



PREDMET NABAVE

Usluga savjetovanja – razvoj brend sustava – brend arhitektura

U Zagrebu, 24.04.2019.

I. UVOD

Predmetni natječaj odnosi se na konzultantske usluge u domeni evaluacije provedbe i planiranja daljnje provedbe Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020.

II. POLAZNE POSTAVKE

Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020. određena su tri ključna marketinška cilja, koji predstavljaju okosnicu planiranja aktivnosti GU HTZ u predmetnom razdoblju:

1. Jačanje nacionalnog turističkog brenda zemlje
2. Jačanje turističkog prometa u razdoblju pred i posezone
3. Povećanje prosječne dnevne potrošnje turista

Predmet natječaja odnosi se na konzultantske usluge u domeni smjernica/mjera predviđenih u okviru provedbe strateškog cilja jačanja nacionalnog turističkog brenda zemlje, kako slijedi:

1. Razvoj i implementacija nacionalnog sustava brendiranja – strateška smjernica
2. Razvoj nacionalne brend arhitekture u turizmu – mjera

Ad. 1. Razvoj i implementacija nacionalnog sustava brendiranja

Riječ je o „krovnoj“ strateškoj smjernici, koja uključuje provedbu većeg broja mjera s područja izgradnje nacionalnog sustava brendiranja (u turizmu), utemeljenih na modernizaciji i konsolidaciji mehanike upravljanja nacionalnim turističkim brendom, kao i otklanjanju nedostataka u domeni brenda ustanovljenih tijekom izrade SMPHT-a (u odnosu na stanje zatečeno 2013. godine).

Smjernica uključuje provedbu sljedećih mjera:

- a) Definiranje brend imidža i percepcija na nacionalnoj i proizvodnoj razini
- b) Odabir ikona, mitova, simbola i glazbe koji će predstavljati okosnicu izgradnje nacionalnog turističkog brenda Hrvatske
- c) Dizajn novog turističkog vizualnog identiteta brenda te novog krovnog slogana
- d) Definiranje nacionalne brend arhitekture Hrvatske (u turizmu)
- e) Razvoj nacionalnih komercijalnih brendova i oznaka (u turizmu)
- f) Uspostava funkcije brend managera u HTZ-u, s ciljem upravljanja nacionalnim turističkim brendom

SMPHT-om su taksativno i kronološki definirani zadaci za provedbu, u okviru svake od mjera obuhvaćenih strateškom smjernicom. Formalna provedba strateške smjernice na razini GU HTZ, imajući u vidu kako je SMPHT na razini Tijela HTZ-a usvojen u prosincu 2014., otpočela je s Godišnjim programom rada HTZ-a za 2015. godinu.

Tijekom 2015. te narednih godina smjernica je operacionalizirana kroz provedbu pojedinih mjera. U praksi, određen broj mjera nije u potpunosti proveden u skladu sa SMPHT-om, dok do provedbe pojedinih mjera nije došlo (djelomično, ili u potpunosti).

Radni zadatak za konzultanta:

- A) U skladu s integralnim dokumentom SMPHT-a, **izvršiti dubinsku reviziju stupnja provedbe svih mjera definiranih strateškom smjernicom „Razvoj i implementacija nacionalnog sustava brendiranja“**, usporednom analizom plana i realne provedbe i direktnim uvidom u rezultate provedenih radnih procesa/ishoda dokumentiranih na razini involviranih Sektora/Odjela GU HTZ.

Navedeno uključuje analizu stanja, izradu detaljnog izvješća o stupnju realizacije mjera (s evaluacijom uspješnosti) u odnosu na SMPHT, izradu detaljnih preporuka za daljnje postupanje u dijelu mjera kod kojih je identificiran raskorak između plana i realizacije, s opisom operativnih koraka i vremenskog plana provedbe.

Konzultantu će biti stavljeni na raspolaganje svi važeći strateški i operativni dokumenti vezani uz nacionalnog sustava brendiranja i nacionalne krovne komunikacijske platforme. U skladu s potrebama projekta, konzultant će obaviti sve potrebne „in house“ analize i konzultacije s osobama u HTZ-u odgovornim za pojedine segmente razvoja i operativne provedbe aktivnosti u okvirima nacionalne branding strategije i pratećih komunikacijskih taktika, uz sklapanje adekvatnog ugovora o povjerljivosti i prava na korištenje podataka prikupljenih u okviru provedbe projekta.

- B) **Izraditi prijedlog optimalne nacionalne brend arhitekture Hrvatske u turizmu, u skladu s postavkama SMPHT-a** (kao mjere koja je dijelom strateške smjernice „Razvoj i implementacija nacionalnog sustava brendiranja“)

Navedeno uključuje detaljnu situacijsku analizu, kojom će biti obuhvaćeni postojeći strateški marketinški dokumenti i branding strategije na nacionalnoj razini (HTZ) ne te na razini nižih administrativnih jedinica sustava TZ (obvezatno na razini TZŽ, prema potrebi na razini TZ gadova općina i mjesta, u slučajevima kada takvi brendovi posjeduju veću tržišnu relevantnost) te izradu preporučenog/optimalnog modela brend arhitekture Hrvatske na području turizma.

Preporuka mora sadržavati detaljan model arhitekture brenda, usklađen s aktualnim stanjem u domeni postojećih branding strategija, tj. postojećeg portfelja razvijenih brendova (ili brendova u razvoju) i to iz perspektive teritorijalnih/destinacijskih i proizvodnih/iskustvenih brendova, kao i postojećih oznaka/robni marki. Preporuka mora korespondirati s generalnom krovnom/nacionalnom marketinškom strategijom te omogućiti optimalnu integraciju brendova niže razine u model određen krovnom/nacionalnom arhitekturom.

Preporuka mora sadržavati i prijedloge za daljnji razvoj komercijalnih brendova/brendova usluga na razini turističkih proizvoda/iskustava (pod pretpostavkom kako će nositelj njihovog razvoja u načelu biti dionici privatnog sektora), kao i razvoj adekvatnih oznaka/robni marki u turističkoj domeni (pod pretpostavkom kako nositelj razvoja istih, barem u inicijalnoj/poticajnoj/konceptualnoj fazi, može biti HTZ).

Preporuka mora sadržavati implementacijski plan, s jasno definiranim ulogama svih dionika, na nacionalnoj i nižim razinama, detaljno elaboriranim provedbenim taktikama te terminskim planom provedbe aktivnosti vezanih uz uspostavu nacionalne brend arhitekture, kao i procijenjenim financijskim implikacijama na strani HTZ-a (proračuni potrebni za provedbu predloženih taktika).

Preporuka mora sadržavati i prijedlog uspostave adekvatne organizacijske strukture (na razini pripadajućeg sektora/odjela) unutar HTZ-a, kako bi ista mogla pružiti adekvatnu operativnu podršku eksternim dionicima tijekom procesa formaliziranja nacionalne brend arhitekture te rukovoditi svim internim procesima predviđenim preporukom.

U skladu s potrebama provedbe projekta, konzultant je dužan izvršiti sva potrebna savjetovanja s relevantnim dionicima na nacionalnoj i nižim razinama, putem anketiranja, intervju a i/ili poslovnih radionica, s ciljem postizanja prihvatljivog konsenzusa i modela arhitekture koji će biti operativno provediv na svim instancama.

Također, u skladu s potrebama projekta, konzultant će obaviti sve potrebne „in house“ analize i savjetovanja s osobama u HTZ-u odgovornim za pojedine segmente razvoja i operativne provedbe aktivnosti u okvirima nacionalne brending strategije i pratećih komunikacijskih taktika, uz sklapanje adekvatnog ugovora o povjerljivosti i prava na korištenje podataka prikupljenih u okviru provedbe projekta s Hrvatskom turističkom zajednicom.

III. OBAVEZAN SADRŽAJ PONUDE I POTREBNA DOKUMENTACIJA

Ponuda mora sadržavati sljedeće:

- a. Pregled i specifikacija troškova za provođenje analize i izrade prijedloga nacionalne brend arhitekture u turizmu (radni zadaci A i B)
- b. Detaljnu razradu aktivnosti prema pretpostavljenim fazama projekta s vremenskim rokovima i predviđenim faznim izvještajima koji će omogućiti praćenje realizacije aktivnosti unutar projekta
- c. Dokaz o poslovnoj i stručnoj sposobnosti izvođača:
 - Dokaz o bonitetu– BON-1 i BON-2 (potreban dokaz o ukupnim prihodima s osnove poslovanja u prethodnoj poslovnoj godini u visini od minimalno 10 milijuna kuna)
 - Dokaz stručne sposobnosti/iskustvo ponuditelja:

Konsolidirano iskustvo u pripremi strateških marketinških planova za regije i destinacije, brendiranja destinacija i/ili općenito kreiranja i konceptualizacije robnih marki, a naročito sustava marki te kreiranje smjernica za njihovo pozicioniranje i upravljanje njima.

Ponuditelj mora posjedovati opsežno iskustvo razvoja i provedbe marketinških planova destinacija. Također, tvrtka mora dokazati opsežno iskustvo na polju marketinških aktivnosti, istraživanja tržišta i marketinškog planiranja. Omogućeno je udruživanje ponuđača s različitim iskustvima i znanjima kako bi se ispunili kriteriji stručne sposobnosti.

Dokazi moraju biti dostavljeni sukladno projektima realiziranim u posljednjih 10 godina godine te popraćeni potvrdama o urednom ispunjenju ugovora koju daje druga ugovorna strana iz navedenih ugovora (ovjerena i potpisana od odgovorne osobe druge ugovorne strane iz navedenih ugovora). Potvrda o uredno ispunjenim ugovorima mora sadržavati sljedeće podatke (Prilog 4.):

1. naziv i sjedište ugovornih strana,
2. predmet ugovora,
3. vrijednost ugovora,
4. vrijeme i mjesto ispunjenja ugovora,
5. navod o uredno ispunjenim ugovorima.

Obvezni članovi tima:

- Direktor projekta: mora imati najmanje 10 godina rukovoditeljskog iskustva u vođenju najmanje tri projekta iz područja brendiranja za značajne turističke regije ili destinacije. Mora biti dobro upoznat s međunarodnim emitivnim tržištima te dokumentirati opsežno iskustvo u vođenju turističkih marketinških aktivnosti.
- Koordinator projekta: 10 godina iskustva i koordinacija tri marketinška projekta koja uključuju smjernice za brendiranje destinacija.
- Stručnjak za brendiranje:
 - 3 projekta brendiranja destinacija ili turističke ponude/turističkih proizvoda (maksimalno 30 bodova za kriterij stručnog iskustva)
 - 3 projekta razvoja sustava brendova (brend arhitekture) u turizmu (destinacijskih/proizvodnih) ili 5 projekata razvoja sustava brendova (brend arhitekture) u različitim sektorima/industrijama (maksimalno 30 bodova za kriterij stručnog iskustva)
 - moguće je kombiniranje iskustva više stručnjaka
- Stručnjak za strateško planiranje i ispitivanje tržišta za turistički sektor: pet godina iskustva s najmanje tri marketinška projekta i tri projekta ispitivanja tržišta.

- Stručnjak za operativno marketinško planiranje za turistički sektor: pet godina iskustva.
 - Naziv izdavatelja dokaza sposobnosti: Ponuditelj
 - Popis članova predloženog radnog tima te zadataka dodijeljenih pojedinim članovima tima. (Prilog 3.)
 - Potpisani najnoviji životopisi članova radnog tima. (Prilog 4.)
- d. Izjavu o nekažnjavanju (Prilog 1.)
- e. Potvrdu porezne uprave o ispunjenoj obvezi plaćanja dospjelih poreznih obveza i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje u Hrvatskoj (ne stariju od 30 dana od dana zaprimanja poziva na dostavu ponuda)
- f. Uredno ispunjen obrazac ponude (Prilog 2.)

IV. KRITERIJ ZA OCJENU PRIHVATLJIVOSTI PONUDE

Za provedbu nabave formirat će se stručno povjerenstvo koje će se sastojati od stručnog kadra Hrvatske turističke zajednice koji će na temelju kriterija za ocjenu ponuda odabrati onu najprihvatljiviju. Stručno povjerenstvo ocijenit će pristigle ponude prema niže razrađenim kriterijima bodovanja prihvatljivosti ponude pri čemu maksimalan broj bodova koje ponuda može ostvariti iznosi 100.

Ponuda s **najvećim brojem bodova** bit će izabrana kao najprihvatljivija, a dobiva se izračunom: **NP = KC+ KSI+KZP**

Gdje je:

NP – najprihvatljivija ponuda

KC – kriterij cijene

KSI – kriterij specifičnog i stručnog iskustva

KZP – kriterij provedbe znanstvenih projekata

Kriteriji i udjeli svakog pojedinog kriterija za izračun najprihvatljivije ponude su sljedeći:

KRITERIJ	RELATIVNI ZNAČAJ	MAKSIMALAN BROJ BODOVA PO SVAKOM OD KRITERIJA
Kriterij cijene	30 %	30
Kriterij stručnog iskustva	60 %	60
Kriterij znanstvenih projekata	10%	10
Maksimalan broj bodova		100

Kriterij cijene

Cijena ponude čini maksimalno 30 bodova.

Ponuda s najniže ponuđenom cijenom dobiva 30 bodova, a ostale ponude se boduju prema formuli:

$$X = \frac{X_{\min}}{X_p} \times 30$$

Pri čemu su:

X_p – cijena iz promatrane ponude

X_{min} - najniža cijena (iz ponude koja ima najnižu cijenu)

Kriterij specifičnog iskustva

Iskustvo i specifična znanja ključnih stručnjaka u provođenju relevantnih projekata i/ili obavljanju određenih poslova, Naručitelju ulijeva sigurnost da će ponuditelj (ukoliko bude odabran) uslugu izvršiti kvalitetno, stručno, pravovremeno i profesionalno i da će svojim iskustvom i znanjem prilikom izvršenja usluga predvidjeti i detektirati sve moguće poteškoće te ih unaprijed sagledati i dati kvalitetna i racionalna rješenja.

Kriterij stručnog iskustva

SPECIFIČNO ISKUSTVO	MAKSIMALNI BROJ BODOVA
3 projekta brendiranja destinacija ili turističke ponude/turističkih proizvoda.	30 bodova
3 projekta razvoja sustava brendova (brend arhitekture) u turizmu (destinacijskih/proizvodnih) ili 5 projekata razvoja sustava brendova (brend arhitekture) u različitim sektorima/industrijama.	30 bodova

Kriterij provedbe znanstvenih projekata

Iskustvo i specifična znanja u provedbi znanstvenih projekata iz područja razvoja i implementacije brendiranja i strateških marketinških projekata za regije i destinacije, brendiranja destinacija i/ili općenito kreiranja i konceptualizacije robnih marki, a naročito sustava marki te kreiranje smjernica za njihovo pozicioniranje i upravljanje njima.

SPECIFIČNO ISKUSTVO	MAKSIMALNI BROJ BODOVA
Provedba min. 3 znanstvena projekta iz područja razvoja i implementacije brendiranja i strateških marketinških projekata za regije i destinacije, brendiranja destinacija i/ili općenito kreiranja i konceptualizacije robnih marki razvoja sustava brendova (brend arhitekture) u turizmu.	10 bodova

V. OBLIK, NAČIN I ROK DOSTAVE PONUDE

Ponuda mora biti pisana neizbrisivom tintom i uvezana u cjelinu jamstvenikom, s pečatom na poledini.

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.

Sve stranice ponude označavaju se rednim brojem stranice kroz ukupan broj stranica ponude ili ukupan broj stranica ponude kroz redni broj stranice.

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

"Usluga savjetovanja – razvoj brend sustava – brend arhitektura - ne otvaraj"

Rok za dostavu je 08.05.2019. godine do 12:00 sati, mjesto dostave ponuda je Hrvatska turistička zajednica – Glavni ured, Iblerov trg 10/IV, Zagreb.

Otvaranje ponuda je nejavno.

Rok valjanosti ponude je 60 dana.

Rok donošenja odluke o odabiru ili poništenju najkasnije 30 dana od dana isteka roka za dostavu ponude. Ponuditelji će pismenim putem biti obaviješteni o rezultatima natječaja.

HTZ nije dužan odabrati ponudu te je ovlašten u bilo kojoj fazi postupka odustati od daljeg provođenja nadmetanja ili prihvata bilo koje ponude, sve do trenutka sklapanja ugovora s odabranim ponuditeljem, bez prava bilo kojeg ponuditelja na naknadu bilo kakve štete koja mu zbog tog razloga nastane ili može nastati.

Ponuditelji čija ponuda nije odabrana, odnosno koji nisu pozvani u drugu fazu postupka, nemaju pravo žalbe niti pravo na naknadu bilo kojih troškova vezanih uz ovaj postupak.

Sva pitanja i pojašnjenja tijekom pripreme ponude Ponuditelj može postaviti i zatražiti putem e-maila na adresu: brand.natjecaj@htz.hr.

Evidencijski broj nabava: 016/19

Zagreb, 23.04.2019. godine

Prilog 1.

IZJAVA O NEKAŽNJAVANJU

Ja, _____ (ime i prezime) iz _____ izjavljujem kako mi nije izrečena pravomoćno osuđujuća presuda za bilo koje od sljedećih kaznenih djela, odnosno, za odgovarajuća kaznena djela prema propisima države sjedišta gospodarskog subjekta, ili države čiji je državljanin osoba ovlaštena po zakonu za zastupanje gospodarskog subjekta: prijevarena, prijevara u gospodarskom poslovanju, primanje mita u gospodarskom poslovanju, davanje mita u gospodarskom poslovanju, zlouporaba u postupku javne nabave, utaja poreza ili carine, subvencijska prijevara, pranje novca, zlouporaba položaja i ovlasti, nezakonito pogodovanje, primanje mita, davanje mita, trgovanje utjecajem, davanje mita z a trgovanje utjecajem, zločinačko udruženje i počinjenje kaznenog djela u sustavu zločinačkog udruženje iz Kaznenog zakona, odnosno, za kaznena djela prijevare, pranja novca, prijevare u gospodarskom poslovanju, davanje mita u gospodarskom poslovanju, udruživanja za počinjenje kaznenih djela, zlouporabe položaja i ovlasti, zlouporabe obavljanja dužnosti državne vlasti, protuzakonitog posredovanja, primanje mita i davanje mita prema Kaznenom zakonu, odnosno, za odgovarajuća kaznena djela prema propisima zemlje sjedišta gospodarskog subjekta ili države iz koje dokazi osoba ovlaštena za zastupanje gospodarskog subjekta.

Ovu izjavu dajem osobno, za sebe kao osoba ovlaštena po zakonu za zastupanje gospodarskog subjekta _____ (tvrtka) sa sjedištem u _____ i za gospodarski subjekt.

U _____, _____. 2019. godine.
(mjesto) (datum)

M.P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene po zakonu za zastupanje gospodarskog subjekta)

Prilog 2.

**OBRAZAC PONUDE ZA USLUGU ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA – Usluga savjetovanja – razvoj
brend sustava – brend arhitektura**

Naziv i adresa ponuditelja	
OIB	
Tel./faks:	
E-mail	
Ime i prezime odgovorne osobe	
Osoba za kontakt	
Rok valjanosti ponude	60 dana
Način plaćanja	
Cijena ponude (bez PDV-a) iskazana brojkama	
Cijena ponude (bez PDV-a) iskazana slovima	
Iznos PDV-a (25%) iskazan brojkama	
Ukupna cijena ponude (s PDV-om) iskazana brojkama	
Ukupna cijena ponude (s PDV-om) iskazana slovima	

Preuzimamo obvezu, po stupanju ugovora na snagu, izvršiti sve ugovorne obveze kvalitetno i u roku koji je naznačio Naručitelj.

U _____ , ____ . ____ . 2019. godine

ZA PONUDITELJA

(pečat i potpis ovlaštene osobe)

Prilog 3. – Opći podaci o ponuditelju (ponuditeljima)

Tvrtka ponuditelj (nositelj projekta):

Naziv: _____

Područje rada: _____

Uloga u projektu: _____

Stručna znanja/specijalizacija: _____

Druge tvrtke uključene u projekt:

Naziv: _____

Područje rada: _____

Uloga u projektu: _____

Stručna znanja/specijalizacija: _____

Naziv: _____

Područje rada: _____

Uloga u projektu: _____

Stručna znanja/specijalizacija: _____

Potpis ovlaštenog predstavnika ponuditelja

Žig ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Prilog 4. - Popis ugovora za značajne usluge koje je ponuditelj izvršio u posljednjih deset godina (2009.-2018.)

Red. broj ugovora	Naziv i sjedište naručitelja	Predmet ugovora	Vrijednost ugovora u kn	Vrijeme i mjesto ispunjenja ugovora
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				

Potpis ovlaštenog predstavnika ponuditelja

Žig ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Prilog 5. - Potvrda Naručitelja usluga o urednom ispunjenju ugovora kojima su pružene značajne usluge navedene predmetom nabave u posljednjih deset godina (2009-2018.)

Naziv i sjedište Naručitelja	
Predmet ugovora	
Vrijednost ugovora u kn	
Vrijeme i mjesto ispunjenja ugovora	
Navod Naručitelja o uredno ispunjenom ugovoru	Ovime potvrđujemo da je ponuditelj _____ (naziv i sjedište ponuditelja) _____ uredno ispunio ugovor koji je predmet ove potvrde.

Potpis ovlaštenog predstavnika naručitelja

Žig naručitelja

Mjesto _____

Datum _____

Napomena: Ponuditelj treba dostaviti najmanje pet (5) Potvrda naručitelja usluga o urednom ispunjenju ugovara kojima su pružene značajne usluge navedene predmetom nabave u posljednjih deset godina.

Prilog 6. - Sastav radnog tima i zaduženja

Ime i prezime člana radnog tima	Pozicija u radnom timu	Zaduženje u radnom timu

Potpis ovlaštenog predstavnika ponuditelja

Žig ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Prilog 7. - Životopis člana radnog tima

Opći podaci o članu radnog tima

Predložena pozicija u radnom timu	
Tvrtka u kojoj je zaposlen član radnog tima	
Ime i prezime člana radnog tima	
Stručna sprema/zanimanje člana radnog tima	
Datum rođenja	
Državljanstvo	
Ukupan radni staž člana radnog tima	
Radni staž člana radnog tima u tvrtki Ponuditelja	
Članstvo u profesionalnim udruženjima	
Zadaci u radnom timu	

Obrazovanje člana radnog tima (navesti sveučilišno i drugo specijalizirano obrazovanje, uključujući imena učilišta, datume pohađanja i stečene diplome).

Visoko učilište	
Razdoblje pohađanja: od (mjesec/godina) – do (mjesec/godina)	
Postignuti stupanj obrazovanja ili diploma	

Radno iskustvo člana radnog tima (Navesti dosadašnje radno iskustvo, počevši sa sadašnjim. Navesti datume zaposlenja, imena tvrtke/poduzeća/ustanova i kratki opis zadataka).

Datum: od (mjesec/godina) do (mjesec/godina)	
Tvrtka/poduzeće/ustanova	
Adresa tvrtke/poduzeća/ustanove	
Pozicija unutar tvrtke/poduzeća/ustanove	

Poznavanje stranih jezika člana radnog tima - za svaki jezik navesti postignuto znanje (odlično, vrlo dobro, dobro, služi se) u čitanju, pisanju i govoru.

Jezik	Čitanje	Govor	Pisanje

Popis najvažnijih projekta i zadataka člana tima na prethodnim poslovima za koje se traži dokaz o stručnoj sposobnosti

Naziv projekta	Naručitelj projekta	Kratki opis zaduženja na projektu	Razdoblje rada na projektu: (mjesec/godina) do (mjesec/godina)

Potvrđujem da podaci navedeni u Prilogu 7. vjerodostojno opisuju moje kvalifikacije i radno iskustvo.

Potpis člana radnog tima i ovlaštenog predstavnika Ponuditelja

Ime i prezime člana radnog tima _____

Ime i prezime ovlaštenog predstavnika Ponuditelja _____

Potpis ovlaštenog predstavnika ponuditelja

Žig ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Napomena: Ponuditelj je dužan dostaviti Prilog 7. za svakog člana radnog tima.