**ИЗВЕЩЕНИЕ О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В КОНКУРСНУЮ ДОКУМЕНТАЦИЮ**

на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление

На основании предписания Управления Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу - Югре от 27.01.2020 № 5 принято решение о внесении в Конкурсную документацию следующие изменения:

1. Абзац 1 части I Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Департамент архитектуры и градостроительства Администрации города Сургута сообщает о проведении 16 марта 2020 года торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности, в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управление.».

1. Абзац 14 части I Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«К участию в торгах допускаются любое юридическое или физическое лицо - претендент, предоставивший организатору торгов заявку (2 экземпляра)   
и запечатанный конверт со следующими документами:».

1. Абзацы 20 - 23 части I Конкурсной документации исключить.
2. Абзац 43 части I Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Дата и время окончания срока подачи заявок: 16.03.2020 года до 09-30 минут.».

1. Абзац 49 части I Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Место, дата и время вскрытия конвертов с конкурсными заявками:   
16.03.2020 г., по адресу: город Сургут, улица Восход, 4, кабинет 301, в 09:30.».

1. Абзац 50 части I Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Дата принятия решения о признании претендентов участниками конкурса: 23.03.2020 г.».

1. Абзац 51 части I Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Дата, время и место оценки и сопоставления конкурсных предложений: 30.03.2020 г., по адресу: город Сургут, улица Восход, 4, кабинет 301, в 10:00.».

1. Абзац 52 части I Конкурсной документации исключить.
2. Абзац 5 подпункта 3.6. пункта 3 части II Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Дата и время окончания срока подачи заявок: 16.03.2020 года до 09-30 минут.».

1. Абзац 1 подпункта 3.9. пункта 3 части II Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Место, дата и время вскрытия конвертов с конкурсными заявками на участие в конкурсе: 16.03.2020 г., по адресу: город Сургут, улица Восход, 4, кабинет 301, в 09:30.».

1. Абзац 2 подпункта 3.9. пункта 3 части II Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Конкурсной комиссией вскрываются конверты с конкурсными заявками, которые поступили до 09:30 16.03.2020 года.».

1. Абзац 1 подпункта 3.10. пункта 3 части II Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Дата принятия решения о признании претендентов участниками конкурса: 23.03.2020 года.».

1. Абзац 1 подпункта 3.11. пункта 3 части II Конкурсной документации изложить в следующей редакции:

«Дата, время и место оценки и сопоставления конкурсных предложений: 30.03.2020 г., по адресу: город Сургут, улица Восход, 4, кабинет 301, в 10:00.».

1. Часть III Конкурсной документации изложить в новой редакции согласно приложению 1 к настоящему извещению.
2. Форму № 2 части IV Конкурсной документации изложить в новой редакции согласно приложению 2 к настоящему извещению.
3. Подпункт 4.2. пункта 4 части V Конкурсной документации изложить   
   в следующей редакции:

«4.2. Заявка Администрации содержит информацию о количестве и формате сторон резервируемых экспонируемых поверхностей и о сроках размещения социальной рекламы.».

Директор департамента

архитектуры и градостроительства –

главный архитектор С.В. Солод

21.02.2020

Приложение 1

к извещению

**Часть III.**

**Правила**

**оценки и сопоставления заявок на участие в конкурсе на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках,**

**которые находятся в муниципальной собственности или государственная собственность на которые не разграничена, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальном собственности,**

**в том числе переданных в хозяйственное ведение или оперативное управлении,**

**критерии оценки, их содержание и значимость (далее – Правила)**

**I. Общие положения**

1. Настоящие Правила определяют порядок оценки и сопоставления заявок участников конкурса, конкурсной комиссией, в целях выявления лучших из предложенных условий исполнения договора при проведении конкурса.

2. В настоящих Правилах применяются следующие термины:

**"оценка" -** процесс выявления в соответствии с условиями определения исполнителей по критериям оценки и в порядке, установленном в конкурсной документации в соответствии с требованиями настоящих Правил, лучших условий исполнения договора, указанных в заявках (предложениях) участников конкурса, которые не были отклонены;

**"значимость критерия оценки"** - вес критерия оценки в совокупности критериев оценки, установленных в конкурсной документации в соответствии с требованиями настоящих Правил, выраженный в процентах;

**"коэффициент значимости критерия оценки"** - вес критерия оценки в совокупности критериев оценки, установленных в конкурсной документации в соответствии с требованиями настоящих Правил, деленный на 100;

**"рейтинг заявки (предложения) по критерию оценки"** - оценка в баллах, получаемая участником конкурса по результатам оценки по критерию оценки с учетом коэффициента значимости критерия оценки.

3. В целях настоящих Правил для оценки заявок (предложений) заказчик устанавливает в конкурсной документации следующие критерии оценки:

а) характеризующиеся как стоимостные критерии оценки:

- цена договора.

б) характеризующиеся как не стоимостные критерии оценки:

- наилучшее предложение по конструктивно-технологическому и дизайнерскому решениям рекламной конструкции;

- количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции и производство данной рекламы в виде баннеров;

- квалификация участников конкурса, в том числе наличие у них опыта работы, связанного с предметом контракта, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации.

4. В конкурсной документации заказчик обязан указать используемые для определения исполнителя критерии оценки и величины значимости критериев оценки.

5. Сумма величин значимости критериев оценки, применяемых заказчиком, должна составлять 100 процентов.

6. В конкурсной документации в отношении не стоимостных критериев оценки могут быть предусмотрены показатели, раскрывающие содержание не стоимостных критериев оценки и учитывающие особенности оценки закупаемых товаров, работ, услуг по не стоимостным критериям оценки.

7.  Для каждого показателя устанавливается его значимость, в соответствии с которой будет производиться оценка и формула расчета количества баллов, присуждаемых по таким показателям.

Для оценки заявок (предложений) по не стоимостным критериям оценки (показателям) заказчик вправе устанавливать предельно необходимое минимальное или максимальное количественное значение качественных, функциональных и квалификационных характеристик, которые подлежат оценке в рамках указанных критериев.

Сумма величин значимости показателей критерия оценки должна составлять 100 процентов.

Значимость критериев оценки должна устанавливаться в соответствии с предельными величинами значимости критериев оценки согласно [Приложению](https://base.garant.ru/70520984/4e92d423fa302c45716102b1acde4601/#block_2000) №1 к Правилам оценки заявок.

8. Не допускается использование заказчиком не предусмотренных настоящими Правилами критериев оценки (показателей) или их величин значимости.

9. Итоговый рейтинг заявки (предложения) вычисляется как сумма рейтингов по каждому критерию оценки заявки (предложения).

10. Победителем признается участник конкурса, заявке (предложению) которого присвоен самый высокий итоговый рейтинг. Заявке (предложению) такого участника конкурса, присваивается первый порядковый номер.

**II. Оценка заявок (предложений)**

**по стоимостным критериям оценки**

**1. Расчет рейтинга критерия оценки ценового предложения участника конкурса осуществляется по формуле:**

**коэффициент значимости критерия (0,15)**

РЦ=к\*(Пз-Пmin) / (Пmax-Пmin), где:

РЦ – балловая оценка заявки по критерию

к – коэффициент значимости критерия

Пз - цена договора, предложенная участником по лоту, в рублях.

Пmin – минимальное из значений ценового предложения участников конкурса по лоту в рублях, содержащихся во всех заявках

Пmax – максимальное из значений ценового предложения участников конкурса по лоту в рублях , содержащихся во всех заявках.

Предложения участника конкурса, содержащие ценовое предложение ниже установленной начальной цены за установку и эксплуатацию рекламной конструкции, не рассматривается.

**III. Оценка заявок (предложений)**

**по не стоимостным критериям оценки**

1**.** **Р1 - рейтинг критерия «Наилучшее предложение по конструктивно-технологическому и дизайнерскому решениям рекламной конструкции»,** рассчитывается путем суммирования балльных значений параметров предложений, которые указаны участником конкурса в его конкурсном предложении:

Оценка критерия рассчитывается по формуле:

Б =к \* (Б1 + Б2 + Б3+Б4+Б5), где:

**Б** – балловая оценка заявки по критерию

**к –** коэффициент значимости критерия (0,30)

Б1 - сумма баллов присвоенная показателю «Наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения», рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по наилучшему предложению по технологии крепления и смены изображения, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы;

Б2 - сумма баллов присвоенная показателю «Наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий», рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы;

Б3 - сумма баллов присвоенная показателю «Наилучшее предложение по применению антивандальных технологий», рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению антивандальных технологий, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы;

Б4 - сумма баллов присвоенная показателю «Наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов», рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы;

Б5 - сумма баллов присвоенная показателю «Наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции», рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы;

Предложение по данному критерию оформляется на бумажном носителе в формате А3, в цветном исполнении. Предложение должно содержать наличие предложений по показателям, в свободной форме, в виде иллюстраций, изображений и текстовых пояснений к ним.

Изображения и пояснения к ним должны содержать информацию о предложении участника по конкретному показателю, согласно требований организатора торгов, указанных в таблице по каждому показателю.

1. **В отношении рекламных конструкций типа: ситиборд, билборд, суперсайт, суперборд.**

**Б1. Показатель «Наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения».**

**коэффициент значимости показателя 0,20**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения.

При отсутствии информации по данному показателю - 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Использование системы крепления и смены изображения без помощи приспособлений способных оставлять за собой, после проведенных монтажных/демонтажных работ, остатки своих частей как на рекламной конструкции, так и возле нее,

а именно - веревок, карабинов, хомутов, клея

Да - 10 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие зашитой, металлическим профилем, рекламной поверхности рекламной конструкции, предназначенной для размещения рекламного изображения –

Да – 5 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза (с изображением всех типов рекламных конструкций в соответствии с лотом, на который подается заявка) предложенных систем крепления

и смены изображения, графически показывающего использование данных систем на рекламной конструкции

Да – 5 баллов

Нет – 0 баллов

**Б2. Показатель «Наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий»,**

**коэффициент значимости показателя 0,25**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий».

При отсутствии информации по данному показателю - 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Использование бесперебойного альтернативного питания рекламных

конструкций для освещения рекламной плоскости с помощью солнечных батарей

и аккумуляторов ( с графическим указанием внешнего вида предлагаемого оборудования)

Да - 10 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие подсветки рекламной плоскости рекламной

конструкции с помощью светодиодных уличных светильников

(с графическим указанием внешнего вида предлагаемого оборудования и конкретизацией модели используемых светильников. С указанием технических данных светильника обуславливающих его энергоэффективность)

Да – 10 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза (с изображением всех типов рекламных

конструкций в соответствии с лотом на который подается заявка)

предлагаемых систем энергосбережения

графически показывающего применения

данных систем на рекламных конструкциях,

с указанием их мест установки

Да - 5 баллов

Нет – 0 баллов

**Б3. Показатель «Наилучшее предложение по применению антивандальных технологий»**

**коэффициент**

**значимости показателя 0,10**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению антивандальных технологий».

При отсутствии информации по данному показателю – 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Применение антивандальных мероприятий способствующих борьбе

с оклеиванием и окрашиванием декоративной обшивки

опор рекламных конструкций объявлениями, брошюрами, граффити (с конкретизацией, описанием предложенной технологии и текстовым пояснением обуславливающим ее антивандальные свойства)

Да – 5 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза (с графическими и текстовым пояснением обуславливающим антивандальные свойтсва предложенной

антивандальной технологии),

применения антивандальных технологий на рекламных конструкциях

способствующих борьбе с оклеиванием и

окрашиванием опор рекламных конструкций

Да – 5 баллов

Нет – 0 баллов

**Б4. Показатель «Наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов».**

**коэффициент значимости показателя 0,10**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов».

При отсутствии информации по данному показателю – 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Гарантия на используемые материалы не менее 7 лет

(с указанием гарантийного срока на перечне используемого материала)

Да – 3 балла

Нет – 0 баллов

Наличие сертификатов соответствия

действующим ГОС-там на используемые материалы

(предоставление копий сертификатов соответствия на используемые материалы)

Да – 3 балла

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза рекламных конструкций

(с изображением всех форматов рекламных конструкций

в соответствии с лотом на который подается заявка)

с указанием, на графически изображенной рекламной

конструкции, перечня используемого материала

Да – 4 балла

Нет – 0 баллов

**Б5. Показатель «Наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции».**

**коэффициент значимости показателя 0,35**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции.

При отсутствии информации по данному показателю – 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Наличие декоративной крышки, закрывающей узлы

крепления опоры рекламной

конструкции к ее фундаменту

(с графическим указанием месторасположения крышки на рекламной конструкции и ее внешний вид по всем типам рекламных конструкций в соответствии с лотом, на который подается заявка)

Да - 3 балла

Нет – 0 баллов

Наличие декоративной обшивки крепления

рекламного изображения

с графическим указанием месторасположения декоративной обшивки на рекламной конструкции и ее внешний вид по всем типам рекламных конструкций в соответствии с лотом на который подается заявка)

Да – 3 балла

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза рекламных конструкций (с изображением всех типов рекламных конструкций в соответствии с лотом, на который подается заявка),

изображающего рекламную конструкцию в городской

среде со всеми предложенными, участником,

технологиями, оборудованием и материалами

Да – 4 балла

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза рекламных конструкций (с изображением всех типов рекламных конструкций в соответствии с лотом на который подается заявка) изображающего рекламную конструкцию в темное время суток, со всеми предложенными, участником, технологиями, оборудованием и материалами

Да – 5 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие оригинальной 3Д модели рекламной конструкции - билборд, с сохранением всех габаритных пропорций рекламной конструкции, выполненной с учетом использования всех, предложенных участником, технологий, оборудованием и материалов.

Габаритные размеры 3Д модели в высоту не менее 23 см., не более 30 см.

Да – 10 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие электронной 3Д видео-визуализации рекламных конструкций

(с изображением всех типов рекламных конструкций в соответствии с лотом, на который подается заявка) изображающую со всех сторон рекламную конструкцию,

со всеми предложенными участником, технологиями,

оборудованием и материалами.

Видео-визуализация продолжительностью не менее 3 минут.

Формат файла: MPEG-4 (.mp4).

Предоставляется на электронном носителе информации (USB)

Да -10 баллов

Нет – 0 баллов

Предложение по наличию электронной 3Д видео визуализации рекламных конструкций

(с изображением всех типов рекламных конструкций в соответствии с лотом, на который подается заявка) и оригинальной 3Д модели рекламной конструкции - билборд, с сохранением всех габаритных пропорций рекламной конструкции, выполненной с учетом использования всех, предложенных участником, технологий, оборудованием и материалов, предоставляются отдельно в виде приложений к альбому.

**2) В отношении рекламных конструкций типа: сити-формат**

**Б1. Показатель «Наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения».**

**коэффициент значимости показателя 0,20**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения.

При отсутствии информации по данному показателю - 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Использование роллерной системы крепления и смены изображения.

С графическим изображением комплектации и текстового

описания работы данной системы и ее преимуществ

Да –10 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза рекламной конструкции предложенных

систем крепления и смены изображения графически

показывающего использование данных систем

на рекламной конструкции

Да –10 баллов

Нет – 0 баллов

**Б2.** **Показатель «Наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий»,**

**коэффициент значимости показателя 0,25**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий».

При отсутствии информации по данному показателю - 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Использование энергоэффективной светодиодной подсветки.

С указанием комплектации и текстового описания работы

данной системы

Да – 10 баллов

Нет – 0 баллов

Использование системы резервного питания рекламной

конструкции с использованием аккумуляторов.

С изображением внешнего вида, указанием комплектации и текстового описания работы данной системы

Да –10 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза предлагаемых систем, графически

показывающего применения данных систем

на рекламных конструкциях, с указанием их мест установки

на рекламных конструкциях

Да - 5 баллов

Нет - 0 баллов

**Б3. Показатель «Наилучшее предложение по применению антивандальных технологий»**

**коэффициент значимости показателя 0,10**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению антивандальных технологий».

При отсутствии информации по данному показателю – 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Применение антивандальных мероприятий, способствующих борьбе

с оклеиванием и окрашиванием декоративной обшивки

опор рекламных конструкций объявлениями, брошюрами, граффити (с конкретизацией, описанием предложенной технологии и текстовым пояснением, обуславливающим ее антивандальные свойства)

Да – 3 балла

Нет – 0 баллов

Использование закаленного антивандального стекла

Да – 3 балла

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза, (с графическим и текстовым пояснением по

применению предложенных антивандальных технологий),

применения предложенных участником антивандальных

технологий на рекламных конструкциях

способствующих борьбе с оклеиванием

и окрашиванием опор рекламных конструкций

Да – 4 балла

Нет – 0 баллов

**Б4. Показатель «Наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов».**

**коэффициент значимости показателя 0,10**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов».

При отсутствии информации по данному показателю – 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Гарантия на используемые материалы не менее 7 лет

(с указанием гарантийного срока на перечне используемого материала)

Да – 3 балла

Нет – 0 баллов

Наличие сертификатов соответствия действующим

ГОС-там на используемые материалы

(предоставление копий сертификатов соответствия на используемые материалы)

Да – 3 балла

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза рекламных конструкций с указанием,

на графически изображенной рекламной конструкции

перечня используемого материала и оборудования

Да – 4 балла

Нет - 0 баллов

**Б5. Показатель «Наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции».**

**коэффициент значимости показателя 0,35**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения.

При отсутствии информации по данному показателю – 0 баллов, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Наличие эскиза рекламных конструкций,

изображающего рекламную конструкцию

в городской среде со всеми предложенными участником,

технологиями, оборудованием и материалами

Да – 10 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие эскиза рекламных конструкций изображающего

рекламную конструкцию в темное время суток,

со всеми предложенными, участником, технологиями,

оборудованием и материалами

Да – 10 баллов

Нет – 0 баллов

Наличие электронной 3Д видео-визуализации рекламных

конструкций изображающую со всех сторон

рекламную конструкцию, со всеми

предложенными участником, технологиями,

оборудованием и материалами.

Видео-визуализация продолжительностью

не менее 35 секунд. Формат файла: MPEG-4 (.mp4).

Предоставляется на электронном носителе информации (USB)

Да – 15 баллов

Нет – 0 баллов

Предложения по наличию электронной 3Д видео визуализации рекламных конструкций (с изображением всех типов рекламных конструкций в соответствии с лотом, на который подается заявка) и оригинальной 3Д модели рекламной конструкции с сохранением всех габаритных пропорций рекламной конструкции, выполненной с учетом использования всех, предложенных участником, технологий, оборудованием и материалов, предоставляются отдельно в виде приложений к альбому.

**2. Р2 - рейтинг критерия «Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции (и производство данной рекламы в виде баннеров)»,**

**коэффициент значимости критерия (0,25)**

Рассчитывается путем сопоставления процентного соотношения количества дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции, предоставляемых для размещения социальной рекламы, предлагаемых участниками конкурса.

Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции, предоставляемых для размещения социальной рекламы при заполнении конкурсного предложения указывается в процентах (целыми числами) от общего количества дней в году (365 дней) для каждого лота.

Полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

От 0 – 5% времени в год (включительно) -

0 баллов

Более 5% - до 25% времени в год (включительно) –5 баллов

Более 25% - до 45% времени в год (включительно) - 10 баллов

Более 45% - до 50% времени в год (включительно) - 15 баллов

более 50% – 25 баллов

Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции, предоставляемых для размещения социальной рекламы при заполнении конкурсного предложения указывается целыми числами от общего количества дней в году (365 дней) для каждого лота (не менее пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы).

**3. Р3 - рейтинг критерия «Квалификация участников конкурса, в том числе наличие опыта работы, связанного с предметом конкурса, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации»,**

**коэффициент значимости критерия 0,30**

Рассчитывается путем суммирования балльных значений параметров предложений, которые указаны участником конкурса в его конкурсном предложении:

K4 = к\* (K4.1 + K4.2 + K4.3), где:

K4- рейтинг критерия оценки квалификации участника конкурса, в баллах;

к – коэффициент значимости критерия (0,30)

K4.1 - рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих общее количество исполненных контрактов (договоров) на выполнение eчастником работ связанных с предметом контракта (договора) за период с 01.01.2017 - по настоящее время, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы;

K4.2 - рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих количество трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ оказания услуг, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы;

K4.3- рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих квалификацию трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ, оказания услуг, полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы.

**K4.1 – Показатель «Общее количество исполненных контрактов (договоров) на выполнение Участником работ связанных с предметом конкурса за период с 01.01.2017-по настоящее время».**

**коэффициент значимости показателя 0,30**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих общее количество исполненных контрактов (договоров) на выполнение участником работ, связанных с предметом конкурса за период с 01.01.2017 по настоящее время. Полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы.

При отсутствии информации по данному показателю, или при отсутствии подтверждающих сведений необходимых документов – 0 баллов

От 1 до 170 штук включительно –

5 баллов;

Более 170 штук– до 340 штук включительно –

10 баллов;

Более 340 штук – до 510 штук включительно –

15 баллов;

Более 510 штук – до 670 штук включительно

– 20 баллов;

Более 670 штук – 30 баллов.

Подтверждением успешного исполнения договоров (контрактов) является подписанный Заказчиком и Исполнителем (участником конкурса) акт и/или акты приема выполненных работ, акт и/или акты оказания услуг (далее – акт).

Оценке не подлежат договоры (контракты), работы по которым продолжаются (являются незавершенными).

Подтверждением наличия опыта будет считаться только предоставление этих документов вместе (копия контракта (договора) + копия акта (актов)).

Копии указанных документов должны быть представлены в полном объеме со всеми приложениями, являющимися их неотъемлемой частью.

При этом представленные документы должны быть в виде неповторяющихся, читабельных копий в полном объеме, на которых видны необходимые подписи, документы не имеющие необходимых реквизитов (номер, дата) и подписей сторон, а также сведения об исполнении контрактов, договоров выполненные в качестве субподрядчика, учитываться при оценке заявок не будут.

**K4.2 Показатель «Количество трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ оказания услуг».**

**коэффициент значимости показателя 0,30**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих количество трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ оказания услуг. Полученному значению показателя присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Отсутствие – 0 баллов

От 1- до 5 специалистов (включительно) – 5 баллов;

От 6- до 11 специалистов (включительно) – 10 баллов;

От 12 - до 17 специалистов (включительно) – 15 баллов;

От 18 - до 21 специалиста (ов) (включительно) – 20 баллов;

От 22 - до 29 специалиста (ов) (включительно) – 25 баллов;

более 29 специалистов – 30 баллов.

По данному показателю оценивается количество у участника конкурса штатных сотрудников (руководителей и ключевых специалистов: монтажники, дизайнеры, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры (менеджеры по продажам рекламных плоскостей), маркетологи) с опытом работы по специальности не менее 5 лет (подтверждается копиями трудовых книжек и трудовых договоров).

**K4.3- Показатель «Квалификация трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ, оказания услуг».**

**коэффициент значимости показателя 0,40**

Рейтинг параметра предложений участника конкурса, учитывающих квалификацию трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов) предлагаемых для выполнения работ, оказания услуг. Полученному значению критерия присваивается оценка в баллах согласно таблицы:

Отсутствие – 0 баллов

От 1- до 5 специалистов (включительно) – 5 баллов;

От 6- до 11 специалистов (включительно) – 10 баллов;

От 12 - до 17 специалистов (включительно) – 15 баллов;

От 18 - до 21 специалиста (ов) (включительно) – 20 баллов;

От 22 - до 29 специалиста (ов) (включительно) – 25 баллов;

более 29 специалистов – 40 баллов.

По данному показателю оценивается количество у участника закупки штатных сотрудников (руководителей и ключевых специалистов: монтажники, дизайнеры, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры (менеджеры по продажам рекламных плоскостей), маркетологи, фотографы) с высшим и средне -специальным образованием (подтверждается копиями дипломов, сертификатами повышения классификации, аттестатами и т.п.).

**IV. ИТОГОВЫЙ РЕЙТИНГ**

1. Итоговый рейтинг предложения участника по всем критериям оценки по соответствующему лоту определяется по следующей формуле:

Рmax=РЦ+Р1+Р2+Р3, где

Рmax – итоговый рейтинг критериев оценки;

РЦ – рейтинг критерия оценки ценового предложения, в баллах

Р1 - рейтинг критерия «Наилучшее предложение по конструктивно-технологическому и дизайнерскому решениям рекламной конструкции»,

Р2 - рейтинг критерия «Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции (и производство данной рекламы в виде баннеров)»,

Р3 - рейтинг критерия «Квалификация участников конкурса, в том числе наличие опыта работы, связанного с предметом конкурса, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации».

16. Победителем конкурса признается участник конкурса, который предложил наилучшие условия размещения рекламных конструкций (набравший наибольшее количество баллов) и заявке которого присвоен первый номер.

17. При равенстве баллов победителем конкурса признается участник конкурса, заявка которого принята и зарегистрирована ранее.

Приложение №1

к Правилам оценки заявок

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№пп** | **Критерии оценки заявок** | **Значимость критерия в %** | **Коэффициент значимости критерия** |
| 1 | Цена договора | 15% | 0,15 |
| 2 | Наилучшее предложение по конструктивно-технологическому и дизайнерскому решениям рекламной конструкции.  Содержание: наилучшее предложение в соответствии с показателями | 30% | 0,3 |
| 2.1. | Показатель:  Наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения. Коэффициент значимости показателя 0,20 |  |  |
| 2.2. | Показатель:  наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий.  Коэффициент значимости показателя 0,25 |  |  |
| 2.3. | Показатель:  наилучшее предложение по применению антивандальных технологий.  Коэффициент значимости показателя 0,10 |  |  |
| 2.4. | Показатель:  Наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов.  Коэффициент значимости показателя 0,10 |  |  |
| 2.5. | Показатель:  Наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции.  Коэффициент значимости показателя 0,35 |  |  |
| 3 | Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции (и производство данной рекламы в виде баннеров) | 25% | 0,25 |
| 4 | Квалификация участников конкурса, в том числе наличие опыта работы, связанного с предметом конкурса, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации:  Содержание: квалификация участников конкурса в соответствии с показателями | 30% | 0,3 |
| 4.1. | Показатель:  Общее количество исполненных контрактов (договоров) на выполнение Участником работ связанных с предметом конкурса за период с 01.01.2017- по настоящее время.  Коэффициент значимости показателя – 0, 30 |  |  |
| 4.2. | Показатель:  Количество трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов: дизайнеры, монтажники, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры, маркетологи,) предлагаемых для выполнения работ  Коэффициент значимости показателя – 0, 30 |  |  |
| 4.3. | Показатель:  Квалификация трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов: дизайнеры, монтажники, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры, маркетологи) предлагаемых для выполнения работ  Коэффициент значимости показателя – 0, 40 |  |  |
| Сумма значимостей критериев | | 100% | 1 |

Приложение 2

к извещению

Форма №2

На фирменном бланке

Дата, исх. номер

ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ В ОТКРЫТОМ КОНКУРСЕ

ПО ЛОТУ №\_\_\_

*На право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на объектах муниципальной собственности*

1. Изучив конкурсную документацию на право заключения вышеуказанного договора, **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(наименование участника торгов)

в лице, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование должности, Ф.И.О. руководителя, уполномоченного лица для юридического лица)

сообщает о согласии участвовать в конкурсе на условиях, установленных в указанных выше документах, и направляет настоящую заявку.

2. Мы согласны заключить договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с требованиями конкурсной документации и на условиях исполнения договора, которые мы представили в настоящей заявке:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№пп** | **Наименование критерия** | **Предложение участника конкурса** |
| 1 | Цена договора |  |
| 2 | Наилучшее предложение по конструктивно-технологическому и дизайнерскому (внешний вид) решениям рекламной конструкции.  Содержание: наилучшее предложение в соответствии с показателями |  |
| 2.1. | Показатель:  Наилучшее предложение по технологии крепления и смены изображения. Коэффициент значимости показателя 0,20 |  |
| 2.2. | Показатель:  наилучшее предложение по применению энергосберегающих технологий.  Коэффициент значимости показателя 0,25 |  |
| 2.3. | Показатель:  наилучшее предложение по применению антивандальных технологий.  Коэффициент значимости показателя 0,10 |  |
| 2.4. | Показатель:  Наилучшее предложение по применению качественных и долговечных материалов.  Коэффициент значимости показателя 0,10 |  |
| 2.5. | Показатель:  Наилучшее предложение по дизайну внешнего вида рекламной конструкции.  Коэффициент значимости показателя 0,35 |  |
| 3 | Количество дней, предоставляемых для размещения социальной рекламы на одной стороне рекламной конструкции (и производство данной рекламы в виде баннеров) |  |
| 4 | Квалификация участников конкурса, в том числе наличие опыта работы, связанного с предметом конкурса, специалистов и иных работников определенного уровня квалификации:  Содержание: квалификация участников конкурса в соответствии с показателями: |  |
| 4.1. | Показатель:  Общее количество исполненных контрактов (договоров) на выполнение Участником работ связанных с предметом конкурса  за период с 01.01.2017- по настоящее время.  Коэффициент значимости показателя – 0, 30 |  |
| 4.2. | Показатель:  Количество трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов: дизайнеры, монтажники, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры, маркетологи,) предлагаемых для выполнения работ  Коэффициент значимости показателя – 0, 30 |  |
| 4.3. | Показатель:  Квалификация трудовых ресурсов (руководителей и ключевых специалистов: дизайнеры, монтажники, специалисты в области рекламы – менеджеры по рекламе, медиа-менеджеры, маркетологи) предлагаемых для выполнения работ  Коэффициент значимости показателя – 0, 40 |  |

Если в заявке на участие в конкурсе, имеются расхождения между обозначением сумм прописью и цифрами, то принимается к рассмотрению сумма, указанная прописью.

3. Мы ознакомлены с материалами, содержащимися в технической части конкурсной документации, влияющими на стоимость установки и эксплуатации рекламных конструкций.

4. Если наши предложения, изложенные в настоящей заявке, будут приняты, мы берем на себя обязательство заключить с Администрацией города Сургута договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с требованиями конкурсной документации и согласно нашим предложениям, представленным в заявке, которые мы просим включить в Договор.

5. Настоящей заявкой подтверждаем, что в отношении \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование организации - участника торгов, индивидуального предпринимателя)

не проводится процедура ликвидации, банкротства, деятельность не приостановлена, а также, отсутствует задолженность по начисленным налогам, сборам и иным обязательным платежам в бюджеты любого уровня за прошедший календарный год.

6. Настоящим гарантируем достоверность представленной нами в заявке информации и подтверждаем право организатора торгов, не противоречащее требованию формировании равных для всех участников торгов условий, запрашивать у нас, в уполномоченных органах власти и у упомянутых в нашей заявке юридических и физических лиц информацию, уточняющую представленные нами в ней сведения, в том числе сведения о соисполнителях.

7. В случае если наши предложения будут признаны лучшими, мы берем на себя обязательства заключить договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с требованиями конкурсной документации и условиями настоящей заявки.

8. Сообщаем, что для оперативного уведомления нас по вопросам организационного характера и взаимодействия с организатором торгов,нами уполномочен \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О., должность, контактная информация уполномоченного лица).

Все сведения о проведении конкурса просим сообщать указанному уполномоченному лицу.

9. В случае признания нас победителями конкурса, обязуемся заключить договор не позднее 15 дней после завершения торгов и оформления протокола о результатах проведения торгов.

10. В случае если наши предложения будут лучшими после предложений победителя конкурса, а победитель конкурса откажется от заключения договора, мы обязуемся заключить договор в соответствии с требованиями конкурсной документации и условиями нашего предложения, представленными в настоящей заявке в сроки, установленные конкурсной документацией.

11.Корреспонденцию в наш адрес просим направлять по адресу: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

12. Мы ознакомлены с проектом договора и согласны заключить договор на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на условиях, предусмотренных проектом договора, путем включения в него условий, представленных нами в настоящей заявке.

13. Также сообщаем о себе следующие сведения:

Полное наименование/ Ф.И.О, паспортные данные \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Юридический адрес организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Фактический адрес организации/место жительства \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Банковские реквизиты \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Должность руководителя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Фамилия, имя, отчество руководителя (полностью) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Контактные телефоны, должности, фамилии и имена лиц (полностью), уполномоченных для контактов

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Адрес электронной почты \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Участник торгов (уполномоченный представитель)** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Ф.И.О./

*(подпись)*

**МП**

**Главный бухгалтер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Ф.И.О./

*(подпись)*