



Hrvatska turistička zajednica

Hrvatska turistička zajednica

raspisuje:

Poziv za prikupljanje ponuda za oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u tisku, na televiziji te putem vanjskog oglašavanja i na području Republike Češke u 2014. godini

ČLANAK 1

Strateški marketinški ciljevi hrvatskog turizma

- 1) Povećanje turističkog prometa u razdoblju pred i posezone,
- 2) Povećanja broja dolazaka u kontinentalnim odredištima,
- 3) Povećanje prosječne dnevne potrošnje turista,
- 4) Jačanje snage nacionalnog turističkog brenda Hrvatske.

ČLANAK 2

Ciljne skupine

- 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: županijski gradovi
- Stručna sprema: najmanje SSS, odnosno VSS ili više,
- Motiv putovanja: opuštanje, istraživanje i otkrivanje, uživanje,
- Učestalost putovanja: osobe koje realiziraju najmanje jedno ili više turističkih 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.

ČLANAK 3

Ključni turistički proizvodi

- Sunce i more
- Posebni interesi
- Kratka putovanja
- Nautika
- Kamping
- Kultura
- Vino i gastronomija

ČLANAK 4

Oglašavanje obuhvaća:

4.1 Oglašavanje na televiziji

- 1) Proračun: **74.000,00 € (bez PDV)**
- 2) Vrijeme realizacije: 01.04. – 15.06.2014.
 - a) cca. 40 % proračuna u vremenu: travanj 2014.
 - b) cca. 40 % proračuna u vremenu: svibanj 2014.
 - c) cca. 20 % proračuna u vremenu: lipanj 2014.
- 3) Oglašavanje na bazi spota u trajanju 20 sec
- 4) TV postaja: Češka televizija
- 5) U ponudi je obavezno iskazati sljedeće parametre:
 - a) Reach 1+ za traženu ciljnu skupinu
 - b) Reach 5+ za traženu ciljnu skupinu
 - c) Ukupan GRP
 - d) Media Plan
- 6) Ponuda koja nema iskazan jedan od parametara neće se razmatrati.

4.2 Oglašavanje u tiskovnim medijima

- 1) Proračun: **41.000,00 € (bez PDV)**
 - 1.1) 35% proračuna treba biti utrošeno na oglašavanje sljedećih ključnih turističkih proizvoda: kempink, nautika, eno i gastro, kultura
 - 1.2) 65% proračuna treba biti utrošeno na oglašavanje proizvoda sunce i more.Ponuda treba sadržavati postotnu raspodjelu oglašavanja po pojedinim turističkim proizvodima.
- 2) Vrijeme realizacije: 01.04. – 15.06.2014.
 - a) cca. 40 % proračuna u vremenu: travanj 2014.
 - b) cca. 40 % proračuna u vremenu: svibanj 2014.
 - c) cca. 20 % proračuna u vremenu: lipanj 2014.
- 3) Oblik oglašavanja: oglasi / PR članci
- 4) Minimalna veličina oglasa: 1/3 stranice (iznimka u prethodnom dogovoru s predstavništvom u Pragu)
- 5) U ponudi je obavezno iskazati sljedeće parametre:
 - a) Reach 1+ za traženu ciljnu skupinu
 - b) Reach 5+ za traženu ciljnu skupinu
 - c) Ukupan GRP
 - d) Media Plan
- 6) Ponuda koja nema iskazan jedan od parametar neće se razmatrati.
- 7) Popis medija u prilogu (Prilog 1.).

4.3 Vanjsko oglašavanje

- 1) Proračun: **17.000,00 € (bez PDV)**
- 2) Vrijeme realizacije: 01.04.-15.06.2014.
- 3) Područje koje treba kampanja obuhvatiti: županijski gradovi
- 4) U ponudi je obavezno iskazati sljedeće parametre:
 - a) Reach 1+ za traženu ciljnu skupinu
 - b) Reach 5+ za traženu ciljnu skupinu
 - c) Ukupan GRP

d) Geografski plan

Ponuda koja nema iskazan jedan od parametara neće se razmatrati.

ČLANAK 5

Promotivni alati

Hrvatska turistička zajednica dostavlja izvođaču promotivne alate za realizaciju kampanje. Ukupna sredstva za pojedinu vrstu oglašavanja uključuju i sve dodatne troškove prilagodbe promotivnih alata (tiskanje, sinkronizacije, prilagođavanja i dr.).

ČLANAK 6

Analiza i provjera oglašavanja od strane Hrvatske turističke zajednica

6.1. Post buy analiza i dokaznice

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.

Po provedbi kampanje odabrani izvođač oglašavanja se obvezuje ispostaviti konačnu Post buy analizu i dostaviti sve dokaznice, prethodno ispostavljanju završne fakture. Ispostavljanje „Post buy analize“ i dostavljanje dokaznica je uključeno u cijenu ponude te se izvođač oglašavanja obvezuje da će po provedbi kampanje dostaviti „Post buy analizu“ i dokaznice kao uvijet za isplatu od strane naručitelja. Post buy analiza mora biti dostavljena na engleskom jeziku.

U izradi Post buy analize propisano je korištenje sljedećih izvora informacija o ciljnoj skupini temeljem koje se provode parametri Reach1+, Reach5+ i GRP:

- Televizija: ATO
- Tisak: MEDIAPROJEKT
- Radio: RADIOPROJEKT
- Outdoor: EXPERTNI ODHAD

6.2 Analiza i provjera

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.

6.2.1 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.

6.2.2 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.

ČLANAK 7

Način dostave računa i plaćanje

„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 oglas sukladno medija planu
- Fotodokumentacija za plakatnih mjesta sukladno medija planu i popis plakatnih mjesta ovjeren od ponuditelja potpisom i pečatom.
- Snimka/audio-video zapis TV ili radio spota iz etera na CD-u ili DVD-u za TV i/ili radio oglašavanje sukladno medija planu te programski ispis emitiranih termina ovjeren pečatom i potpisom od TV i/ili radio postaje.
- 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 i/ili oglašavanje putem plakatiranja i/ili oglašavanje na TV i radiju“
- Naziv zemlje u kojoj je oglašavanje provedeno – za svaku zemlju ponuditelj se obvezuje kreirati zasebnu fakturu.
- Ostale obvezne stavke propisane zakonom.

– **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.

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

- **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.

- **Jamstvo će se aktivirati u slučaju:**
 - Ukoliko ponuditelj ne dostavi potpunu i urednu dokumentaciju, 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.

ČLANAK 8

Način dostave ponude

Ponuda mora biti izražena u EUR-ima i mora biti dostavljena u pisanom i elektronskom obliku u zatvorenoj omotnici s nazivom i adresom naručitelja, nazivom i adresom ponuditelja, s naznakom predmeta nabave na koji se ponuda odnosi:

"za provedbu postupka nabave usluga offline oglašavanja u tiskovnim medijima, vanjskog oglašavanja i/ili oglašavanja na TV i radiju na češkom tržištu - ne otvaraj"

na engleskom i češkom jeziku ili samo na engleskom jeziku

na adresu:

**Chorvatské turistické sdružení
Krakovská 25
110 00 Praha 1
Česká republika**

ČLANAK 9

Sadržaj ponude

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

- ispunjeni obrazac ponude (**Prilog 2.**), 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.

9.2 Dokazni 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.

Ponuditelj je obvezan dostaviti sve tražene dokaze iz točke 9.1., a nedostatak ovih dokaza neotklonjiv je nedostatak. Dokazi o sposobnosti iz točke 9.1., moraju biti u izvorniku ili ovjerenoj preslici, javnobilježnička ovjera ili ovjera mjerodavnog tijela države sjedišta Ponuditelja.

ČLANAK 10

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 poleđini.
- 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.

ČLANAK 11

Rok za prijavu traje od dana objave do zaključno 17.03.2014. do 10:00.

ČLANAK 12

Ponude s različitom ukupnom cijenom, različitim medijima, različitim vremenskim razdobljem i bez uključenih troškova prilagodbe promotivnih alata neće se razmatrati.

U Pragu, 03.03.2014.

Prilog 1. Dokumentacije za nadmetanje

POPIS MEDIJA ZA OGLAŠAVANJE U TISKU:

1. DNEVNE NOVINE:

- MF Dnes
- Lidové noviny
- Právo
- Hospodářské noviny
- BLESK / Blesk pro ženy
- Metro

2. TJEDNICI:

- Vlasta
- Překvapení
- Rytmus života
- Pestrý svět
- Chílka pro tebe
- Květy
- Respekt
- Ekonom
- TV Magazín

3. MJESEČNICI:

- Travel Digest
- Koktejl
- Lidé a země
- National Geographic
- Yachting Revue
- Yacht
- Caravan
- Wine & Degustation

4. DVOMJESEČNICI

- Camping, Cars & Caravans

Prilog 2. Dokumentacije za nadmetanje

Obrazac ponude

Ponuda za offline oglašavanja u tiskovnim medijima, vanjskog oglašavanja i oglašavanja na TV i radiju na emitivnim tržištima

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
