



**HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA**  
**123610, МОСКВА**  
**КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ НАБ.,12**  
**ОФ. 1502**  
**Tel. : +7 495 987 19 01, +7 495 258 15 07**  
**fax: +7 495 258 15 07**  
**E-mail: htzmoskva@mail.ru**

Москва, 21.03.2014

**Кому: всем международным, хорватским и российским рекламным агентствам**

**ТЕНДЕР: СБОР ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО ОФФЛАЙН РЕКЛАМЕ – В ПЕЧАТНЫХ СМИ В РОССИИ В 2014 ГОДУ:**

**А) рекламная кампания в СМИ (газеты, журналы, специализированные туристические издания) на рынке России в 2014 году.**

**Представительство Хорватского Туристического Сообщества (ХТС) в Москве проводит тендер по сбору предложений по рекламе в печатных СМИ на рынке России (в газетах, журналах, специализированных туристических изданиях).**

Все предложения должны отвечать следующим критериям:

**- общая стоимость рекламы в печатных СМИ в РОССИИ в 2014 году составляет нетто 349.600 хорватских кун или 46.500 евро;**

**- реклама должна быть представлена в печатных СМИ 1-ой категории, которые выпускаются в крупных городах России с населением 1 млн жителей. Печатные СМИ должны носить профессиональный и массовый характер. Желаемые издания:**

- «Турбизнес»
- «Туринфо»
- «Туризм»
- «Домодедово»
- «Высокий полет»
- «Вояж»
- «National Health Magazine»

- «Star Hit»
- «Уральские авиалинии»
- «ВИМ Авиа»
- «Discovery»
- «Турнавигатор» (Санкт-Петербург)
- «За рубежом»

- Причинами для перечисления вышепредставленных изданий является их высокий рейтинг и их присутствие на рынке почти всех крупных городов России. Во время анализа и выбора самого лучшего предложения нужно иметь в виду, что издания должны быть одинаковой популярности и качества.

- период проведения рекламы: май, июнь, июль, август, сентябрь 2014 года. В предложении следует точно указать месяц выхода издания, количество страниц рекламы и стоимость по каждой странице и совместно.

- преимущество при выборе рекламного агентства будут иметь предложения, которые к рекламе будут иметь бесплатный бонус в виде статей о Хорватии. Следует учитывать, что тексты должны носить следующую тематику: солнце и море, особые интересы, путешествие, наутика, кемпинг, культура, туры, вино и гастрономия, конгрессы.

- содержать информацию о количестве страниц и о стоимости рекламы.

- содержать информацию о периоде и количестве рекламы по каждому изданию.

- содержать информацию об источнике, на основе которого будет сделан анализ продуктивности рекламы, т.е. какие виды анализа будет содержать реклама (Reach 1+, Reach 5+, GRP).

- сроки оплаты рекламы: в течение 30 дней после получения счета-фактуры и доказательства о реализации рекламы за каждый месяц.

- рекламное агентство в своем предложении обязано прописать то, что во время проведения рекламной кампании обязуется Хорватскому Туристическому Сообществу, по его запросу, предоставить информацию о ходе кампании, потраченных средствах, пост-бай анализе и оплаченных счетах.

- предлагатель услуг также обязуется назначить хотя бы одно лицо, отвечающее за коммуникацию со Службой по офлайн рекламе Головного офиса ХТС и Представительства ХТС в течение дня.

- предлагатель услуг должен к своему предложению приложить доказательство того, что имеет лицензию на оказание данных услуг, т.е. рекламных услуг, которые являются предметом данного тендера.

- предлагатель обязан после проведения рекламной кампании провести пост-бай анализ, стоимость которого должна быть включена в общую стоимость предложения. Услуга пост-бай анализа не может быть представлена как отдельная услуга для оплаты.

- все предложения должны быть доставлены в Представительство ХТС в Москве до истечения срока тендера, запечатанными в конверте. Предложения должны быть отправлены на представленный адрес Предствительства с прописанной датой отправки письма.

- целевая аудитория:

- Пары: в возрасте от 30 до 39 лет; от 40 до 54 лет; от 55+ с доходами выше среднего
- Семьи: в возрасте от 30 до 39 лет; от 40 до 54 лет; с доходами выше среднего и высокими
- Группы друзей: в возрасте от 18 до 29 лет; с доходами выше среднего и высокими
- Пол: мужской и женский
- Проживание: большие города с более 100.000 жителей
- Образование: среднее или высшее
- Цель путешествия: отдых, знакомство с новыми местами, расслабление
- Частота путешествий: одно или большее количество путешествий в год
- Пользование интернетом: лица, пользующиеся интернетом для поиска информации о туристическом направлении и бронирования путешествия

- Специальные условия:

1. Способ предоставления счета-фактуры:

**Головной офис Хорватского Туристического Сообщества получил официальный идентификационный НДС номер HR72501368180. Иностранные партнеры данный идентификационный НДС номер Головного офиса могут проверить в международной VIES базе. Партнеры могут выписать счет-фактуру без суммы НДС, но с напоминанием «Reverse charge» и со своим личным НДС идентификационным номером. (С учетом того, что Россия и Украина не в составе ЕС эти данные для них менее важны, но в любом случае обуславливают наш статус как фирмы).**

Помимо счета-фактуры с названием «Счет за услуги оффлайн рекламы» должны быть приложены спецификация реализованных расходов, а также полная и правильная документация. Без полной и правильной документации, доставляемой комплектно каждый месяц, Хорватское Туристическое Сообщество не будет иметь возможности произвести оплату счета-фактуры за прошедший месяц.

Под полной и правильной документацией подразумевается:

- Подписанный Договор, обязательной составной частью которого является медиаплан, содержащий спецификацию рекламы по медиа и периодам, а также финансовую

спецификацию каждой конкретной рекламы (объявления) и общей финансовой суммы рекламы.

- Доказательства о проведенной рекламе в печатных СМИ, т.е. оригинальные примеры изданий, в которых опубликована реклама согласно медиаплану.
- Фотодокументация с плакатных мест, согласно медиаплану, и список плакатных мест, заверенных со стороны предлагателя подписью и печатью.
- Аудио-видео запись ТВ ролика или радио-ролика эфира на CD или DVD носителях для ТВ и/или радио рекламы, согласно медиаплану. А также список программ с периодом эмитирования, заверенный печатью и подписью лица с ТВ и/или радиостанции.
- Пост-бай анализ за реализованную часть медиаплана за который выдается счет-фактура.
- Пост-бай анализ целой рекламной кампании после окончания кампании и выставления последней счет-фактуры.

Данные, которые должны быть прописаны в счете-фактуре:

- Период проведения рекламы;
- Название счета-фактуры: «Счет-фактура за услуги оффлайн рекламы в печатных СМИ и/или баннерная реклама и/или реклама на ТВ и радио»;
- Название страны, в которой была проведена реклама – для каждой страны исполнитель обязуется выставить отдельную счет-фактуру;
- Остальные данные, предусмотренные законом.

**2. Условия о доказательстве способностей экономического субъекта, название доказательства о способности, ценовые показатели доказательства способности, если могут быть приложены (этот раздел является частью тендерной документации).**

А) Доказательства юридической и деловой способности:

- Название доказательства о способности: подтверждение о регистрации бизнеса в судебном (торговом), профессиональном или другом соответствующем реестре или другое соответствующее подтверждение.
- Название доказательства о способности: подтверждение из налоговой о состоянии долга или другое соответствующее подтверждение, выданное компетентным органом в стране, месте работы компании.
- Лицензии и другие документы, выданные в стране, месте работы компании, которые данному экономическому субъекту подтверждают право на оказание услуг, являющихся предметом данного тендера.
- Название органа, выдавшего доказательства о способностях: компетентный Торговый суд, Торговый реестр или другой соответствующий профессиональный реестр.
- Ценовые показатели доказательства способности: предлагатель должен доказать то, что он зарегистрирован для оказания услуг, являющихся предметом данного тендера.

- Если доказательства не могут быть выданы в стране, месте работы субъекта, предлагатели должны предоставить соответствующее заявление, заверенное подписью компетентного органа.

#### Б) Гарантия упорядоченного выполнения условий Договора

- «Пост-бай анализ», который предлагатель должен предоставить заказчику после проведения рекламной кампании, должен быть включен в стоимость предложения и не должен быть представлен как отдельная услуга для оплаты. Предлагатель в своем предложении обязуется после проведения рекламной кампании предоставить пост-бай анализ, как условие для оплаты со стороны заказчика.
- Исполнитель также обязуется доставлять ежемесячный пост-бай анализ о реализованной оффлайн рекламной кампании в печатных СМИ, наружной рекламы и рекламы на ТВ и радио.

#### С) Гарантия будет применена в случае:

- Если исполнитель не предоставит полную и правильную документацию, описанную выше, Хорватское Туристическое Сообщество не будет иметь возможности произвести оплату.
- Если после проведения заключительного пост-бай анализа целой рекламной кампании после ее окончания и предоставления последней счет-фактуры окажется, что реализованный GRP меньше от планированного GRP за данный вид рекламы, то Хорватское Туристическое Сообщество сможет оплатить только счет-фактуру на реализованный GRP, а не на планированный GRP.

#### **ПОСЛЕДНИЙ СРОК ДЛЯ ОТПРАВКИ ПРЕДЛОЖЕНИЙ – 04.04..2014.**

- Предложение должно быть сшито, с подписью и печатью на обороте;
- Все страницы предложения должны быть пронумерованы;
- Предложение должно быть представлено в письменном виде, послано в закрытом письме, с указанными названием и адресом заказчика, названием и адресом предлагателя и предметом предложения;
- Предложение должно быть написано на языке страны предлагателя и на английском языке, или только на английском языке и выслано на адрес Предствительства ХТС.
  
- Срок принятия решения о выборе предложения – 30 дней по истечении срока проведения тендера;

- Приглашение к принятию участия в тендере будет выслано на электронные адреса рекламных агентств (не менее 5 агентств). Приглашение к принятию участия в тендере можно найти также на сайте ХТС: [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr)
- Все агентства, отправившие свое предложение на основе приглашения с сайта, также равноправно принимают участие в тендере.

Предствительство ХТС в России

Москва, 21.03.2014.