



JAVNI POZIV

Odabir PR agencije/a za izradu i implementaciju PR strategije te provođenje međunarodnih PR aktivnosti iz područja odnosa s medijima, društvenih medija i online komunikacije za HTZ u 2022. godini

Izradila:
Hrvatska turistička zajednica
Zagreb, prosinac 2021.

SADRŽAJ

1. UVODNE NAPOMENE

- 1.1. Cilj i sadržaj dokumentacije
- 1.2. Ciljana skupina
- 1.3. Ključni turistički proizvodi
- 1.4. Ciljane geozone

2. OPIS PROJEKTA

3. ODABIR PONUĐAČA

- 3.1. Dostavljanje ponuda
- 3.2. Ocjena ponuda

1. UVODNE NAPOMENE

1.1. Cilj i sadržaj dokumentacije

U svrhu postizanja zadanih PR strategija 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 te povećanje prosječne dnevne potrošnje realiziranih 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.

Ova dokumentacija sadržajno je uređena na način koji omogućuje razumijevanje samog konteksta i karakteristike tražene usluge, a uključuje:

Poglavlje 1:

- Uvodne napomene

Poglavlje 2:

- Opis projekta

Poglavlje 3:

- Odabir ponuđača

Prilozi:

- Obrasci za podnošenje ponude: 1 - 4

Napomena: Datumi i vremena u ovoj dokumentaciji računaju se prema službenom vremenu koje je važeće u Republici Hrvatskoj.

Pojašnjenja i tumačenja ove dokumentacije

HTZ će na zahtjev Ponuditelja, upućen putem elektroničke pošte, otkloniti sve nejasnoće i ponuditi dodatna pojašnjenja, a u svrhu prikupljanja što kvalitetnijih ponuda.

Bilo kakva **pitanja/dvojbe ili zahtjevi za dodatna pojašnjenja** mogu se dostaviti na adresu e-pošte Global_PR@htz.hr

- **Za kvalifikacijsku fazu:** najkasnije do 28.12.2021. do 16:00 CET
- **Za fazu nadmetanja:** HTZ će dostaviti brief do 12.01.2022. godine svim agencijama kojima je potvrđeno daljnje sudjelovanje kao i dodatne materijale koji budu potrebni za predavanje ponude.

1.2. 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: od 30-39 / 40-54 Prihodi kućanstva: srednji i visoki Urbano stanovništvo Putuju s ili bez djece

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

1.3. Ključni turistički proizvodi

Ključni turistički proizvodi predstavljaju jednu od polaznih postavki za formiranje marketinške i komunikacijske strategije HTZ-a tijekom 2022. godine:

1. Sunce i more
2. Nautički turizam
3. Kulturni turizam
4. Priroda
5. Aktivni turizam
6. Eno-gastro
7. Zdravstveni i wellness turizam

1.4. Ciljane geozone

Budući da su PR proračuni ograničeni, vrlo je važno ciljati specifične geozone (ne cijelu zemlju), 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.

2. OPIS PROJEKTA - definiranje predmeta nadmetanja i procjena vrijednosti usluge

Vanjske usluge koje je zatražio HTZ

Radi uspješne realizacije PR plana i/ili plana za društvene mreže, HTZ je (putem Javnog poziva) odlučio pristupiti prikupljanju i odabiru ponuda specijaliziranih agencija za izvršenje sljedećih usluga:

- izradu međunarodne PR strategije (i/ili plana za društvene mreže) i prilagodbu strategija traženim tržištima,
- dizajn i implementaciju PR strategije za HTZ u 2022. godini

A) Odnosi s medijima – odnosi s ključnim medijima te aktivnosti vezane uz iste, s posebnim naglaskom na realizaciju strategije na svakom pojedinačnom tržištu. Navedeno uključuje neke od sljedećih aktivnosti: PR/medijsku strategiju, uspostavljanje odnosa s novim medijima (novinarima), opću PR podršku (objave za medije, distribucija itd.), osiguravanje objava u ključnim svjetskim medijima (tiskanim i digitalnim), PR događanja i/ili posebni projekti na tržištima, organizacija događanja na samom tržištu uz izvještavanje i podršku ili po potrebi na društvenim medijima u suradnji s drugim partner agencijama te koordinaciju aktivnosti između podagencije/a na tržištima, predstavništava HTZ-a po tržištima i Odjela za globalni PR HTZ-a.

B) Društveni mediji i digitalna komunikacija – ovo uključuje neke od sljedećih aktivnosti: strategiju za društvene medije, upravljanje društvenim profilima, interakciju s pratiteljima profila, strategiju za influencere/bloggere, strategiju za ciljane sadržaje i kanale, izradu i objavu sadržaja za Facebook, Twitter, Instagram, YouTube i druge digitalne kanale komunikacije, te praćenje, izvještavanje i koordinaciju aktivnosti između podagencije/a na tržištima, predstavništava HTZ-a po tržištima i Odjela za globalni PR HTZ-a.

*Agencije u prijavi na Javni poziv mogu aplicirati za jednu ili obje navedene kategorije.

Koordinaciju aktivnosti između agencije/a preuzeti će predstavništva HTZ-a po tržištima u suradnji s Odjelom za globalni PR HTZ-a.

Predmet nadmetanja:

Plan dizajniran od strane odabranog Ponuditelja imat će za cilj točno targetiranje ciljanih skupina turista na određenim geozonama prema iskazanim interesima vezanim uz putovanje u Hrvatsku, u cilju postizanja triju glavnih ciljeva na sljedećim tržištima:

ODNOSI S MEDIJIMA:

- | | |
|--------------|--------------------|
| • Austrija | • Norveška |
| • Belgija | • Slovačka |
| • Češka | • Švedska |
| • Nizozemska | • Švicarska |
| • Njemačka | • Velika Britanija |

DRUŠTVENI MEDIJI I DIGITALNA KOMUNIKACIJA:

*Primarni fokus je na **engleski, njemački, francuski i poljski jezik** uključujući „community management“, ostali jezici i ciljani sadržaj biti će definirani po tržištima prema briefu.

- Austrija*
- Belgija*
- Češka*
- **Francuska**
- Mađarska*
- Nizozemska*
- **Njemačka**
- Norveška*
- Slovačka*
- **Poljska**
- Švedska*
- Švicarska*
- **Velika Britanija**

HTZ u bilo kojem trenutku Javnog poziva može odustati od bilo kojeg od navedenih tržišta i/ili neke od navedenih kategorija iz Javnog poziva. HTZ zadržava pravo, nakon sklapanja ugovora, zatražiti dodatne ponude za izvršenje PR aktivnosti na projektnoj bazi i na ostalim emitivnim tržištima (npr. Slovenija, Italija, Španjolska, Rusija, Ukrajina, itd.), ako agencija ima mogućnost pružiti usluge na navedenim tržištima.

Ista agencija može biti odabrana za jednu ili obje kategorije, a sukladno odabiru sklopit će se ugovor o poslovnoj suradnji.

Tijekom Javnog poziva HTZ zadržava pravo na odabir više agencija za jedno ili više tržišta za jednu ili obje kategorije. Koordinaciju aktivnosti preuzima Odjel za globalni PR HTZ-a u suradnji s predstavništvima HTZ-a po tržištima.

Usluga koju isporučuje odabrani Ponuditelj obuhvaća sljedeće:

1. Analiza i istraživanje tržišta

Odabrani Ponuditelj izrađuje analizu i istraživanje svakog tržišta. Analiza na temelju kojih će se izrađivati PR plan za svako tržište obuhvaća:

- analiza pojedine ciljane skupine,
- analiza medijske konzumacije pojedine ciljane skupine,
- consumer journey – kada i kako potrošač donosi svoje odluke o odabiru destinacije za odmor,
- analiza konkurencije,
- evaluacija ponuda za ostale slične ponude koje tijekom razdoblja trajanja ugovora zaprimi HTZ,
- analiza tržišta (PR overview by market).

2. PR Strategija

Odabrani Ponuditelj na temelju provedene analize i zadanih budžeta izrađuje:

- opću PR strategiju i strategiju za svako pojedino tržište,
- PR strategije trebaju biti napravljene za sva tržišta u istom obrascu.

3. PR planovi i definiranje KPI-ova za svaku od kategorija

Popis svih predviđenih kampanja HTZ će dostaviti ponuditeljima koji potvrde sudjelovanje u drugom krugu nadmetanja u sklopu detaljnog briefa.

4. Provedba PR planova

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/ponuditeljima potpisati ugovor za 2022. godinu.

Na temelju prihvaćene ponude Ponuditelj će provoditi PR kampanje HTZ-a, što obuhvaća:

- prijedlog PR plana za svako tržište u sklopu globalnog PR plana za svaku od kategorija za koje se PR agencija natječe, a u skladu s HTZ-ovim briefom,
- definiranje KPI-ova pojedine kampanje po pojedinom tržištu,
- osigurati potrebne resurse za izvedbu predloženog PR plana,
- osigurati HTZ-u neometani pristup svim potrebnim sustavima i platformama kao što su npr. press clipping, medijska analiza, statistika za društvene medije, itd.), također isto će biti omogućeno i agencijama u skladu s eventualno sklopljenim ugovorima od strane HTZ-a.

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),
- optimizaciju PR aktivnosti u cilju ostvarenja KPI-ova.

* Press clipping i medijska analiza nisu predmet ovog tendera te će se zasebno provesti nabava za clipping uslugu, kao i analiza medijskih objava. Vodeća agencija biti će dužna koordinirati i pratiti navedena izvješća.

6. Redovno tjedno i mjesečno izvještavanje o kampanji

Odabrani ponuditelj redovno će izvještavati o provedbi PR aktivnosti i ispunjavanju zadanih pokazatelja uspješnosti kampanja (KPI) te predočiti dokaze o svim planiranim i izvršenim aktivnostima u skladu sa zahtjevima Hrvatske turističke zajednice:

- izrada predložka za tjedne i mjesečne izvještaje o realizaciji PR aktivnosti,
- redovno izvješćivanje u skladu s odobrenim predloškom,
- izrada mjesečnih računa o realiziranim aktivnostima te dokaznica prema specifikacijama HTZ-a,
- isporuka dodatnih izvješća HTZ-u prema potrebi, a što ulazi u predviđene aktivnosti agencije unutar zadanog budžeta.

7. Izvještaj po realiziranim aktivnostima, post-activity analiza i prijedlozi za poboljšanje u budućim PR aktivnostima

Ponuditelj će osim dokaza o izvršenju izraditi i:

- finalni izvještaj o realiziranoj kampanji,
- post-activity analize,
- prijedloge za poboljšanje budućih aktivnosti,
- sustav za učenje i razmjenu znanja između agencije i HTZ-a.

8. OSTALE ODREDBE

- agencija treba dati prijedlog komunikacije i koordinacije aktivnosti između podagencije/a na tržištima, predstavništva HTZ-a po tržištima i Odjela za globalni PR HTZ-a,
- agencija treba predstaviti svoj tim i timove (podagenciju/e) po tržištima,
- strategije, PR planovi, analize i izvješća trebaju biti u istom obrascu za sva tržišta.

Budžet za PR usluge agencije za 2022. godinu (cijena usluge)

A) **Odnosi s medijima i PR događanja i/ili posebni projekti** - budžet: 6.000.000 HRK (4.800.000,00 HRK + PDV). Prijedlog budžeta daje ponuditelj u suradnji s HTZ-om i Povjerenstvom za odabir, ponuditelj treba dati razradu po tržištima u postotnom udjelu*; TPC [third-party costs/ troškovi trećih strana] nisu uključeni u navedeni iznos te će isti za potrebe izrade ponude biti određeni briefom.

* press clipping/monitoring usluge nisu u sklopu ovog budžeta i ugovorit će se odvojeno.

B) **Društveni mediji i digitalna komunikacija** – budžet: 4.000.000 HRK (3.200.000,00 HRK + PDV). Prijedlog budžeta daje ponuditelj u suradnji s HTZ-om i Povjerenstvom za odabir, ponuditelj treba dati razradu po tržištima u postotnom udjelu*; TPC [third-party costs/ troškovi trećih strana] nisu uključeni u navedeni iznos te će isti za potrebe izrade ponude biti određeni briefom.

- Iznosi uključuju PDV
- Finalni budžet utvrdit će se datumom Odluke u razmjernom dijelu ovisno o iznosu već utrošenih sredstava po stavkama A) i B).
- HTZ će kvartalno potvrditi planirane aktivnosti. Budžet će se alocirati kvartalno, a distribucija iznosa prema tržištu će se usuglasiti sukladno planiranim aktivnostima za navedeni kvartal, s mogućnošću redistribucije iznosa u budućim kvartalima. Budžet za svaki kvartalni plan podlozan je odobrenju s ciljem oslobođenja sredstava iz fleksibilnog budžeta.
- HTZ također može odlučiti usmjeriti budžet na dodatne projekte.

Za vrijeme trajanja ugovorne obveze HTZ zadržava pravo u cijelosti ili djelomično modificirati budžet.

* Naručitelj zadržava pravo na modifikaciju/izmjenu predložene razrade po tržištima u postotnom udjelu.

Cijena (agencijska provizija) 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.

3. ODABIR PONUĐAČA

3.1. Dostavljanje ponuda

Predkvalifikacijska faza obuhvaća objavu Javnog poziva. Kada se utvrdi da agencije ispunjavaju kriterije Javnog poziva, poslat će im se detaljan brief na temelju kojeg će pripremiti prijedloge PR aktivnosti. Odabrane agencije biti će pozvane prezentirati ponudu u sljedećoj fazi Javnog poziva.

Otvoreni Javni poziv:

Rok za dostavu pitanja/dvojbama vezanih uz Javni poziv zaprimaju se do 23.12.2021. godine do 14:00 CET putem elektronske pošte: Global_PR@htz.hr

Rok za dostavu potvrde sudjelovanja (prijava) i popunjenih obrazaca za svaku od kategorija za koje se prijavljuje je do 28.12.2021. godine do 16:00 CET.

Napomena: HTZ zadržava pravo promjene datuma o čemu će sve prijavljene agencije biti pravovremeno obaviještene.

Uvjeti:

Cilj HTZ-a je suradnja s renomiranom PR agencijom ili grupom agencija koje imaju potrebno iskustvo iz sfere PR-a i usluge koje su predmet ovog Javnog poziva.

1. Iskustvo

Agencija treba imati odgovarajuće iskustvo u obavljanju poslova koje su predmet ovog Javnog poziva te je u tu svrhu dužna predložiti dokaze da ima registrirani poslovni subjekt ili ugovor s partnerom koji ima prijavljeno sjedište na tržištu za koje se prijavljuje, a koji aktivno posluje na tom tržištu najmanje 5 godina koje prethode 2022. godini (2017., 2018., 2019., 2020. i 2021.).

Dokaz:

- popis klijenata u navedenim godinama,
- presjek odrađenih PR aktivnosti uz iskustvo na barem 3 ključna tržišta te rad s barem 3 klijenta u turističkom sektoru
- Naziv, adresa i porezni broj poslovnog subjekta ili partnera na pojedinom tržištu

2. Ostala dokumentacija

- **Podmirene porezne obveze**
- **Potvrda o nekažnjavanju**

2.1. 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. 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 te naručitelja izvještavati o stanju budžeta i svim aktivnostima po tržištima najmanje jednom mjesečno.

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

Vodeća agencija može prilikom dostave konačne ponude naznačiti drugi poslovni subjekt ili partnera od onoga koji je naveden u kvalifikacijskoj fazi uz uvjet da takav poslovni subjekt ili partner udovoljava svim uvjetima iz ove dokumentacije te da je Hrvatska turistička zajednica suglasna s takvom promjenom.

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.

Ponuditelj koji ne ispunjava propisane uvjete/propisanu dokumentaciju neće se razmatrati.

Odabir:

Tehničko će povjerenstvo u predkvalifikacijskoj fazi na temelju dostavljene dokumentacije odlučiti koji ponuditelji ispunjavaju uvjere za sljedeću fazu postupka.

HTZ će po upućivanju poziva za sudjelovanje u sljedećoj fazi postupka, odabranim ponuditeljima dostaviti brief i popratnu dokumentaciju koja je potrebna za izradu ponude te detaljne upute i uvjete za daljnje sudjelovanje u postupku i odrediti rok za dostavu ponude.

Sadržaj prijedloga/ponude

Nakon potvrde sudjelovanja i primitka briefa, ponuda mora sadržavati: ponudu za svaku kategoriju za koju se agencija prijavila prema uputama iz briefa te dostavu case studija kao i druge dokumentacije i dokaza navedenih u briefu.

Brief će se prema agencijama dostaviti do 12.01.2022.*

*HTZ zadržava pravo promjene datuma dostave briefa.

3.1. Dostavljanje ponuda

- Sva dokumentacija dostavlja se putem elektroničke pošte do navedenog roka na e-mail: Global_PR@htz.hr s naznakom „Javni poziv – odabir PR agencije“, a HTZ će potvrditi primitak dostavljene dokumentacije.
- Rok za dostavu ponuda i case studija odredit će se u briefu.
- Agencije koje će biti pozvane na prezentaciju ponude, HTZ će obavijestiti o datumu naknadno.

*** HTZ može odlučiti da agencija dostavi dodatni „brief“ ukoliko se za isto ukaže potreba, a svi ponuditelji primiti će obavijest o eventualno novim rokovima.**

3.2. Ocjena ponuda

Povjerenstvo za odabir razmotrit će pristigle ponude. Ponuditelj čija je ponuda ocijenjena najvišom ocjenom za najveći broj ključnih tržišta biti će odabran.

Ukoliko dvije ili više agencija ostvare istovjetan broj bodova za jedno ili više tržišta, odabrat će se ona ponuda koja je zaprimljena prva.

Svaka kategorija se ocjenjuje bodovima od 1-10 i množi se s ponderom navedenim u tablici, a ukupan zbroj sa svim točkama daje konačnu ocjenu.

Predstavništva HTZ-a ocjenjivati će agencije i podagencije na svom tržištu ocjenom od 1-10 u suradnji s HTZ-om, a prosjek ukupnih ocjena po pojedinačnim tržištima dati će prijedlog ukupne ocjene.

Ukupan broj bodova po kategoriji definiran je u tablici u nastavku:

Kategorija	Maksimum ponder
1. PR plan, njegova integracija u kampanju i usklađenost sa SMPHT-om, predloženi KPI-ovi te Scope of Work (SOW) unutar zadanog budžeta	50%
2. Obrazloženje i kreativnost PR agencije	15%
3. Način kvantitativnog i kvalitativnog mjerenja ostvarenih rezultata	15%
4. Analiza tržišta i ciljnih skupina	10%
5. Način upravljanja i koordinacije rada s klijentom (ovisno o kategoriji)	10%
UKUPNO (1+2+3+4+5)	100%

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

HTZ nije dužan odabrati 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 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 ispunjavanja 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 povećanju količine usluga za isti iznos naknade s jednim ili više ponuditelja po pojedinoj kategoriji usluga za koju su takvi ponuditelji u skupini od tri najbolje ocijenjena ponuditelja za tu kategoriju.

Obveze odabranog Ponuditelja nakon odabira: Ponuditelj je dužan zaključiti Ugovor o pružanju usluge.

SAŽETAK

1. KVALIFIKACIJSKA FAZA:

- Rok za dostavu eventualnih pitanja/dvojbi vezano uz Javni poziv: **23.12.2021. godine do 14:00 CET** putem elektronske pošte: Global_PR@htz.hr
- Rok za dostavu potvrde sudjelovanja (prijava) i popunjenih obrazaca za svaku od kategorija za koje se prijavljuje je **28.12.2021. godine do 16:00 CET**.
- Hrvatska turistička zajednica će obavijestiti sve Ponuditelje koji su sudjelovali u predkvalifikacijskom postupku o rezultatima prve faze najkasnije do **07.01.2022. godine** te će agencija-,e najkasnije do **10.01.2022. godine** morati potvrditi svoje sudjelovanje u 2. fazi nadmetanja.

2. FAZA NADMETANJA:

- HTZ će dostaviti brief **do 12.01.2022. godine** svim agencijama kojima je potvrđeno daljnje sudjelovanje kao i dodatne materijale koji budu potrebni za predavanje ponude.
- Rok za postavljanje pitanja u 2. fazi nadmetanja kao i rok za dostavu ponuda odredit će se briefom, u slučaju potrebe postoji mogućnost dogovora dodatnih sastanaka i/ili telefonskih poziva.
- Po primitku i pregledu ponuda u 2. fazi nadmetanja HTZ će obavijestiti agencije o datumima i mogućnosti prezentiranja ponuda.

Obrazac za podnošenje ponude 1. – Opće informacije o Ponuditelju odgovornom za projekt (vodeća agencija)

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 (općenito) u posljednjih pet (5) godina

Broj ugovora	Naziv i adresa naručitelja	Predmet ugovora	Vrijeme i mjesto izvršenog ugovora
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja

Pečat Ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Obrazac za podnošenje ponude 3. – Popis istaknutih klijenata iz sektora turizma u posljednjih pet (5) godina

Broj ugovora	Naziv i adresa naručitelja	Predmet ugovora	Vrijeme i mjesto izvršenog ugovora	Tržište za koje je izvršena usluga
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				

Potpis osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja

Pečat Ponuditelja

Mjesto _____

Datum _____

Obrazac za podnošenje ponude 4A. - Popis vlastitih podružnica / predstavništava / ureda na tržištima/ partner agencije za kategoriju ODNOSI S MEDIJIMA

Popis vlastitih podružnica/predstavništava/ureda na tržištima

Tržište	Naziv	Adresa	Porezni broj
AUSTRIJA			
BELGIJA			
ČEŠKA			
NIZOZEMSKA			
NJEMAČKA			
NORVEŠKA			
SLOVAČKA			
ŠVEDSKA			
ŠVICARSKA			
VELIKA BRITANIJA			

Obrazac za podnošenje ponude 4B. - Popis vlastitih podružnica / predstavništava / ureda na tržištima/ partner agencije za kategoriju DRUŠTVENI MEDIJI I DIGITALNA KOMUNIKACIJA

Popis vlastitih podružnica/predstavništava/ureda na tržištima

Tržište	Naziv	Adresa	Porezni broj
AUSTRIJA			
BELGIJA			
ČEŠKA			
FRANCUSKA			
MAĐARSKA			
NIZOZEMSKA			
NJEMAČKA			
NORVEŠKA			
SLOVAČKA			
POLJSKA			
ŠVEDSKA			
ŠVICARSKA			
VELIKA BRITANIJA			