



HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

JAVNI POZIV ZA DOSTAVU PONUDA

Predmet nabave:

Odabir medijske agencije/agencija za izradu strategije oglašavanja i medija plana te provođenje marketinških aktivnosti HTZ-a na inozemnim tržištima u 2026. i 2027. godini s mogućnošću produljenja na 2028. godinu

Evidencijski broj: 092-2025-JP

Zagreb, srpanj 2025.

UVOD

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 te se svi ti atributi koriste u pozicioniranju Hrvatske kao turističke destinacije. Uz sve navedeno, Hrvatska se želi još više pozicionirati kao održiva destinacija s naglaskom na očuvanje okoliša, digitalizaciju te stvaranje što jače sinergije privatnog i javnog sektora u turizmu, a samim time i zadovoljstva stanovnika.

Prema aktualnom Strateškom marketinškom i operativnom planu hrvatskog turizma, vizija Hrvatske kao turističke destinacije je postići prepoznatljivost kao održiva destinacija visoke vrijednosti, koja će u cilju unaprjeđenja kvalitete života domaćeg stanovništva nuditi širok spektar autentičnih i kvalitetnih turističkih doživljaja, različitim segmentima turističke potražnje.

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

1. jačanje brenda Hrvatske kao turističke destinacije
2. privlačenje potrošača visoke platežne moći, produljenje turističke sezone i smanjenje geografske koncentracije potražnje
3. osiguravanje podrške turističkoj industriji, s ciljem uspješnijeg marketinga
4. podrška i doprinos ciljevima Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine.

1. OPIS PREDMETA NABAVE

Predmet nabave obuhvaća sljedeće usluge i aktivnosti:

- Izradu strategije oglašavanja za 2026. i 2027. godinu
- Izradu prijedloga medija planova za komunikacijske kampanje za 2026. godinu (prema briefu koji se ponuditeljima dostavlja u fazi nadmetanja)
- Provođenje aktivnosti HTZ-a potvrđenih u medija planu (zakup medija).

Plan pripremljen od strane odabranog Ponuditelja imat će za cilj točno targetiranje ciljnih skupina na određenim geo-zonama prema iskazanim interesima vezanim uz putovanje u Hrvatsku, odnosno određene turističke proizvode. Sve potrebne informacije HTZ će dostaviti ponuditeljima u drugoj fazi postupka za svako tržište. Tržišta na koja se odnosi predmet nabave su:

- Njemačka
- Slovenija
- Austrija
- Italija
- Poljska

- Velika Britanija
- Češka
- Mađarska
- Francuska
- Nizozemska
- Slovačka
- Švedska
- Švicarska
- Belgija.

Ponuditelj svoju ponudu dostavlja za sva ona tržišta za koja može isporučiti navedene usluge i aktivnosti iz predmeta nabave i to za minimalno 3 tržišta koja su predmet nabave.

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

1.1. Konačna usluga koju isporučuje odabrani Ponuditelj

Usluga koju isporučuje odabrani Ponuditelj obuhvaća sljedeće:

a) Analizu i istraživanje tržišta

Odabrani Ponuditelj izrađuje medijsku analizu i istraživanje svakog tržišta iz predmeta nabave za koje iskazuje interes. Analiza na temelju koje će se izrađivati medija plan za svako tržište obuhvaća:

- 1) 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 dosegu
 - listu 10 najslušanijih radio postaja s uključenim informacijama o dosegu
- 2) analizu medijske konzumacije pojedine ciljane skupine
- 3) navike potrošača - kada i kako potrošač na određenom tržištu donosi svoje odluke o odabiru destinacije za odmor
- 4) analizu konkurencije (marketinške aktivnosti ostalih destinacija na određenom tržištu).

b) Strategiju oglašavanja

Odabrani Ponuditelj na temelju provedene analize i zadanih budžeta izrađuje:

- 1) strategiju oglašavanja za određeno tržište (prijedlog kanala i medija za oglašavanje, prijedlog točnog perioda oglašavanja svake kampanje i obrazloženje istog)

- 2) 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 dokumentu

c) Medija planove za 2026. godinu s točno definiranim KPI-ovima

Medija planovi trebaju sadržavati:

- 1) istaknute cijene za svaki od predloženih medija i formata oglasa, specifikacije za izradu oglasa za sve kampanje te rokove dostave materijala sukladno briefu
- 2) ključne pokazatelje uspješnosti po kanalima:
 - Print: naklada, čitanost, pozicija oglasa, doseg ciljane skupine
 - TV/radio: GRP, TRP, impresije, doseg ciljane skupine
 - Outdoor: točna lokacija, kvaliteta lokacije, kvaliteta formata, impresije
 - Online: impresije/klikovi/pregled sadržaja, interakcija sa sadržajem
- 3) agencija je dužna navesti koji Ad Serving sustav će se koristiti za provođenje i praćenje digitalnih kampanja
- 4) u media plan ne uključuju se aktivnosti oglašavanja na tražilicama i društvenim mrežama (osim ako društvene mreže nisu društvene mreže medijske kuće/kanala na kojem se oglašavanje predlaže) te programatski zakup medija
- 5) liste portala određene medijske kuće su dozvoljene uključiti u medija plan no uz mogućnost klijenta da iz listi izbaci portale neadekvatnog sadržaja te uz uvjet da se portali iz tog dijela medija plana ne ponavljaju u dodatnom medija planu kao zasebna stavka u ponudi
- 6) media planovi po pojedinom tržištu trebaju biti napravljeni u obrascu koji će HTZ dostaviti ponuditelju u drugoj fazi
- 7) medija planovi trebaju sadržavati jasno definirane KPI-eve za svaki od predloženih kanala/medija/formata
- 8) media planovi trebaju sadržavati jasno definirane rokove u kojima će se ostvariti definirani KPI-evi
- 9) u medija planu treba jasno navesti rok do kojeg vrijedi ponuda, a isti ne može biti kraći od 90 dana od dana predaje ponude.

d) 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 2026. i 2027. godinu s mogućnošću produljenja na 2028. godinu. Na temelju prihvaćene ponude Ponuditelj će provoditi oglašavanje za kampanje koje HTZ provodi na emitivnim tržištima, što obuhvaća:

- 1) finalnu doradu i optimizaciju prihvaćenog medija plana po pojedinom tržištu prema briefu sukladno trenutnom terminskom i budžetnom planu kampanja te njegovo usuglašavanje s nadležnim organizacijskim jedinicama HTZ-a i predstavništvom na svakom emitivnom tržištu
- 2) finalno definiranje KPI-ova pojedine kampanje po pojedinom tržištu
- 3) zakup medijskog prostora, postavljanje kampanje i izvršenje medija plana,
- 4) finalno definiranje specifikacija materijala potrebnih za provedbu kampanje s
- 5) točnim rokovima dostave materijala u zadanom obrascu te
- 6) osiguravanje Hrvatskoj turističkoj zajednici nesmetani pristup u sustave i platforme za praćenje i optimizaciju kampanja.

e) Nadzor i optimizacija u skladu s postavljenim KPI-ovima

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

- 1) redoviti monitoring kampanja
- 2) praćenje izvršenja ključnih pokazatelja uspješnosti kampanja (KPI)
- 3) optimizaciju kampanja u cilju ostvarenja potvrđenih KPI-ova.

f) Redovno izvještavanje o kampanji

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

- 1) slanje mjesečnih/tjednih izvještaja o realizaciji kampanje
- 2) na poseban upit klijenta i u zadanom roku dostava izvještaja u bilo kojoj fazi trajanja kampanje.

g) Izvještaj o realiziranoj kampanji (post-buy analiza) i izrada računa

Ponuditelj će nakon završetka kampanje:

- 1) Izraditi finalni izvještaj (post-buy analizu) o realiziranoj kampanji prema konceptu koji će dostaviti HTZ
- 2) prezentirati završni izvještaj HTZ-u
- 3) izraditi i poslati HTZ-u račun sukladno realiziranim aktivnostima i usuglašenoj post buy analizi.

Ostale odredbe

- Agencijska provizija obračunava se isključivo i samo na cijenu medijskog zakupa.
- Potrebno je predstaviti agencijski tim koji će biti zadužen za klijenta.
- Agencija je na svaki zahtjev klijenta dužna promptno reagirati.
- Medija planovi, analize i izvješća trebaju biti u istom obrascu za sva tržišta (dostavlja HTZ).
- Agencija je dužna osigurati edukaciju i razmjenu znanja između agencije i HTZ-a, ukoliko se za to pokaže potreba.
- Sve dodatne troškove (ad serving cost, set up cost...) potrebno je iskazati zasebno te točno navesti na što se iznos odnosi, uz uvjet da ukupan iznos ne smije prelaziti iznos zadanog budžeta iz smjernica (briefa).

1.2. Procijenjena vrijednost nabave

Za aktivnosti vezane uz provođenje strategije oglašavanja i medija planova **samo za 2026. godinu**, HTZ predviđa novčana sredstva u ukupnom iznosu od **4.000.000,00 EUR neto**, odnosno **5.000.000,00 EUR** (u iznos je uključen PDV od 25%). Iznos obuhvaća agencijsku proviziju i sve agencijske troškove.

Hrvatska turistička zajednica zadržava pravo izmjene visine budžeta i perioda oglašavanja namijenjenog za određeno tržište ili odustajanja od oglašavanja na određenom tržištu u bilo kojem trenu od trenutka dostave ponude i za vrijeme trajanja sklopljenog Ugovora, a sve ovisno o okolnostima na emitivnim tržištima i u Hrvatskoj.

Prijedlozi media planova na temelju kojih će agencije biti izabrane nisu obvezujući i podložni su promjenama.

2. ODABIR PONUĐAČA

Javni poziv provodi se u tri faze:

- 1) Kvalifikacijska faza**
- 2) Faza nadmetanja**
- 3) Faza ocjene i odabira ponude.**

U nastavku se daje detaljno pojašnjenje za svaku od navedenih faza.

2.1. Kvalifikacijska faza

Kvalifikacijska faza obuhvaća objavu poziva za iskazivanje interesa i odabir ponuditelja koji će se pozvati u sljedeću fazu postupka nabave, a na temelju zadovoljavanja propisanih uvjeta za kvalifikaciju u drugu fazu - fazu nadmetanja. Ponuditelj je dužan u kvalifikacijskoj fazi iskazati interes za tržišta koja su predmet nabave pod točkom 2. natječajne dokumentacije.

Poziv za iskazivanje interesa objavljuje se na internetskim stranicama: www.htz.hr na hrvatskom i engleskom jeziku i dostupan je svim zainteresiranim gospodarskim subjektima.

Uvjeti kvalifikacijske faze:

a) Dokaz stručne sposobnosti - REFERENCE

Agencija treba imati odgovarajuće iskustvo u obavljanju poslova zakupa medija, postavljanja i provođenja medijskih kampanja i izrade medijskih strategija koje su predmet ovog nadmetanja i to u trajanju od najmanje 5 godina za godine koje prethode godini u kojoj je objavljena ova dokumentacija za nadmetanje (2020.-2024.).

Agencija je dužna priložiti dokaze i to:

- popis referentnih klijenata i pruženih usluga za iste u zadnjih 5 godina za godine koje prethode godini u kojoj je objavljena ova dokumentacija za nadmetanje (2020.-2024.) - **Obrazac 2 - REFERENCE**,
- 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) Dokaz financijske sposobnosti

b.1.) Godišnji prihod

- Godišnji prihod agencije za poslovne godine **2022. i 2023.** ne smije biti manji od budžeta na koji je raspisan javni poziv. Kao dokaz ostvarenog prihoda, Agencija je dužna uz prijavu dostaviti godišnje financijsko izvješće (za 2022. i 2023. godinu, a navedeni kriteriji mora biti dokaziv iz financijskog izvješća Ponuditelja u službenoj verziji sukladno nacionalnom zakonodavstvu (Bilanca te Račun dobiti i gubitka za 2022. i 2023. godinu).
- **Naziv izdavatelja dokaza sposobnosti:** Odgovarajuća bankarska, financijska institucija ili tijelo ukoliko je ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske te Račun dobiti i gubitka s ovjerom primitka od strane Porezne uprave ili s ovjerom odgovarajuće financijske institucije ili tijela ukoliko je ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske.

b.2.) Podmirene porezne obveze

- **Naziv dokaza sposobnosti:** potvrda Porezne uprave o stanju duga ili istovrijedne isprave nadležnog tijela zemlje sjedišta Ponuditelja.
- **Naziv izdavatelja dokaza sposobnosti:** Ministarstvo financija – Porezna uprava, odnosno nadležno tijelo zemlje sjedišta Ponuditelja.
- **Vrijednosni pokazatelj dokaza sposobnosti:** Ponuditelj mora dokazati da je ispunio obvezu plaćanja svih dospjelih poreznih obveza i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje. Ovaj dokaz sposobnosti ne smije biti stariji od 30 dana do dana objave Poziva.

c) Dokaz o nekažnjavanju

- **Naziv dokaza sposobnosti (Obrazac 4.):** Izjava s potpisom kojom natjecatelj dokazuje da gospodarskom subjektu ili osobi ovlaštenoj za zastupanje gospodarskog subjekta nije izrečena pravomoćna osuđujuća presuda za kaznena djela zbog udruživanja za počinjenje kaznenih djela, primanje mita u gospodarskom poslovanju, davanje mita u

gospodarskom poslovanju, zlouporaba položaja i ovlasti, zlouporaba obavljanja dužnosti državne vlasti, protuzakonito posredovanje, primanje mita, davanje mita, prijevara, računalna prijevara, prijevara u gospodarskom poslovanju ili prikrivanje protuzakonito dobivenog novca, odnosno za odgovarajuća kaznena djela prema propisima zemlje sjedišta gospodarskog subjekta, odnosno odgovarajući dokaz o nekažnjavanju zemlje sjedišta ukoliko je ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske.

- **Naziv izdavatelja dokaza sposobnosti:** osoba ovlaštena za zastupanje gospodarskog subjekta za sebe i za gospodarski subjekt daje izjavu s potpisom.
- **Vrijednosni pokazatelj dokaza sposobnosti:** ponuditelj mora dokazati da gospodarskom subjektu ili osobi ovlaštenoj za zastupanje gospodarskog subjekta nije izrečena pravomoćna osuđujuća presuda za jedno ili više kaznenih djela u Izjavi. Ovaj dokaz sposobnosti ne smije biti stariji od trideset (30) dana od dana objave Poziva.

NAPOMENA:

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 dopune ponude. U prvoj fazi postupka nije nužno dostaviti cijenu ponude. Ponuditelj koji ne ispunjava propisane formalne uvjete neće se razmatrati tj. neće biti pozvan u daljnju fazu nadmetanja.

Odabir ponuditelja za drugu fazu:

Tehničko povjerenstvo Hrvatske turističke zajednice će u kvalifikacijskoj fazi na temelju dostavljene dokumentacije odlučiti koji ponuditelji ispunjavaju tražene formalne uvjete te će se navedeni ponuditelji pozvati u sljedeću fazu postupka.

Tehničko povjerenstvo HTZ-a o kvalifikaciji ponuditelja za sljedeću fazu odlučuje uzimajući u obzir gore navedene kriterije i dostavljenu dokumentaciju.

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 **15.07.2025. do 16:00 sati (CET)**. Dokumentacija se dostavlja na adresu elektroničke pošte **postupci.nabave@htz.hr** i **media.tender@htz.hr** s **naznakom u predmetu: „Odabir medijske agencije za izradu strategije oglašavanja i medija plana – kvalifikacijska faza.“**

2.2. Faza nadmetanja

Hrvatska turistička zajednica će **do 22.07.2025.** obavijestiti sve Ponuditelje koji su sudjelovali u kvalifikacijskom postupku o rezultatima. Ponuditelj koji je pozvan u sljedeću fazu - fazu nadmetanja, dužan je najkasnije **do 24.07.2025. do 16:00 sati (CET)**, pismenim putem na adresu elektroničke pošte **media.tender@htz.hr** potvrditi sudjelovanje u nadmetanju te dostaviti svoju konačnu ponudu zaključno **do 29.08.2025. do 16:00 sati (CET)**.

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

2.2.1. Obvezni sadržaj ponude i potrebne dokumentacije

Hrvatska turistička zajednica će do **25.07.2025.** dostaviti daljnje smjernice (brief) te svu ostalu dokumentaciju potrebnu za dostavu ponuda svim ponuditeljima koji su potvrdili sudjelovanje u nadmetanju.

Uz obavezno ispunjen i potpisan **Obrazac 1. Opće informacije o Ponuditelju odgovornom za projekt i popis tržišta za koja se prijavljuje**, koji se nalazi u sklopu ovog dokumenta, ponuda mora sadržavati:

- Informacije o ponuditelju i o članovima radnog tima
- Analizu i istraživanje tržišta
- Strategiju oglašavanja po tržištima za 2026. i 2027.
- Medija planove za 2026. i definirane KPI-ove:
 - prijedloge media planova za sve kampanje navedene u briefu s definiranim KPI-evima za svaki od medija i formata
 - specifikacije oglasa predloženih u medija planovima
- Detaljan opis provođenja kampanja i monitoringa kampanja (osobito digitalnih kampanja) kao i popis alata koji će se koristiti
- Specifikacije za Ad Serving sustav koji će se koristiti

2.2.2. Dostavljanje ponuda u fazi nadmetanja

Sva dokumentacija dostavlja se isključivo u elektroničkom obliku s naznakom „**Odabir medijske agencije za izradu strategije oglašavanja i medija plana – faza nadmetanja.** “ na e-mail adresu postupci.nabave@htz.hr i media.tender@htz.hr.

Rok za dostavu ponuda je **29.08.2025. do 16:00 sati (CET)**.

3. KRITERIJ ZA OCJENU I ODABIR PONUDA (Faza ocjene i odabira ponude)

Stručno povjerenstvo za odabir medijskih agencija razmotrit će pristigle ponude. Ocjena stručnog povjerenstva daje se po svakoj pojedinoj ponudi po svakom pojedinom tržištu te 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 zaprimljena prva (datum i vrijeme zaprimanja ponude).

Vrednovanje ponuda temelji se na diskrecijskoj ocjeni ponuda od strane svakog od članova Povjerenstva na temelju sljedećih kriterija i udjela u bodovanju:

Kriterij	Udio (%)
1. Medija planovi (kvaliteta i cijena po pojedinom mediju) U obzir će se uzeti: - sposobnost kreiranja rješenja koje će u potpunosti moći pratiti postavljenu analizu tržišta i strategiju - relevantnost media plana u ostvarenju postavljenih ciljeva komunikacije prema ciljnim skupinama - snaga ponuditelja u osiguravanju najbolje vrijednosti za novac - ukupna razina detalja, izvedivosti i praktičnosti. predloženog rješenja	40
2. Obrazloženje i kreativnost strategije za tržište U obzir će se uzeti: - pristup kreiranju strategije, njezina sveobuhvatnost i relevantnost - snaga argumentacije i obrazloženja predložene strategije - pristup razvoju strategije kroz promatrano razdoblje (2026.- 2027.)	30

3. Analiza tržišta i ciljnih skupina U obzir će se uzeti: - ukupna razina detalja, jasan i sistematičan prikaz svih relevantnih informacija.	10
4. Korištenje originalnih i inovativnih formata i kanala oglašavanja U obzir će se uzeti: - količina i relevantnost novih kanala/formata oglašavanja predviđenih media planom - način razmišljanja u korištenju inovativnih formata/kanala oglašavanja.	20

Svaki kriterij bit će ocjenjen brojem bodova od 0 (nula) do 10 (deset) bodova prema sljedećoj bodovnoj skali:

0 - Ne ocjenjuje se	Ponuditelj nije ponudio rješenja i/ili se uopće nije dotaknuo niti jednog segmenta promatranog kriterija.
1-2 Nedovoljno	Ponuditelj nije osigurao adekvatna rješenja za promatrani kriterij ili su uočeni ozbiljni nedostaci.
3-4 Dovoljno	Ponuditelj je za promatrani kriterij dao opća, ali nedovoljno detaljna rješenja.
5-6 Dobro	Ponuditelj je ponudio kvalitetna rješenja za promatrani kriterij, ali uz veći broj uočenih nedostataka.
7-8 Vrlo dobro	Ponuditelj je ponudio kvalitetna rješenja za promatrani kriterij, ali uz manji broj uočenih nedostataka.
9-10 Odlično	Ponuditelj je vrlo uspješno obuhvatio sve relevantne segmente promatranog kriterija.

Svaki član Povjerenstva donosi konačnu ocjenu prema sljedećoj formuli:

$$\begin{aligned}
 \text{UKUPNO} = & [(\text{ocjena kriterija 1} \times 0,4) + (\text{ocjena kriterija 2} \times 0,3) + (\text{ocjena kriterija 3} \times 0,1) \\
 & + (\text{ocjena kriterija 4} \times 0,2)] \times 10
 \end{aligned}$$

4. JAMSTVO ZA UREDNO IZVRŠENJE UGOVORA - dostavlja/ju samo odabrani ponuditelj/i

Najkasnije u roku od 30 dana od dana sklapanja ugovora, odabrani Ponuditelj dužan je dostaviti jamstvo za uredno izvršenje ugovora za slučaj povrede ugovornih obveza u obliku bezuvjetne bankarske garancije na prvi poziv s klauzulom „plativo na prvi pisani poziv“ i „bez prava prigovora“. Jamstvo se izdaje u korist Naručitelja, u apsolutnom iznosu izraženom u visini 10% vrijednosti samog ugovora (bez PDV-a) predmeta nabave s rokom važenja do ispunjenja svih ugovorom preuzetih obveza, koji završava isporukom tražene usluge plus 30 (trideset) dana respira.

U tekstu jamstva mora stajati obveza banke da će na prvi pisani poziv korisnika jamstva (Naručitelja) bezuvjetno, neopozivo i bez prava prigovora isplatiti bilo koji iznos, a najviše do iznosa jamstva. U slučaju produženja roka izvršenja obveza po ovom Ugovoru iz objektivnih razloga i uz suglasnost Naručitelja, Isporučitelj je u obvezi produžiti rok valjanosti bankovnog jamstva za uredno ispunjenje ugovora za cjelokupno razdoblje za koje se produžava rok izvršenja obveza iz ovog Ugovora plus 30 (trideset) dana nakon ispunjenja ugovornih obveza.

Umjesto bankarske garancije, Ponuditelj može uplatiti novčani polog u traženom iznosu za pojedinu grupu predmeta nabave u korist Hrvatske turističke zajednice, IBAN Naručitelja: HR4224020061100957129, Model: 00, Poziv na broj: OIB Ponuditelja uplatitelja, opis plaćanja: Jamstvo za uredno izvršenje ugovora za Izradu strategije oglašavanja i medija plana te provođenje marketinških aktivnosti HTZ-a na inozemnim tržištima u 2026. i 2027. godini s mogućnošću produljenja na 2028. godinu.

Naručitelj je u obvezi Isporučitelju vratiti bankovno jamstvo za uredno ispunjenje ugovora (bankarsku garanciju/novčani polog) nakon izvršenja svih ugovornih obveza i proteka roka od 30 (trideset) dana respira, ukoliko Naručitelj nije imao prigovore na uredno ispunjenje Ugovora.

Obveza dostavljanja navedenog jamstva predstavlja bitan sastojak ugovora.

U slučaju produljenja trajanja ugovora, Ponuditelj je dužan izvršiti produljenje dostavljenog jamstva tako da na odgovarajući način udovoljava gore navedenim uvjetima.

5. PODACI O POSTUPKU PREGOVARANJA

Na temelju dostavljenih ponuda i zadanih kriterija za ocjenu i odabir ponuda, Naručitelj zadržava bezuvjetno pravo da u postupku izravnog pregovaranja promijeni opseg usluge ili količinu, te da ne prihvati dio ponude ili da sa pojedinim ponuditeljem pregovara samo o jednom dijelu ponude odnosno usluge.

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

6. Mjesto isporuke

Hrvatska turistička zajednica, Iblerov trg 10/IV, Zagreb

7. Početak i rok isporuke usluga

Rok isporuke usluge sukladno vremenskom planu kojeg isporučuje Ponuditelj, a Naručitelj potvrđuje. Svi detalji vezani za rok isporuke biti će definirani Ugovorom.

8. Rok, način i uvjet plaćanja

Plaćanje će se izvršiti po isporuci usluge u roku od 30 dana od dana uredno ispostavljenog računa i dokaza o realizaciji svih aktivnosti (post-buy report).

9. Način obavješćavanja o rezultatima poziva

Elektroničkom porukom te Odlukom o odabiru koja će biti objavljena na službenim internetskim stranicama HTZ-a.

Napomene:

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 donijeti odluku o produženju roka dostave ponude i davati pojašnjenja 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. 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.

U slučaju da neka od odabranih agencija za određeno tržište iz bilo kojeg razloga odustane od sklapanja Ugovora, sklapanje Ugovora ponudit će se sljedećoj agenciji po redu koja ostvaruje najveći broj bodova u zbroju.

Zaključivanje Ugovora nakon odabira

Odabrani ponuditelj će 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.

OBRAZAC 1. Opće informacije o Ponuditelju odgovornom za projekt i popis tržišta za koja se prijavljuje (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)	
Popis tržišta za koja ponuditelj daje ponude	

U _____, _____. 2025. godine.
(mjesto) (datum)

(potpis osobe ovlaštene po zakonu za zastupanje
gospodarskog subjekta)

**OBRAZAC 2. Popis istaknutih klijenata u posljednjih pet godina (2020.-2024.) po tržištu –
REFERENCE (molimo ne ispunjavati ručno)**

R.br.	Tržište	Popis referentnih klijenata i pruženih usluga za iste u posljednjih 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		
12.	Švedska		
13.	Švicarska		
14.	Belgija		

U _____, _____. 2025. godine.

(mjesto)

(datum)

(potpis osobe ovlaštene po zakonu za zastupanje
gospodarskog subjekta)

OBRAZAC 3. Sastav radnog tima i zadaci (molimo ne ispunjavati ručno)

IME I PREZIME ČLANA RADNOG TIMA	FUNKCIJA U RADNOM TIMU	ZADACI U RADNOM TIMU

U _____, _____. 2025. godine.

(mjesto)

(datum)

(potpis osobe ovlaštene po zakonu za zastupanje
gospodarskog subjekta)

OBRAZAC 4.

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: 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 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 _____, _____. 2025. godine.

(mjesto)

(datum)

(potpis osobe ovlaštene po zakonu za zastupanje
gospodarskog subjekta)