 л.