



JAVNI POZIV

**Odabir medijske agencije za izradu strategije
oglašavanja i medija plana te provođenje marketinških
aktivnosti HTZ-a na inozemnim tržištima u 2021. godini**

Izradila:
Hrvatska turistička zajednica
Zagreb, 5. listopada 2020.

SADRŽAJ

- 1. CILJ DOKUMENTACIJE**
- 2. SMJERNICE ZA PROVOĐENJE MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI**
 - 2.1. Ciljevi i strategija marketinškog plana
 - 2.2. Ciljana skupina
 - 2.3. Ključni turistički proizvodi
 - 2.4. Ciljane geozone
- 3. OPIS PROJEKTA**
 - 3.1. Predmet nadmetanja
 - 3.2. Konačna usluga koju isporučuje odabrani Ponuditelj
 - 3.3. Procijenjena vrijednost usluge
- 4. ODABIR PONUĐAČA**
 - 4.1. Kvalifikacijska faza
 - 4.2. Faza nadmetanja
 - 4.2.1. Sadržaj ponude
 - 4.2.2. Dostavljanje ponuda
 - 4.3. Ocjena i odabir ponuda
- 5. OBRASCI ZA PODNOŠENJE PONUDE**

1. CILJ DOKUMENTACIJE

Cilj ove dokumentacije je pružiti sve informacije potencijalnim ponuditeljima koji se prijavljuju na javni poziv „Odabir medijske agencije za izradu strategije oglašavanja i medija plana te provođenje marketinških aktivnosti HTZ-a na inozemnim emitivnim tržištima u 2021. godini“.

Dokumentacija je sadržajno uređena na način koji omogućuje razumijevanje samog konteksta i karakteristika tražene usluge.

2. SMJERNICE ZA PROVOĐENJE MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI

2.1. Ciljevi i strategija marketinškog plana

U svrhu provođenja zadane marketinške strategije i planova nužno je pratiti tri glavna cilja hrvatskog turizma, a to su:

- znatno jačanje brenda Hrvatske kao turističke destinacije
- privlačenje dodatnog broja turista u predsezoni i posezoni
- povećanje prosječne dnevne potrošnje turista

Hrvatska, kao svjetska turistička destinacija, obiluje mogućnostima koje proizlaze iz njezinih prirodnih ljepota i kulturnih znamenitosti, netaknute prirode, jedinstvenog životnog stila, jedinstvenog sustava otoka, iskustva u turističkom poslovanju, tradicije u gostoprimstvu i povoljnog geografskog položaja unutar Europske unije.

Hrvatska je, kao i mnogobrojne turističke destinacije, trenutno suočena s brojnim izazovima. Cilj je da usprkos pandemiji korona virusa njezin turistički brend bude i dalje dovoljno prepoznat te da turistička ponuda, kroz turističke proizvode, bude razumljiva na međunarodnom tržištu.

2.2. Ciljana skupina

Ciljana skupina prema demografskim varijablama

Prijatelji	Parovi	Obitelji
Godine starosti: 18-29 Prihodi kućanstva: srednji i visoki Urbano stanovništvo	Godine starosti: 30-39 / 40-54 / 55+ Prihodi kućanstva: srednji i visoki Urbano stanovništvo	Godine starosti: 30-39 / 40-54 Prihodi kućanstva: srednji i visoki Urbano stanovništvo Putuju s ili bez djece

(Detaljnije informacije bit će dostupne isključivo Ponuditeljima u drugoj fazi postupka, putem briefa).

2.3. Ključni turistički proizvodi

Ključni turistički proizvodi predstavljaju jednu od polaznih postavki za formiranje marketinške i komunikacijske strategije HTZ-a tijekom 2021. godine:

- Sunce i more
- Nautički turizam
- Kulturni turizam
- Priroda
- Aktivni turizam
- Eno-gastro
- Zdravstveni i wellness turizam

2.4. Ciljane geozone

Budući da su marketinški budžeti ograničeni, vrlo je važno ciljati specifične geozone (ne cijele zemlje), ovisno o njihovoj tržišnoj atraktivnosti i povezanosti s Hrvatskom.

Temeljem kriterija tržišnog potencijala i postojanja izravnih letova ili letova s jednim presjedanjem, odnosno destinacija u zoni dosega između četiri i šest sati udaljenosti automobilom od Hrvatske, HTZ će dostaviti ciljane geozone isključivo ponuditeljima u drugoj fazi postupka.

3. OPIS PROJEKTA

3.1. Predmet nadmetanja

Predmet nadmetanja obuhvaća sljedeće usluge i aktivnosti:

- 1. Izradu strategije oglašavanja**
- 2. Izradu medija planova**
- 3. Provođenje aktivnosti HTZ-a potvrđenih u medija planu za 2021. godinu (zakup medija)**

Plan pripremljen od strane odabranog Ponuditelja imat će za cilj točno targetiranje ciljnih skupina na određenim geozonama prema iskazanim interesima vezanim uz putovanje u Hrvatsku:

- Njemačka
- Slovenija
- Austrija
- Italija
- Poljska
- Velika Britanija
- Češka
- Mađarska
- Francuska
- Nizozemska
- Slovačka

Ponuditelji moraju svoju ponudu dostaviti za minimalno 2 tržišta koja su predmet ovog nadmetanja.

Ugovor o obavljanju poslova koji su predmet ovog nadmetanja zaključit će se s jednom ili više agencija ovisno o rezultatima javnog poziva.

3.2. Konačna usluga koju isporučuje odabrani Ponuditelj

Usluga koju isporučuje odabrani Ponuditelj obuhvaća sljedeće:

1. Analizu i istraživanje tržišta

Odabrani Ponuditelj izrađuje analizu i istraživanje svakog tržišta za koje je iskazan interes u javnom pozivu. Analiza na temelju kojih će se izrađivati medija plan za svako tržište obuhvaća:

- medijsku analizu tržišta koja mora uključivati sljedeće stavke:
 - listu 10 najčitanijih online portala s uključenim informacijama o posjećenosti,
 - listu 10 najčitanijih print izdanja (tjednici i magazini) s uključenim informacijama o nakladi,
 - listu 10 najgledanijih TV kanala s uključenim informacijama o doseg, i
 - listu 10 najslušanijih radio postaja s uključenim informacijama o doseg, i
- analizu medijske konzumacije pojedine ciljane skupine,
- navike potrošača - kada i kako potrošač donosi svoje odluke o odabiru destinacije za odmor,
- analizu konkurencije (marketinške aktivnosti ostalih destinacija na određenom tržištu).

2. Strategiju oglašavanja

Odabrani Ponuditelj na temelju provedene analize i zadanih budžeta izrađuje:

- strategiju oglašavanja za određene kampanje na tržištu (prijedlog kanala i medija za oglašavanje, prijedlog točnog perioda oglašavanja svake kampanje sukladno raspoloživom budžetu i obrazloženje istog),
- analizu predloženih medijskih partnera na tržištu uz objašnjenje načina suradnje, detaljne informacije o odabranim medijima te analizu učinaka.

Strategije oglašavanja trebaju biti napravljene za sva tržišta u istom obrascu.

3. Medija planove i definiranje KPI-ova

- Medija planovi trebaju sadržavati:
 - istaknute cijene, specifikacije za izradu oglasa za sve kampanje te rokove dostave materijala sukladno briefu
 - ključne pokazatelje uspješnosti po kanalima:
 - Print: naklada, pozicija oglasa, doseg ciljane skupine
 - TV/RADIO: GRP, TRP, impresije, doseg ciljane skupine
 - Outdoor: kvaliteta lokacije, kvaliteta formata, impresije
 - Online: impresije/klikovi, interakcija sa sadržajem

- U media plan ne treba uključiti aktivnosti oglašavanja na tražilicama i društvenim mrežama te programatski zakup medija.
- Media planovi po pojedinom tržištu trebaju biti napravljeni u obrascu koje će HTZ dostaviti ponuditelju u drugoj fazi.

4. Provedbu oglašavanja (zakup medija)

Hrvatska turistička zajednica će na temelju dostavljene dokumentacije, a u skladu s uvjetima određenim ovom dokumentacijom te eventualnim dodatnim kriterijima koji će se ponuditeljima dostaviti zajedno s uputama za sudjelovanje u drugoj fazi nadmetanja, odabrati najbolju ponudu te s odabranim ponuditeljem potpisati ugovor za 2021. godinu. Na temelju prihvaćene ponude Ponuditelj će provoditi oglašavanja za kampanje HTZ-a, što obuhvaća:

- finalna dorada i optimizacija prihvaćenog medija plana po pojedinom tržištu prema briefu i njegovo usuglašavanje s glavnim uredom HTZ-a i predstavništvom na svakom emitivnom tržištu,
- finalno definiranje KPI-ova pojedine kampanje po pojedinom tržištu,
- zakup medijskog prostora i finalno izvršenje medija plana,
- postavljanje kampanje,
- osiguravanje Hrvatskoj turističkoj zajednici nesmetani pristup u sustave i platforme za praćenje i optimizaciju kampanja.

5. Nadzor i optimizacija u skladu s postavljenim KPI-ovima

Odabrani ponuditelj, po postavljanju planiranih kampanja, dužan je izvršavati:

- redoviti monitoring kampanja,
- praćenje izvršenja ključnih pokazatelja uspješnosti kampanja (KPI),
- optimizacija kampanja u cilju ostvarenja KPI-ova.

6. Redovno izvještavanje o kampanji

Odabrani ponuditelj će redovno izvještavati o provedbi kampanje te ispunjavanju zadanih pokazatelja uspješnosti kampanje (KPI) te predložiti dokaze o svim planiranim i izvršenim aktivnostima u skladu s traženjima od strane Hrvatske turističke zajednice:

- slanje mjesečnih/tjednih izvještaja o realizaciji kampanje,
- na poseban upit klijenta i u zadanom roku dostava izvještaja u bilo kojoj fazi trajanja kampanje
- izrada računa prema realiziranim aktivnostima, slanje zajedno s dokaznicama prema specifikacijama HTZ-a po završetku svake kampanje i za svako emitivno tržište (ne postupanje prema navedenom će se penalizirati).

7. Izvještaj po realiziranoj kampanji, *post-buy* analiza i prijedlozi za poboljšanje u budućim kampanjama

Ponuditelj će osim dokaza o izvršenju kampanje izraditi i:

- finalni izvještaj (post-buy analizu) o realiziranoj kampanji prema konceptu koji će dostaviti HTZ,
- prijedloge za poboljšanje budućih kampanja,
- sustav za učenje i razmjenu znanja između agencije i HTZ-a.

8. Ostale odredbe

- Potrebno je predstaviti agencijski tim koji će biti zadužen za klijenta (HTZ).
- Agencija je na svaki zahtjev klijenta dužna promptno reagirati.
- Media planovi, analize i izvješća trebaju biti u istom obrascu za sva tržišta (dostavlja HTZ).
- Istaknuti koji *Ad Serving* sustav će se koristiti za digitalne kampanje HTZ-a.
- Agencijska provizija obračunava se isključivo i samo na cijenu medijskog zakupa.
- Sve dodatne troškove (ad serving cost, set up cost...) potrebno je iskazati zasebno no ukupan iznos ne smije prelaziti iznos zadanog budžeta iz briefa.

3.3. Procijenjena vrijednost usluge

Za aktivnosti vezane uz provođenje **online i offline marketinških aktivnosti u 2021. godini**, HTZ predviđa novčana sredstva u ukupnom iznosu od **28.880.000,00** kn bez PDV-a. Iznos obuhvaća agencijsku proviziju i sve agencijske troškove.

Hrvatska turistička zajednica zadržava pravo da za vrijeme trajanja ugovora izmjeni visinu budžeta te period i kanale oglašavanja namijenjenog za određeno tržište ili odustane od oglašavanja na određenom tržištu ovisno o okolnostima na emitivnim tržištima i u Hrvatskoj neposredno prije i za vrijeme planiranog trajanja kampanje. Sukladno navedenim okolnostima izvršit će se i prilagodba medija planova na temelju kojih su agencije odabrane putem ovog Javnog poziva.

Posebna napomena:

Agencijska provizija obračunava se isključivo na cijenu zakupa medija, a uključuje troškove provedbe ugovorenih usluga i neograničena prava korištenja svih dostavljenih strategija, istraživanja i analiza te sve ostale troškove nastale obavljanjem usluga koje su predmet ovog nadmetanja.

4. ODABIR PONUĐAČA

Javni poziv će se provesti kroz tri faze:

Kvalifikacijska faza, faza nadmetanja i faza ocjene ponuda.

4.1. Kvalifikacijska faza

Kvalifikacijska faza obuhvaća objavu poziva za iskazivanje interesa i odabir ponuditelja koji će se pozvati na dostavu ponuda u sljedećoj fazi postupka nabave, a na temelju zadovoljavanja uvjeta za kvalifikaciju u drugu fazu.

Poziv za iskazivanje interesa javno se upućuje svim zainteresiranim subjektima koji ispunjavaju uvjete za kvalifikaciju u sljedeću fazu postupka.

Poziv za iskazivanje interesa objavljuje se na internetskim stranicama: www.htz.hr

Uvjeti:

a) Iskustvo

Agencija treba imati odgovarajuće iskustvo u obavljanju poslova za klijente iz turističkog sektora na domaćem i inozemnom tržištu koje su predmet ovog nadmetanja, i to u trajanju od najmanje 5 godina.

Agencija je dužna priložiti dokaze i to:

- popis referentnih klijenata iz turističkog sektora (minimalno 3) i komunikacijskih kampanja za iste, provedenih u zadnjih 5 godina (Obrazac 2.),
- izvadak iz sudskog ili drugog poslovnog registra odnosno izvadak iz registracije pri nadležnim poreznim tijelima s naznačenim datumom izdavanja, ne starijim od 3 mjeseca.

b) Podmirene porezne obveze

Potpisana Izjava za svaku agenciju pojedinačno o podmirenim poreznim obvezama koja je priložena ovom Pozivu (Obrazac 4.).

Agencije sa sjedištem u Hrvatskoj umjesto potpisane izjave dostavljaju potvrdu nadležne porezne uprave o podmirenim poreznim obvezama u Republici Hrvatskoj, ne stariju od 30 dana od dana dostave ponude.

c) Potvrda o nekažnjavanju

Potpisana Izjava o nekažnjavanju za svaku agenciju pojedinačno, a koja je priložena ovom Pozivu.

d) Zajednica ponuditelja

Dopušta se zajednica ponuditelja.

Član zajednice koji je u zajednici ponuditelja zadužen za pojedino tržište mora pojedinačno ispunjavati sve propisane uvjete za to tržište te priložiti tražene dokumente kojima to dokazuje. Uz takve članove, zajednica ponuditelja može imati i druge članove koji nisu zaduženi za pojedino tržište nego će u slučaju odabira djelovati kao vodeća agencija koja u odnosu prema naručitelju nastupa u njihovo ime i za njihov račun.

Članovi zajednice dužni su unaprijed usuglasiti i sporazumno odrediti takvu vodeću agenciju koji će u odnosu prema naručitelju nastupati u njihovo ime i za njihov račun.

Kao dokaz za odabir vodeće agencije, članovi zajednice ponuditelja dužni su dostaviti potpisane izjave pojedinih članova zajednice ponuditelja (Obrazac 6.) u kojem je jasno naznačeno koji od članova se određuje da kao vodeća agencija u postupku nadmetanja nastupa u ime i za račun članova kao i činjenica da će u slučaju odabira predmetne zajednice za bilo koje od tržišta za koje je zajednica uputila ponudu, vodeća agencija preuzeti sva prava i obveze iz ugovora prema naručitelju, bez ikakvih pojedinačnih prava članova izravno prema naručitelju.

U slučaju zajednice ponuditelja, za svakog člana zajednice zaduženog za pojedino tržište prilaže se sljedeća dokumentacija:

1. Dokaze o iskustvu na tom tržištu
 - a. Popis referentnih klijenata iz turističkog sektora (minimalno 3) i komunikacijskih kampanja za iste, provedenih u zadnjih 5 godina (Obrazac 2.)
 - b. Izvadak iz sudskog ili drugog poslovnog registra sa naznačenim datumom osnivanja odnosno izvadak iz registracije pri nadležnim poreznim tijelima
2. Dokaz o podmirenim poreznim obvezama
 - a. Izjava o podmirenim poreznim obvezama (Obrazac 4.), ili
 - b. za agencije sa sjedištem u Republici Hrvatskoj - potvrda nadležne porezne uprave Izjavu o zajednici ponuditelja

U slučaju zajednice ponuditelja, za vodeću agenciju prilaže se sljedeća dokumentacija:

1. Dokaz o podmirenim poreznim obvezama
 - a. Izjava o podmirenim poreznim obvezama (Obrazac 4.), ili
 - b. za agencije sa sjedištem u Republici Hrvatskoj - potvrda nadležne porezne uprave Izjavu o zajednici ponuditelja
2. Izjavu o zajednici ponuditelja – vodeća agencija potpisom potvrđuje svaku pojedinu izjavu članova zajednica ponuditelja
3. Obrazac 1 – Opće informacije o Ponuditelju odgovornom za projekt
4. Obrazac 3 – Sastav radnog tima i zadaci.

Ako vodeća agencija nastupa i kao jedan od članova zajednice ponuditelja koji je zadužen za određeno tržište, dužna je dokazati i iskustvo na tom tržištu.

Važna napomena:

HTZ može naknadno provjeriti istinitost podataka, preporuka, dokaza i potvrda o osposobljenosti. Ako pojedini dokaz nije jasan, odnosno nije dostavljen, HTZ može pozvati ponuditelja da isti pojasni ili dostavi u roku koji mu odredi za tu svrhu.

U ovoj fazi postupka nije nužno dostaviti cijenu ponude.

Ponuditelj koji ne ispunjava propisane uvjete ili propisanu dokumentaciju neće se razmatrati. U slučaju prijave za više tržišta, Ponuditelj koji ne ispunjava propisane uvjete za pojedino tržište neće se razmatrati samo u pogledu tog tržišta.

Odabir:

Tehničko će povjerenstvo u kvalifikacijskoj fazi na temelju dostavljene dokumentacije odlučiti koji ponuditelji i za koja tržišta ispunjavaju tražene uvjete te će se navedeni ponuditelji pozvati u sljedeću fazu postupka.

Tehničko povjerenstvo o kvalifikaciji ponuditelja za sljedeću fazu odlučuje uzimajući u obzir gore navedene kriterije i dostavljene dokumentacije.

HTZ će po upućivanju poziva za sudjelovanje u sljedećoj fazi postupka, odabranim ponuditeljima dostaviti dokumentaciju koja je potrebna za izradu ponude te detaljne upute i uvjete za daljnje sudjelovanje u postupku kao i uvjete ugovora koji će se sklopiti s odabranim ponuditeljem.

Rok za dostavu potrebne dokumentacije je **19.10.2020. do 16:00 sati**. Dokumentacija se dostavlja na email adresu **media.tender@htz.hr**

HTZ može od ponuditelja koji su u zadanom roku dostavili dokumentaciju zatražiti dopunu dokumentacije, dodatna pojašnjenja ili dokaze potrebne za dokazivanje kvalifikacijskih uvjeta.

U navedenom slučaju HTZ će samostalno odrediti dodatan rok za dostavu.

4.2. Faza nadmetanja

Ponuditelj koji je pozvan u fazu nadmetanja dužan je najkasnije **do 27.10.2020. do 16:00 sati**, pismenim putem na adresu elektroničke pošte media.tender@htz.hr potvrditi sudjelovanje u nadmetanju te dostaviti svoju konačnu ponudu **do 25.11.2020. do 16:00 sati**.

Ako u navedenom roku ne zaprimi odgovarajuću potvrdu, Hrvatska turistička zajednica će smatrati kako Ponuditelj odustaje od sudjelovanja u nadmetanju.

4.2.1. Sadržaj ponude

Uz obavezno ispunjen i potpisan Ponudbeni list, koji se nalazi kao dodatak ovom dokumentu, ponuda mora sadržavati:

- A. Informacije o ponuditelju i o članovima radnog tima**
- B. Analizu i istraživanje tržišta**
- C. Strategiju oglašavanja po tržištima**
- D. Media planove i definirane KPI-ove:**
 - konačne media planove za sve kampanje navedene u briefu s definiranim KPI-evima
 - specifikacije oglasnih materijala predloženih u media planovima
- E. Agencijsku proviziju za sva tržišta**
- F. Detaljan opis provođenja kampanja i monitoringa kampanja (osobito digitalnih kampanja) kao i popis alata koji će se koristiti**
- G. Specifikacije o Ad Serving sustavu koji će se koristiti**

4.2.2. Dostavljanje ponuda

Sva dokumentacija dostavlja se isključivo u elektronskom obliku s naznakom „Javni poziv za medijsku agenciju – ime agencije“ na adresu **media.tender@htz.hr**.
Rok za dostavu ponuda je **25.11.2020 do 16:00 sati**.

4.3. Ocjena i odabir ponuda

Ocjena povjerenstva

Povjerenstvo za odabir razmotrit će pristigle ponude. Ocjena povjerenstva daje se po svakoj pojedinoj ponudi za određeno tržište i predstavlja 100% ukupne ocjene za to tržište. Ponuditelj čija je ponuda ocijenjena najvišom ocjenom za određeno tržište bit će odabran.

Ukoliko dvije ili više agencija ostvare istovjetan broj bodova za jedno ili više tržišta, odabrat će se ona ponuda koja je poslana prva (datum zaprimanja ponude pošiljatelja).

HTZ ima pravo odabrati samo određene ponude jednog Ponuditelja za koje povjerenstvo za odabir ocijeni da su najbolje.

Vrednovanje ponuda temelji se na diskrecijskoj ocjeni ponuda od strane članova povjerenstva.

Kategorije i bodovi ocjenjivanja

Kategorija	Maksimalan broj bodova
1. Media planovi	40
2. Obrazloženje i kreativnost strategije za tržište	30
3. Analiza tržišta i ciljnih skupina	10
4. Agencijska provizija	10
5. Korištenje originalnih i inovativnih formata i kanala oglašavanja	10
6. UKUPNO (1.+2.+3.+4.+5) =	100

Bodovanje agencijske provizije

Bodovi za agencijsku proviziju rangirat će se na način da će ponuda s najnižom istaknutom agencijskom provizijom dobiti maksimalnih 10 bodova, a sve sljedeće ponude po 1bod manje i tako do 0 bodova nakon koje ponude sve agencije sa višom provizijom dobivaju po 0 bodova.

Primjer:

<i>Ponuditelj</i>	<i>Provizija</i>	<i>Bodovi</i>
Agencija A	0% -1%	10 bodova
Agencija B	1,1% - 2%	9 bodova
Agencija C	2,1% - 3%	8 bodova
Agencija D	3,1% - 4%	7 bodova
Agencija E	4,1% - 5%	6 bodova
Agencija F	5,1% - 6%	5 bodova
Agencija G	6,1% - 7%	4 boda
Agencija H	7,1% - 8%	3 boda
Agencija I	8,1% - 9%	2 boda
Agencija J	9,1% - 10%	1 bod
Agencija K	više od 10%	0 bodova

HTZ nije dužan odabrati niti jednu ponudu te je ovlašten, uz suglasnost Turističkog vijeća HTZ-a, u bilo kojoj fazi postupka odustati od prihvata 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 nemaju pravo žalbe niti pravo na naknadu bilo kojih troškova vezanih uz ovaj postupak.

HTZ može naknadno, uz suglasnost Turističkog vijeća HTZ-a, donijeti odluku o produženju roka dostave ponude ili na bilo koji način izmijeniti uvjete iz ove dokumentacije.

U slučaju odabira/prihvata ponude, HTZ ima pravo od odabranog ponuditelja zatražiti dostavu svih dokaza koje smatra relevantnim za dokazivanje mogućnosti ispunjavanja preuzetih obveza kao i njihove kvalitete. U slučaju kada ti dokazi prema diskrecijskoj procjeni HTZ-a upućuju na nemogućnost ili otežanost pri ispunjavanju preuzetih obveza odnosno dovode u pitanje njihovu kvalitetu, HTZ će odustati od prihvata ponude odnosno sklapanja ugovora s odabranim Ponuditeljem bez prava bilo kojeg Ponuditelja na naknadu bilo kakve štete koja mu zbog tog razloga nastane ili može nastati.

HTZ zadržava pravo daljnjeg pregovaranja o visini provizije ili smanjenju cijena za predloženi medija plan sa jednim ili više ponuditelja po pojedinom tržištu za koje su takvi ponuditelji u skupini od tri najbolje ocijenjena ponuditelja za to tržište.

Obveze odabranog Ponuditelja nakon odabira

Ponuditelj je dužan zaključiti Ugovor o pružanju usluge. Osnovni sadržaj ugovora će se ponuditeljima koji se kvalificiraju u fazu nadmetanja dostaviti zajedno s dokumentacijom i pojašnjenjima vezanim uz sastavljanje ponude.

Agencije s kojima će se zaključiti ugovor bit će dužne u skladu s uvjetima ugovora dostaviti i bankarske garancije na prvi poziv koje predstavljaju odgovarajuća jamstva za uredno izvršavanje obveza.

Sažetak

Prva faza: Kvalifikacijski postupak

- Rok za dostavu eventualnih pitanja vezano uz javni poziv:
12.10.2020.do 12:00 sati prema srednjoeuropskom vremenu (CET), na **media.tender@htz.hr**.
- Rok za dostavu dokumentacije (ispunjenih obrazaca):
19.10.2020.do 16:00 sati (CET).
- Hrvatska turistička zajednica će **do 23.10.2020.** obavijestiti sve Ponuditelje, koji su sudjelovali u kvalifikacijskom postupku, o rezultatima istog. Ponuditelji imaju rok do **27.10.2020.** za potvrdu primitka obavijesti i potvrdu sudjelovanja u drugom krugu.

Druga faza: Nadmetanje

- Hrvatska turistička zajednica će **do 29.10.2020.** dostaviti brief te svu ostalu dokumentaciju potrebnu za dostavu ponuda.
- Sva pitanja vezana uz javni poziv mogu se uputiti na adresu **media.tender@htz.hr** za vrijeme trajanja izrade ponude, uz mogućnost organiziranja sastanaka po potrebi.
- Ponuditelji moraju dostaviti svoje konačne ponude u elektronskom obliku s naznakom „Javni poziv za medijsku agenciju - ime agencije“ **do 25.11.2020. do 16.00 sati (CET)** na adresu **media.tender@htz.hr**, nakon kojih će ih Hrvatska turistička zajednica obavijestiti o terminima održavanja prezentacije (okvirni datumi: 07.12.- 11.12.2020.).

5. OBRASCI ZA PODNOŠENJE PONUDE

Obrazac za podnošenje ponude 1. – Opće informacije o Ponuditelju odgovornom za projekt (molimo ne ispunjavati ručno)

Naziv pravne osobe	
Registrirano sjedište pravne osobe	
Adresa e-pošte pravne osobe	
Porezni broj pravne osobe	
Razdoblje djelovanja (datum osnivanja i naziv tijela kod kojeg je registriran)	
Osoba ovlaštena za zastupanje pravne osobe (ime, prezime, funkcija)	

Potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja

Pečat Ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Obrazac za podnošenje ponude 2. – Popis istaknutih klijenata iz turizma u posljednjih pet (5) godina po tržištu (molimo ne ispunjavati ručno)

Br	Tržište	Popis referentnih klijenata iz turističkog sektora (minimalno 3) i komunikacijskih kampanja provedenih u zadnjih 5 godina (za svako tržište na koje se prijavljuje)	Period suradnje
1	Njemačka		
2	Slovenija		
3	Austrija		
4	Italija		
5	Poljska		
6	Velika Britanija		
7	Češka		
8	Mađarska		
9	Francuska		
10	Nizozemska		
11	Slovačka		

Potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja

Pečat Ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Obrazac za podnošenje ponude 3. – Sastav radnog tima i zadaci
(molimo ne ispunjavati ručno)

Ime i prezime člana radnog tima	Funkcija u radnom timu	Zadaci u radnom timu

Potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja

Pečat Ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

**Obrazac za podnošenje ponude 4. – Izjava o podmirenim poreznim obvezama
(molimo ne ispunjavati ručno)**

IZJAVA O PODMIRENIM POREZNIM OBVEZAMA

Ja, _____ (ime i prezime) iz _____,
kao osoba ovlaštena za zastupanje Ponuditelja _____
(tvrtka) sa sjedištem u _____ izjavljujem da Ponuditelj u trenutku
davanja ove izjave nema dospjelih, a neplaćenih dugovanja po osnovi poreza ili socijalnih davanja
u Republici Hrvatskoj kao i državi svojeg sjedišta.

U _____
(mjesto) (datum)

M.P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja)

**Obrazac za podnošenje ponude 5. – Izjava o nekažnjavanju
(molimo ne ispunjavati ručno)**

IZJAVA O NEKAŽNJAVANJU

Ja, _____ (ime i prezime) iz _____
izjavljujem da mi nije izrečena pravomoćno osuđujuća presuda za bilo koje od sljedećih kaznenih
djela, odnosno za odgovarajuća kaznena djela prema propisima države sjedišta Ponuditelja ili
države čiji je državljanin osoba ovlaštena po zakonu za zastupanje gospodarskog subjekta:
prijevara, 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 za trgovanje
utjecajem, zločinačko udruženje i počinjenje kaznenog djela u sustavu zločinačkog udruženja iz
Kaznenog zakona, odnosno za kaznena djela: prijevare, pranja novca, prijevare u gospodarskom
poslovanju, davanja mita u gospodarskom poslovanju, udruživanja za počinjenje kaznenih djela,
zlouporabe položaja i ovlasti, zlouporabe obavljanja dužnosti državne vlasti, protuzakonitog
posredovanja, primanja mita i davanja mita, odnosno za odgovarajuća kaznena djela prema
propisima zemlje sjedišta Ponuditelja ili države iz koje dolazi osoba ovlaštena za zastupanje
Ponuditelja.

Ovu izjavu dajem osobno, za sebe kao osoba ovlaštena za zastupanje Ponuditelja

_____ (tvrtka) sa sjedištem u
_____ kao i za samog Ponuditelja.

U _____ . godine.
(mjesto) (datum)

M.P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja)

**Obrazac za podnošenje ponude 6. – Izjava o zajednici ponuditelja
(molimo ne ispunjavati ručno)**

IZJAVA O ZAJEDNICI PONUDITELJA

Suglasan sam da u postupku nadmetanja za _____ sudjelujem kao član zajednice ponuditelja koja se sastoji od sljedećih članova:

- 1.
- 2.
- 3.

Suglasan sam da u postupku predmetnog nadmetanja kao i ugovaranja te izvršavanja svih prava i obveza prema naručitelju (komunikacija s naručiteljem, zaključivanje ugovora, aneksa i svih drugih potrebnih pravnih poslova kao i izdavanja jamstva) u moje ime i za moj račun nastupa _____ (vodeća agencija) koja će s naručiteljem zaključiti ugovor temeljen na dostavljenoj ponudi za jedno ili više tržišta i preuzeti sva prava i obveze iz tog ugovora prema naručitelju, bez ikakvih pojedinačnih prava članova ove zajednice ponuditelja izravno prema naručitelju.

U _____ godine.
(mjesto) (datum)

M.P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja)

Izjava vodeće agencije

Ovime dajem suglasnost da nastupam u ime i za račun gore navedenog člana te zajednice ponuditelja u cijelosti te da ću s naručiteljem kao vodeća agencija zajednice ponuditelja zaključiti ugovor temeljen na dostavljenoj ponudi za jedno ili više tržišta i preuzeti sva prava i obveze iz tog ugovora prema naručitelju, bez ikakvih pojedinačnih prava članova ove zajednice ponuditelja izravno prema naručitelju.

U _____ godine.
(mjesto) (datum)

M.P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja)

Ponudbeni list
(molimo ne ispunjavati ručno)

Naziv pravne osobe	
Registrirano sjedište pravne osobe	
Adresa e-pošte prave osobe	
Porezni broj pravne osobe	
Osoba ovlaštena za zastupanje pravne osobe (ime, prezime, funkcija)	

TRŽIŠTE	AGENCIJSKA PROVIZIJA
Njemačka	
Slovenija	
Austrija	
Italija	
Poljska	
Velika Britanija	
Češka	
Mađarska	
Francuska	
Nizozemska	
Slovačka	

Tablica se popunjava na način da ponuditelj upisuje postotnu vrijednost (%) agencijske provizije za svako tržište za koje se želi kandidirati. Agencijska provizija je jedinstvena za online i offline oglašavanje.

Potpisom ovog Ponudbenog lista preuzimamo obvezu, da u slučaju prihvata ponude od strane Naručitelja, zaključimo ugovor sa sadržajem koji je određen u pozivu za nadmetanje. Dostavljena ponuda vrijedi 60 dana od dana dostave Naručitelju.

Potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja

Pečat Ponuditelja

Ime i prezime: _____

Mjesto i datum: _____