



GLAVNI URED

**POZIV ZA PRIKUPLJANJE PONUDA ZA OFFLINE OGLAŠAVANJE U TISKOVNIM
MEDIJIMA NA TRŽIŠTU FRANCUSKE**

1. Uvodne postavke

Temeljem Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020 i Programa rada Hrvatske turističke zajednice za 2014. godinu, offline komunikacija hrvatskog turizma u 2014. mora biti u funkciji ostvarenja strateških marketinških ciljeva hrvatskog turizma i to:

- a) Povećanje turističkog prometa u razdoblju pred i posezone,
- b) Povećanja broja dolazaka u kontinentalnim odredištima,
- c) Povećanje prosječne dnevne potrošnje turista,
- d) Jačanje snage nacionalnog turističkog brenda Hrvatske.

Pored toga, treba voditi računa i o:

- a) Pozicioniranjem Hrvatske kao netaknute destinacije s autentične i jedinstvene destinacije karakterizirane:
 - lijepom i raznolikom prirodom,
 - lijepim morem i obalom,
 - bogatom kulturom i povijesti,
 - bogatom i raznolikom gastronomijom
- b) Razvoju i primjeni novih marketinških modela, temeljenih na iskustvima i emocijama turista,
- c) Dodatnoj strukturalnoj razradi kampanje oglašavanja, u svrhu povećanja učinkovitosti te kvalitetnijeg obraćanja tržištu,
- d) Korištenju modernih komunikacijskih kanala,
- e) Primjeni strategije geo-marketinga.

O navedenim ciljevima treba voditi računa kod raspisivanja i koncipiranja poziva za offline oglašavanje u 2014. godini.

2. Ciljne skupine

Ciljne skupine definiraju se kako slijedi:

- | | |
|-------------------------|---|
| ➤ Parovi: | starosna dob 30-39, 40-54, 55+, srednje-visoka primanja, |
| ➤ Obitelji: | starosna dob 30-39, 40-54, srednje visoka i visoka primanja, |
| ➤ Prijatelji: | starosna dob 18-29, srednje visoka i visoka primanja, |
| ➤ Spol: | žene i muškarci podjednako, |
| ➤ Prebivalište: | europski veliki gradovi sa više od 100.000 stanovnika, |
| ➤ Stručna sprema: | najmanje SSS, odnosno VSS ili više, |
| ➤ Motiv putovanja: | opuštanje, istraživanje i otkrivanje, uživanje, |
| ➤ Učestalost putovanja: | osobe koje realiziraju najmanje jedno ili više turistička putovanja godišnje, koje su putovale i prije i koje su upoznate sa sličnim destinacijama, |
| ➤ Korištenje Interneta: | osobe koje su upućene u Internet i web za inspiraciju i informaciju o destinaciji i koriste Internet za bukiranje putovanja. |

U natječaju treba definirati točno specificiran izvor koji ponuditelj može koristiti za informacije o ciljnoj skupini temeljem koje će se provoditi parametri Reach1+, Reach5+ i GRP.

3. Tisak

A)

Zadan je fiksni budget za tržište, fiksni mediji/publikacije i fiksno vremensko razdoblje– ponuda mora biti formirana TOČNO u okviru zadanog FIKSNOG **NETO** IZNOSA, fiksnih medija/publikacija i fiksnog vremenskog razdoblja – ponude s različitom ukupnom cijenom, različitim fiksnim medijima/publikacijama i različitim vremenskim razdobljem neće se razmatrati. Minimalni format je 1/3 stranice.

Ponude se moraju dostaviti na jeziku zemlje i engleskom jeziku ili samo na engleskom jeziku.

VREMENSKO RAZDOBLJE OGLAŠAVANJA

Travanj-svibanj-lipanj i OBJAVA u Paris-IDF u rujnu.

VRSTE MEDIJA

Želimo oglašavati u specijaliziranim regionalnim izdanjima nacionalnih ženskih časopisa i TV vijesti. Komunikacija mora biti locirana na područja Parizu-IDF (40% proračuna), Lyon-Rhone Alpes (30% od proračuna), Marseille-PACA (20% od proračuna) i Lille-NPDC (10% od proračuna ciljanje)

Odabrani časopisi :

Femme Actuelle, Paris Match (Paris-Idf), Biba (Paris-Idf), Grazia (Paris-Idf), Télé Loisirs, Version Fémina, Télé 7 Jours, Elle, Le Point villes.

Želimo da se naši oglasi plasiraju **samo ispred redakcijskih članaka** (ne između drugih reklama). Uglavnom 1/2 stranice, ali i neke pune stranice kako bi advertorials.

UKUPNI PRORAČUN: 102,000 € bez PDV

Ovaj proračun treba uključiti sve tehničke troškove (grafika retuširanje) i vasu zaradu.

Ponude s različitim proračunom od zadanog, različitim vremenskim razdobljem od zadanog i s različitim medijima od zadanih neće se razmatrati.

B)

U ponudi je obavezno potrebno iskazati sljedeće parametre:

- a) Reach 1+ za traženu ciljnu skupinu
- b) Reach 5+ za traženu ciljnu skupinu
- c) Ukupan GRP (Gross Rating Point)
- d) Media Plan

Ponuda koja nema iskazan neki od navedenih parametara, neće se razmatrati.

C)

Ponuda mora uključivati „Post buy analizu“ koju je agencija dužna ispostaviti po provedbi kampanje, prethodno ispostavljanju završne fakture. Ispostavljanje post buy analize mora biti uključeno u cijenu ponude i ne smije biti iskazano kao zasebna cjenovna stavka, već se ponuđač u ponudi mora obvezati da će po provedbi kampanje isporučiti post buy analizu kao uvjet za isplatu od strane naručitelja (paziti kada se sklapa ugovor!).

Također, u cijenu ponude moraju biti uključeni svi potrebni dodatni troškovi (npr. troškovi tiskanja plakata, adaptacije oglasa, troškovi provizija prema dobavljačima i partnerima i drugi troškovi agencije i sl).

Agencija s kojom će se potpisivati ugovor račune i post by analizu mora dostaviti na engleskom jeziku.

D)

Svako predstavništvo je dužno pribaviti najmanje 3 usporedive ponude, dakle, ponude koje sadrže sve tražene parametre.

4. Način provedbe oglašavanja:

1. Prilikom provođenja offline oglašavanja potrebno je voditi računa o tome da se oglašavanje realizira sukladno prihvaćenoj ponudi i medija planu.
2. Ponuditelj se obvezuje tijekom trajanja kampanje Hrvatskoj turističkoj zajednici, na njeno traženje, omogućiti uvid u tijek kampanje te utrošena sredstva putem post buy analize i plaćenih faktura dobavljača za već realizirani dio medija plana.
3. Komunikacija s naručiteljem:

Nastavno na provedenu natječajnu dokumentaciju i potpisan Ugovor, ponuditelj se obvezuje:

- delegirati minimalno jednu osobu koja mora biti dostupna za komunikaciju sa Službom za offline komunikaciju Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice i pojedinim Predstavništvima, na dnevnoj razini. Za navedenu osobu ponuditelj se obvezuje dostaviti kontakt podatke.
- Na svaki upit poslan elektroničkom poštom od strane Hrvatske turističke zajednice i Predstavništava Hrvatske turističke zajednice, ponuditelj se obvezuje odgovoriti u roku od 48 sati.

5. Način analize i provjere oglašavanja od strane Hrvatske turističke zajednice:

Za vrijeme i nakon kampanje, ponuditelj će omogućiti Hrvatskoj turističkoj zajednici nadzor nad kampanjom, te utrošenim sredstvima, a na kraju će Hrvatskoj turističkoj zajednici predati cjelokupnu dokumentaciju, te ugovorno prihvatiti da u slučaju nepredane pravno dokazive dokumentacije ne potražuje od Hrvatske turističke zajednice taj dio sredstava.

6. Način dostave računa:

Glavni ured Hrvatske turističke zajednice službeno je dobio **PDV identifikacijski broj HR72501368180**. Poslovni partneri iz inozemstva PDV identifikacijski broj Glavnog ureda mogu provjeriti u međunarodnoj VIES bazi te nastavno na to ispostavljati račune bez PDV-a uz napomenu „**Reverse charge**“ te sa izraženim vlastitim PDV identifikacijskim brojem.

Uz račun s naznakom „**Račun za usluge offline oglašavanja**“ mora biti priložena specifikacija realiziranih troškova te potpuna i uredna dokumentacija. Bez potpune i uredne dokumentacije kompletno dostavljene za svaki mjesec Hrvatska turistička zajednica neće biti u mogućnosti izvršiti plaćanje računa za protekli mjesec.

Pod potpunom i urednom dokumentacijom smatra se:

- Potpisani Ugovor čiji je obvezni dio usuglašeni medija plan koji sadrži specifikaciju oglašavanja po medijima i terminima, te financijsku specifikaciju svakog pojedinog oglasa i ukupnog financijskog iznosa oglašavanja,
- Dokaznice o provedenom oglašavanju u tiskovnim medijima, odnosno originalni primjerci tiskovina u kojima je objavljen oglasa sukladno medija planu
- Post by analiza za realizirani dio medija plana za koji se ispostavlja račun
- Post by analiza cjelokupne kampanje po završetku kampanje i ispostavljanju zadnjeg računa.

Stavke koje moraju biti istaknute na računu su:

- Vremensko razdoblje oglašavanja
- Naznaka „Račun za usluge offline oglašavanja u tiskovnim medijima“

- Naziv zemlje u kojoj je oglašavanje provedeno – za svaku zemlju ponuditelj se obvezuje kreirati zasebnu fakturu.
- Ostale obvezne stavke propisane zakonom.

7. Način provedbe plaćanja:

Ponuditelj se obvezuje dostavljati mjesečno izvješće u obliku «**post buy analize**» o realiziranom stanju prilikom provođenja usluge offline oglašavanja u tiskovnim medijima, vanjskog oglašavanja i oglašavanja na TV i radiju.

Plaćanje računa izvršavat će se na mjesečnoj bazi, za protekli mjesec. Računi moraju biti popraćeni definiranom potpunom i urednom dokumentacijom bez koje Hrvatska turistička zajednica neće biti u mogućnosti izvršiti plaćanje. Za svako tržište obvezno je kreirati zaseban račun.

Valuta plaćanja prema ponuditelju je 30 dana od zaprimanja računa sa priloženom potpunom i urednom dokumentacijom.

10. Način dostave ponude

1. mjesto dostave ponuda:

Isporuka:

Office National Croate de Tourisme, 48 avenue Victor Hugo, 75116 Paris - France.

2. Datum i vrijeme dostave ponuda:

Rok za dostavu ponuda je: **utorak 4. ožujka 2014 u 12:00.**

duljina trajanja ugovora:

od potpisa Ugovora do: 31. prosinca 2014

3. opis i oznaka grupa ili dijelova predmeta nabave, ako je dopušten takav način nudičenja

Ponuditelj se može natjecati za jedno ili više tržišta.

4. uvjeti sposobnosti gospodarskih subjekata, naziv dokaza sposobnosti te vrijednosne pokazatelje dokaza ako se mogu iskazati

a) Dokaz pravne i poslovne sposobnosti:

- Naziv dokaza sposobnosti: isprava o upisu u poslovni, sudski (trgovački), strukovni, obrtni ili drugi odgovarajući registar ili odgovarajuća potvrda,
- Naziv dokaza sposobnosti: potvrda porezne uprave o stanju duga, odnosno istovrijedna isprava nadležnog tijela zemlje sjedišta ponuditelja,
- ovlaštenje, suglasnost i slično ako su gospodarskom subjektu potrebni u zemlji sjedišta za obavljanje djelatnosti povezane s predmetom nabave.
- Naziv izdavatelja dokaza sposobnosti: nadležni Trgovački sud, Obrtni registar, odnosno odgovarajući strukovni ili poslovni registar.
- Vrijednosni pokazatelj dokaza sposobnosti: ponuditelj mora dokazati da je registriran za obavljanje poslova, odnosno djelatnosti koja je predmet nabave.
- Ako se dokazi ne izdaju u zemlji sjedišta gospodarskog subjekta, ponuditelji su dužni dostaviti odgovarajuću izjavu s ovjerom potpisa kod nadležnog tijela.

b) Jamstvo za uredno ispunjenje ugovora

- „Post buy analiza“ koju je ponuditelj dužan ispostaviti po provedbi kampanje mora biti uključeno u cijenu ponude i ne smije biti iskazana kao zasebna cjenovna stavka, već se ponuditelj u ponudi mora obvezati da će po provedbi kampanje isporučiti post buy analizu kao uvjet za isplatu od strane naručitelja.

- Ponuditelj se obvezuje dostavljati mjesečno izvješće u obliku «post buy analize» o realiziranom stanju prilikom provođenja usluge offline oglašavanja u tiskovnim medijima, vanjskog oglašavanja i oglašavanja na TV i radiju.

c) Jamstvo će se aktivirati za slučaj:

- Ukoliko ponuditelj ne dostavi potpunu i urednu dokumentaciju navedenu pod točkom 8, Hrvatska turistička zajednica neće biti u mogućnosti izvršiti plaćanje.
- Ukoliko se post by analizom cjelokupne kampanje po završetku kampanje i ispostavljanju zadnjeg računa utvrdi kumulativ ostvarenog GRP manji od planiranog GRP za predmetno oglašavanje, Hrvatska turistička zajednica bit će u mogućnosti isplatiti račun u visini postotnog ostvarenja GRP-a u odnosu na planirani GRP.

5. oblik, način izrade, sadržaj i način dostave ponuda

a) Oblik i način izrade ponuda

- Ponuda mora biti izrađena u obliku naznačenom u dokumentaciji za nadmetanje.
- Ponuda mora biti uvezana u cjelinu jamstvenikom, s pečatom na poledini.
- Sve stranice ponude označavaju se rednim brojem stranice kroz ukupan broj stranica ponude ili ukupan broj stranica ponude kroz redni broj stranice.
- Ponude se pišu neizbrisivom tintom.
- Ispravci u ponudi moraju biti izrađeni na način da su vidljivi ili dokazivi. Ispravci moraju uz navod datuma biti potvrđeni pravovaljanim potpisom i pečatom ovlaštene osobe gospodarskog subjekta.

b) Sadržaj ponude:

Ponudu sačinjavaju ispunjeni i od ovlaštene osobe ponuditelja potpisani i ovjereni:

- ispunjeni obrazac ponude (**Prilog 1.**), ispisani i na elektroničkom mediju – ispuniti i dostaviti samo vrste medija za koja se Ponuditelj natječe
- dokazi sposobnosti,
- detaljan plan oglašavanja: detaljan plan oglašavanja uključuje tablicu sa točno praćenom raspodjelom proračuna i terminskog plana traženog natječajnom dokumentacijom te Reach1+, Reach5+ i GRP
- opis načina omogućavanja nadzora kampanje od strane Hrvatske turističke zajednice
- opis načina dokazivanja utrošenih sredstava
- popis svih sastavnih dijelova i/ili priloga ponude
- sve ostalo što je zatraženo Dokumentacijom za nadmetanje.

Ponuditelj je obvezan dostaviti sve tražene dokaze iz točke 10.4., a nedostatak ovih dokaza neotklonjiv je nedostatak. Dokazi o sposobnosti iz točke 10.4., moraju biti u izvorniku ili ovjerenom preslici, javnobilježnička ovjera ili ovjera mjerodavnog tijela države sjedišta Ponuditelja.

c) Način ispostavljanja ponuda:

Ponuda se dostavlja u pisanom obliku, u zatvorenoj omotnici s nazivom i adresom naručitelja, nazivom i adresom ponuditelja, naznakom predmeta nabave na koji se ponuda odnosi:

"za provedbu postupka nabave usluga offline oglašavanja u tiskovnim medijima na tržištu Francuske"

te ostalim podacima sukladno dokumentaciji za nadmetanje. U roku za dostavu ponude ponuditelj može dodatnom, pravovaljano potpisanom izjavom izmijeniti svoju ponudu, nadopuniti je ili od nje odustati. Izmjena ili dopuna ponude dostavlja se na isti način kao i ponuda.

6. dopustivost dostave ponuda elektroničkim putem

Ponude je potrebno dostaviti i u elektroničkom obliku.

7. o dopustivosti alternativnih ponuda

Nisu dopustive alternativne ponude.

8. rok, način i uvjeti plaćanja

Plaćanje će se obaviti u roku od 30 dana od obavljanja usluge i ispostavljanja računa sa potpunom i urednom dokumentacijom iz točke 8. Avansno plaćanje je isključeno.

9. rok valjanosti ponude

60 dana od dana određenog za dostavu ponude.

10. jezik ili jezici na kojima se izrađuje ponuda ili dio ponude: jezik zemlje ponuditelja i engleski jezik

11. datum, vrijeme i mjesto dostave i otvaranja ponuda

Rok za dostavu je utorak 4. ožujka 2014 u 12:00, mjesto dostave ponuda je Office National Croate de Tourisme, 48 avenue Victor Hugo 75116 Paris – France i e-mailom na croatie.ot@wanadoo.fr + cc presse.croatie.ot@wanadoo.fr. Telefon: 01 45 00 99 57

12. rok donošenja odluke o odabiru ili poništenju

30 dana od dana isteka roka za dostavu ponude.

13. stavljanje na raspolaganje dokumentacije za nadmetanje

Dokumentacija za nadmetanje je stavljena na raspolaganje putem Internet stranice www.croatia.hr i <http://croatia.hr/fr-FR/Representation-nationale/France>.

Krajnji rok za preuzimanje dokumentacije je: utorak 4. ožujka 2014 u 12:00.

Vrijeme otvaranja ponuda je: utorak 4. ožujka 2014 u 12:00.

Mjesto otvaranja ponuda je Office National Croate de Tourisme à Paris, 48 avenue Victor Hugo 75116 Paris – France.

Prilog 1. Dokumentacije za nadmetanje**Obrazac ponude****Ponuda za offline oglašavanja u tiskovnim medijima na tržištu Francuske**

Naziv ponuditelja	
Adresa ponuditelja	
Matični broj	
OIB	
Tel.	
Faks	
E-mail	
Ime i prezime odgovorne osobe	
Osoba za kontakt	
Rok valjanosti ponude	

POTPIS I PEČAT OVLAŠTENE OSOBE
