СТАВРОПОЛЬСКАЯ ГОРОДСКАЯ ДУМА

Р Е Ш Е Н И Е

25 октября 2017 г. г. Ставрополь № 180

О внесении изменений в решение Ставропольской городской Думы
«О некоторых вопросах распространения наружной рекламы на территории города Ставрополя»

В соответствии с Уставом муниципального образования города Ставрополя Ставропольского края Ставропольская городская Дума

РЕШИЛА:

1. Внести в решение Ставропольской городской Думы от 13 ноября 2013 г. № 414 «О некоторых вопросах распространения наружной рекламы на территории города Ставрополя» (с изменениями, внесенными решениями Ставропольской городской Думы от 30 сентября 2014 г. № 546, от 17 ноября 2014 г. № 572, от 17 июня 2015 г. № 683, от 28 июля 2015 г. № 710,
от 26 августа 2015 г. № 723, от 25 ноября 2015 г. № 786, от 30 ноября 2016 г. № 31) следующие изменения:

1) абзац пятый пункта 4.3 раздела 4 приложения 1 признать утратившим силу;

2) в приложении 3:

а) подпункт 21 пункта 5.3 раздела 5 признать утратившим силу;

б) в разделе 6:

пункт 6.10 изложить в следующей редакции:

«6.10. Критериями оценки заявок на участие в конкурсе являются:

1) цена на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Коэффициент значимости – двадцать пять баллов.

Для определения количества баллов, присуждаемых заявке на участие в конкурсе по данному критерию, учитывается начальная (минимальная) цена на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (начальная (минимальная) цена лота), величина которой определяется согласно пункту 1.9 настоящего Положения, а также цена, предложенная участником относительно максимального предложения по данному критерию, и рассчитывается по формуле:

,

*Сзаяв*

=

*Смакс*

казанных конкурсных критериев ( ,стие в конкурсе)

*Справа*



*Кзнач*

где:

Cправа – количество баллов, присуждаемых заявке на участие в конкурсе по данному критерию;

Cзаяв – цена на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (цена лота), указанная в заявке на участие в конкурсе;

Cмакс – максимальное предложение по данному критерию, представленное участниками конкурса;

Кзнач – коэффициент значимости по данному критерию;

2) годовой объем социальной рекламы (в процентах к информационной площади, включенной в лот), который победитель обязуется разместить. Коэффициент значимости – двадцать пять баллов.

Начальное (минимальное) количество годового объема распространяемой социальной рекламы составляет пять процентов (в том числе общей рекламной площади рекламных конструкций).

Количество баллов, присуждаемых заявке на участие в конкурсе по данному критерию, определяется по формуле:

,

=

*V*

*Vс.р.макс.*



*Vс.р.*

*Кзнач*

*с.р.заяв.*

где:

Vс.р. – количество баллов, присуждаемых заявке по данному критерию;

Vс.р.заяв. – количество годового объема распространяемой социальной рекламы, указанное в заявке на участие в конкурсе;

Vс.р.макс. – максимальное предложение по количеству годового объема распространяемой социальной рекламы, предложенное участниками конкурса;

Кзнач – коэффициент значимости по данному критерию;

3) архитектурно-конструктивные решения размещаемых рекламных конструкций. Коэффициент значимости – двадцать пять баллов.

Количество баллов, присуждаемых заявке на участие в конкурсе по данному критерию, определяется как среднее арифметическое количества баллов, присуждаемых каждым членом комиссии заявке на участие в конкурсе, в пределах установленного коэффициента значимости данного критерия и определяется по формуле:

,

1 + *N*2 + ... + *N*x

*х*

*N*

*Dk =*

где:

Dk – количество баллов, присуждаемых заявке по данному критерию;

N – количество баллов, присуждаемых заявке на участие в конкурсе одним членом комиссии в пределах установленного коэффициента значимости данного критерия;

х – количество членов комиссии, присутствующих при проведении оценки и сопоставлении заявок на участие в конкурсе.

При оценке предложений участников по данному критерию учитываются следующие параметры рекламной конструкции, представленные в текстовом виде и с использованием демонстрационных материалов (эскизов оформления рекламной конструкции, рисунков, чертежей, фотографий):

энергоэффективность при ее эксплуатации;

технологичность монтажа и демонтажа;

технические особенности механизма смены информации (статичное информационное поле, информационное поле, содержащее механизм смены изображения);

способ размещения информации (размещение печатных материалов, загрузка мультимедийных файлов);

тип материалов, используемых при изготовлении рекламной конструкции и информационного поля;

наличие подсветки;

уровень шума, производимого движущимися частями рекламной конструкции;

способ и время замены элементов рекламной конструкции в случае их повреждения;

современный внешний вид и максимальное сочетание рекламных конструкций с имеющимися особенностями ландшафта территории в контексте общей объемно-пространственной композиции;

4) осуществление благоустройства территории места установки рекламной конструкции. Коэффициент значимости – двадцать пять баллов.

Количество баллов, присуждаемых заявке на участие в конкурсе по данному критерию, определяется как среднее арифметическое количества баллов, присуждаемых каждым членом комиссии оцениваемой заявке на участие в конкурсе в пределах установленного коэффициента значимости данного критерия и рассчитывается по формуле:

,

 *N1 + N2 + ... + N*x

x

*Втер =*

где:

Втер – количество баллов, присуждаемых заявке на участие заявки на участие в конкурсе по данному критерию;

N – количество баллов, присуждаемых заявке на участие в конкурсе одним членом комиссии в пределах установленного коэффициента значимости данного критерия;

х – количество членов комиссии, присутствующих при проведении оценки и сопоставлении заявок на участие в конкурсе.

При оценке предложений участников по данному критерию учитывается информация, представленная в текстовом виде и с использованием демонстрационных материалов (эскизов оформления рекламной конструкции, рисунков, чертежей, фотографий):

тип материалов, используемых при восстановлении покрытия места установки рекламной конструкции после проведения монтажа (демонтажа) рекламной конструкции;

эффективность и виды планируемых работ по благоустройству территории места установки рекламной конструкции с указанием ее площади, сроков выполнения работ по благоустройству с даты заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.»;

в) дополнить пунктом 6.101 следующего содержания:

«6.101. Совокупность коэффициентов значимости критериев, перечисленных в подпунктах 1–4 пункта 6.10 настоящего Положения, не должна превышать сто баллов.».

2. Настоящее решение вступает в силу на следующий день после дня его официального опубликования в газете «Вечерний Ставрополь».

Исполняющий полномочия председателя

Ставропольской городской Думы

первый заместитель председателя

Ставропольской городской Думы Е.В.Пятак

Глава города Ставрополя А.Х.Джатдоев

Подписано \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.