Description: HAMAG-Bicro-logo-RGB-mali_za potpis

**Klasa:**

**Urbroj:**

**Evidencijski broj nabave: 1/2018**

**DOKUMENTACIJA O NABAVI**

**U OTVORENOM POSTUPKU JAVNE NABAVE VELIKE VRIJEDNOSTI USLUGA**

**OGLAŠAVANJA U MEDIJIMA, KOMUNIKACIJSKOG SAVJETOVANJA S PODRŠKOM I ORGANIZACIJE DOGAĐAJA**

Zagreb, lipanj 2018. godine

**1. PODACI O JAVNOM NARUČITELJU**

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO)

Ksaver 208

10000 Zagreb

OIB: 25609559342

Broj telefona: +385 1 4881001

Internetska adresa: www.hamagbicro.hr

e-mail: hamagbicro@hamagbicro.hr

**2. OSOBA ILI SLUŽBA ZADUŽENA ZA KONTAKT**

Gordan Leskovar

Broj telefona: +385 1 2352625

Adresa elektroničke pošte: [gordan.leskovar@hamagbicro.hr](mailto:gordan.leskovar@hamagbicro.hr)

Temeljem članka 202. Zakona o javnoj nabavi ( NN –120/2016 – dalje: ZJN ) gospodarski subjekti mogu za vrijeme roka za dostavu ponuda zahtijevati objašnjenja i izmjene vezane uz dokumentaciju o nabavi. Pisani zahtjev ponuditelja za pojašnjenjem, odnosno izmjenom dokumentacije o nabavi dostavlja se osobi zaduženoj za komunikaciju s ponuditeljima u ovom postupku nabave putem elektroničke pošte ili putem Elektroničkog oglasnika javne nabave.

Ponuditelji mogu izvršiti uvid u dokumentaciju koja potkrepljuje dokumentaciju o nabavi i i izvršiti uvid na lokaciju, u roku za dostavu ponuda, u radnom vremenu naručitelja uz pravovremenu najavu.

**3. EVIDENCIJSKI BROJ NABAVE**

1/2018

**4. GOSPODARSKI SUBJEKTI S KOJIMA JE NARUČITELJ U SUKOBU INTERESA**

Nema takvih gospodarskih subjekata u trenutku objave dokumentacije o nabavi.

**5. VRSTA POSTUPKA JAVNE NABAVE**

Otvoreni postupak javne nabave velike vrijednosti.

**6. PROCIJENJENA VRIJEDNOST NABAVE**

Procijenjena vrijednost nabave iznosi 1.900.000,00 kn (bez PDV-a)

**7. VRSTA UGOVORA O JAVNOJ NABAVI**

Sklapa se ugovor o javnoj nabavi usluga

Opcije i moguća obnavljanja ugovora: sukladno propisima o javnoj nabavi.

**8. ELEKTRONIČKA DRAŽBA, DINAMIČKI SUSTAV NABAVE**

Ne uspostavlja se dinamički sustav nabave.

Ne provodi se elektronička dražba.

**9. INTERNETSKA STRANICA NA KOJOJ JE OBJAVLJENO IZVJEŠĆE O PROVEDENOM SAVJETOVANJU SA ZAINTERESIRANIM GOSPODARSKIM SUBJEKTIMA**

**10. PODACI O PREDMETU NABAVE, KOLIČINA, TROŠKOVNIK, TEHNIČKA SPECIFIKACIJA PREDMETA NABAVE**

Predmet nabave: Usluge komunikacijskog savjetovanja s podrškom, oglašavanje u medijima i organizacija događaja.

Predmet nabave podijeljen je na grupe, i to:

Grupa 1 – komunikacijsko savjetovanje s podrškom - procijenjena vrijednost nabave je 300.000,00 kn (bez PDV-a)

Grupa 2 – usluge oglašavanja u medijima – procijenjena vrijednost nabave je 1.300.000,00 kn (bez PDV-a)

Grupa 3 – usluge organiziranje događaja – procijenjena vrijednost nabave je 300.000,00 kn (bez PDV-a)

Ponuditelji moraju u ponudi nuditi, a ugovaratelji moraju ugovor o javnoj nabavi izvršiti prema tehničkim specifikacijama i troškovnicima u prilogu ove dokumentacije te ostalim uvjetima izvršavanja ugovora o javnoj nabavi prema ovoj dokumentaciji.

**11. OPIS PREDMETA NABAVE**

**11.1. GRUPA 1. – KOMUNIKACIJSKO SAVJETOVANJE S PODRŠKOM**

CPV - 79416100-4 Usluge upravljanja na području odnosa s javnošću

11.1.1. Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (u nastavku: Agencija) tijekom 20 godina postojanja poduzetnicima sustavno pruža podršku kroz sve razvojne faze njihovog poslovanja – od početne ideje do komercijalnog plasmana na tržištu. Djelokrug rada Agencije naglasak stavlja na poticanje i razvoj subjekata malog gospodarstva, pružanje financijske potpore inovativnim i tehnološki usmjerenim tvrtkama te davanje potpora za istraživanje, razvoj i primjenu suvremenih tehnologija.

Krajem 2017. godine Agencija je započela s novom intenzivnom oglašivačkom kampanjom čiji je cilj osvješćivanje i predstavljanje financijskih mogućnosti te djelokrug rada Agencije s ciljem jačanja malog poduzetništva, investicija i inovacija. Uz oglašivačku kampanju, potrebno je komunikacijskim alatima doprijeti do svih ciljnih javnosti kako bi se maksimalno iskomunicirala sva dostupnost i iskoristivost financijskih sredstava iz fondova Europske unije te predstavile sve mogućnosti koje male tvrtke imaju na raspolaganju u promicanju svojeg poslovanja.

Sinergijskim spajanjem oglašavanja i tradicionalnih odnosa s javnošću s naglaskom na odnose s medijima ostvaruje se maksimalna vidljivost projekata i natječaja namijenjenih poticanju malog poduzetništva. Komunikacijske usluge namijenjene su promicanju ključnih projekata, menadžmenta i djelovanja Agencije.

Ponuditelj je obvezan u troškovniku za Grupu 1 navesti svoju mjesečnu naknadu za izvršenje postavljenih ciljeva i provedbu svih traženih aktivnosti.

11.1.2. Ciljevi komunikacije

* Jačanje odnosa s lokalnim i nacionalnim medijima
* Predstavljanje projekata i financijskih mogućnosti koje naručitelj nudi poduzetnicima
* Jačanje interesa ciljnih javnosti za dostupne alate financiranja
* Predstavljanje i jačanje vidljivosti natječaja i projekata usmjerenih na poticanje malog poduzetništva.

11.1.3. Komunikacijsko savjetovanje

U okviru komunikacijskog savjetovanja ponuditelj treba izraditi komunikacijski plan aktivnosti koje će se realizirati u svrhu ostvarivanja postavljenih ciljeva. Usluga komunikacijskog savjetovanja obuhvaća sljedeće aktivnosti:

* Strateško i komunikacijsko savjetovanje u provedbi aktivnosti naručitelja,
* Izbor i analiza relevantnih informacija za poslovanje naručitelja,
* Priprema komunikacijskih koncepata,
* Priprema profila ključnih dionika,
* Savjetovanje i priprema menadžmenta naručitelja za javne nastupe.

11.1.4. Odnosi s medijima

Ponuditelj treba osigurati potpunu savjetodavnu i operativnu podršku u realizaciji komunikacijskih aktivnosti prema medijima, a s ciljem promocije te uspješnijeg pozicioniranja naručitelja, njenog menadžmenta i aktualnih projekata u široj javnosti. Konkretno, usluga obuhvaća:

* Strateško i komunikacijsko savjetovanje u odnosima s medijima
* Priprema za medijske istupe (uoči intervjua, konferencije za medije…)
* Izgradnja odnosa s ključnim novinarima i urednicima (lokalni i nacionalni mediji)
* Zagovaranje interesa i stavova naručitelja u komunikaciji s medijima

11.1.5. Izrada i distribucija sadržaja

Tijekom obavljanja usluga odnosa s javnošću odabrani ponuditelj je odgovoran izraditi i distribuirati sav potreban sadržaj za plasman u medije. Ova usluga obuhvaća:

* Izrada tekstova za promotivne materijale (advertorijale),
* Lektura i korektura tekstova za promotivne materijale (advertorijale),
* Pripremu i plasman pisanih materijala za eksternu javnost (priopćenja za medije, pripreme za intervjue, briefovi…),
* Distribucija PR materijala prema medijima.

Ponuditelj mora izraditi i u ponudi dostaviti Komunikacijsku strategiju iz točke 11.2.4., što je polazišni korak suradnje kojim se predlaže i usuglašava smjer te način komuniciranja naručitelja u provedbi instrumenata Operativnog programa Konkurentnosti i kohezije (OPKK).

**11.2. GRUPA 2. - USLUGE OGLAŠAVANJA U MEDIJIMA**

CPV: 79341000-6 Usluge oglašavanja

Usluga zakupa oglasnog prostora

Predmet nabave je nabava usluga oglašavanja u svrhu promocije redovnih aktivnosti naručitelja, instrumenata Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. - 2020. (OPKK) osobito programe dodjele bespovratnih potpora (grant) i financijskih instrumenata (FI), kao i ostalih programa naručitelja sufinanciranih iz fondova EU, a sukladno opisu i formatima oglasa iz Priloga 2. Grupa 2 Troškovnik.

**11.2.1. Planiranje i zakup medija**

Uvjeti planiranja i zakupa medijskog prostora obuhvaćaju uvjete za sve medije navedene u troškovniku te se ponude samo za dio tražene količine neće razmatrati.

**11.2.2. Digitalno oglašavanje**

Cilj naručitelja je što kvalitetnije komunicirati s ciljanim publikama u periodu realizacije kampanje i to na personaliziran i automatiziran način u odnosu na fazu procesa odlučivanja u kojoj se pojedini korisnik nalazi. U tom smislu ponuditelj je obvezan predložiti digitalnu strategiju koja osigurava ostvarivanje niže navedenih ciljeva na efikasan i cjenovno optimalan način.

Ciljevi komunikacije:

* Generiranje veće vidljivosti projekata i natječaja Naručitelja;
* Porast broja prijava na natječaje Naručitelja.

Ponuditelj je dužan dostaviti Naručitelju ponudu digitalnog medijskog zakupa za medije koji se nalaze u troškovniku kao i za programatsko oglašavanje. Za programatsko oglašavanje potrebno je navesti sustav koji Ponuditelj koristi te potvrditi kako korišteni sustav tehnološki sadrži sljedeće opcije/funkcije:

* Sustav mora biti kompletno prilagođen GDPR regulativi;
* Integrirani sustav za upravljanje podacima korisnika (DMP);
* Integrirani sustav za produkciju oglasnih formata temeljem kreative;
* Integrirani sustav za posluživanje oglasa (ad server);
* Integrirani sustav za programatski zakup (DSP);
* Integrirani modul za mobilno oglašavanje;
* Integrirani modul za video oglašavanje;
* Integrirani sustav za izvještavanje o izvršenim aktivnostima;
* Integrirani sustav za praćenje korisnika na mrežnim stranicama Naručitelja;
* Integrirani sustav za praćenje događaja na mrežnim stranicama Naručitelja;
* Integrirani sustav za praćenje ostvarenja ciljeva na stranicama Naručitelja;
* Integrirani sustav za bihevioralno modeliranje korisnika temeljem originalnih korisnika;
* Integrirani sustav za „Brand Safety“ - osiguranje da se oglasni materijali prikazuju samo u prihvatljivim medijskim okruženjima;
* Integrirani sustav strojnog učenja s ciljem kvalitetne optimizacije aktivnosti.

Programatsko oglašavanje omogućava doseg do točno određene relevantne ciljane publike bez obzira na medijskog izdavača na kojem se pojedina publika nalazi. Naručitelj želi komunicirati prema svojim ciljanim populacijama koje će biti specificirane prilikom realizacije oglašavanja. Ponuditelj je obavezan dostaviti dokaz od proizvođača sustava kojeg koristi kojim potvrđuje tehnološke mogućnosti svih gore navedenih specifikacija.

**11.2.3. Produkcija TV spota**

Odabrani ponuditelj treba izraditi 10 promotivnih spotova u trajanju od 90 sekundi s ciljem promocije poduzetničkih uspješnih priča. Spotovi će se prikazivati na digitalnim medijima i društvenim mrežama.

U prvom dijelu snima se intervju s poduzetnikom u kojemu on odgovara na pitanja i opisuje nam važnost potpore koju je dobio za razvoj vlastitog poslovanja, bolje konkurentnosti, te kako je cijeli proces oko dobivanja potpore izgledao. Intervju se odvija na način da poduzetnik odgovara punim rečenicama jer se u kasnijoj montaži videa „kroji“ priča isključivo od njegovih odgovora, bez da čujemo postavljanje pitanja od strane novinara/režisera. Cijeli intervju se snima na jednoj odgovarajućoj lokaciji.

*Primjeri pitanja za poduzetnika:*

S kojim projektom ste se prijavili za poticaj?

Je li vam to prvi put ili ste već surađivali s Hamag-Bicro agencijom?

Koliko je bilo teško ili jednostavno ostvariti prijavu?

Kako je tekao cijeli proces?

Jeste li dobili potreban savjet ili pomoć u agenciji?

Koliko je bila važna realizacija ovog projekta za daljnji razvoj vašeg poslovanja?

Generalno, koji je značaj ovakvih konkretnih pomoći države, poput ove Hamag-Bicroa za formiranje društveno odgovorne i inspirativne poduzetničke klime?

Smatrate da ovakvim projektima možete postati više konkurentni na tržištu?

Što znači biti uspješan poduzetnik?

U drugom dijelu snimamo popratne kadrove, poput deskriptivnog kadra koji nas smješta na određenu lokaciju, tj. u kojoj kompaniji se nalazimo, snimamo proizvodnju, tj. djelatnost kojom se određeni poduzetnik bavi, zatim druge zaposlenike, i eventualno nekoliko kadrova našeg poduzetnika u poslu, razgovoru ili na sastanku. Ti dodatni kadrovi služit će nam za „pokrivanje“ određenih dijelova intervjua, tj. priče koju će nam poduzetnik ispričati, a koju ćemo montažno „skrojiti“ iz dobivenih odgovora. Na taj način dobit ćemo dinamiku samog videa. Pod video podložit ćemo odgovarajuću stock glazbu, odobrenu od strane naručitelja.

**11.2.4. KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA**

Ponuditelj mora izraditi i u ponudi dostaviti Komunikacijsku strategiju, što je polazišni korak suradnje kojim se predlaže i usuglašava smjer te način komuniciranja naručitelja u provedbi instrumenata Operativnog programa Konkurentnosti i kohezije (OPKK).

U okviru komunikacijske strategije bit će zastupljeni sljedeći segmenti:

**11.2.4.1. Analiza komunikacije naručitelja**

Ponuditelj će provesti analizu prethodno provedenih komunikacijskih aktivnosti javnog naručitelja, odnosno modele, načine i kanale komunikacije, kao i komunikacijski sadržaj koji je prethodno plasiran s ciljem utvrđivanja uspješnosti komunikacije i prostora za njeno unaprjeđenje. Zaključci analize dovest će se u korelaciju s ciljnim skupinama, čije će se karakteristike također analizirati, kao i njihove komunikacijske preferencije, ograničenja i potencijali.

**11.2.4.2. Marketinška komunikacija**

Komunikacijskom strategijom će se u segmentu marketinške komunikacije predvidjeti sljedeće:

* **Definiranje ciljeva** – što želimo postići provedbom marketinške strategije.
* **Definiranje ciljnih javnosti** – prema kome komuniciramo i s kojim ciljem.
* **Definiranje koncepta marketinške komunikacije** – na temelju provedenih analiza, postavljenih ciljeva i definiranih ciljnih javnosti postavlja se koncept marketinške strategije.
* **Definiranje komunikacijskog sadržaja** – na koji način komuniciramo, odnosno koje komunikacijske formate i modele koristimo (slogani, ključne poruke, vizualni identitet i sl.)
* **Definiranje komunikacijskih formata** – u kojem formatu (obliku) komuniciramo (oglasi, web banneri, TV spot (idejno i produkcijsko rješenje), radijski spot (copyright i produkcija) i sl.)
* **Definiranje komunikacijskih kanala** – kroz koje kanale komuniciramo s ciljnim javnostima (provedba kampanja u tradicionalnim medijima (print, TV, radio, web, OOH), provedba kampanja na društvenim mrežama, organizacija promotivnih događanja i sl.)
* **Vremenski plan provedbe aktivnosti** – u kojem će se periodu i kakvim rasporedom provesti predložene marketinške aktivnosti. Ovaj segment uključuje izradu detaljnog plana oglašavanja (media plan) u medijima, plan provedbe promotivnih događanja te svih drugih predviđenih marketinških aktivnosti.

**11.2.4.3. Odnosi s javnošću**

Potrebno je predvidjeti i definirati sljedeće:

**Definiranje ciljeva –** što želimo postići provedbom aktivnosti odnosa s javnošću.

**Definiranje ciljnih javnosti** – prema kome komuniciramo posredstvom aktivnosti odnosa s javnošću i s kojim ciljem.

**Definiranje koncepta komunikacije** – na temelju provedenih analiza, postavljenih ciljeva i definiranih ciljnih javnosti postavlja se koncept komunikacije posredstvom aktivnosti odnosa s javnošću.

**Definiranje ključnih poruka** – definiranje sadržaja koji će činiti okosnici u komunikaciji posredstvom aktivnosti odnosa s javnošću, a kojim će se istaknuti i na način prilagođen ciljnim javnostima i komunikacijskim kanalima plasirati ključne informacije.

**Definiranje komunikacijskih kanala** – kroz koje će se (medijske) kanale aktivnosti odnosa s javnošću.

**Definiranje komunikacijskih aktivnosti odnosa s javnošću** – potrebno je osmisliti najpogodnije komunikacijske formate kojima će se informacije prenijeti ciljnim javnostima, primjerice u kojim slučajevima informacije distribuirati priopćenjem za medije, konferencijom za medije, intervjuom, reportažom i sl.

**11.2.4.4. Akcijski plan provedbe aktivnosti**

Ovim će se segmentom predvidjeti konkretne marketinške aktivnosti i aktivnosti odnosa s javnošću koje su osmišljene temeljem provedenih analiza i postavljene komunikacijske strategije, a također će se predvidjeti vremenski plan njihove provedbe – u kojem će se periodu i kakvim rasporedom provesti.

**11.2.4.5. Analiza kampanje**

Odabrani ponuditelj će po potpisu ugovora o javnim uslugama provesti analizu marketinške komunikacije naručitelja iz javno dostupnih izvora i istraživanja praćenja marketinških kanala. Odabrani ponuditelj će analizirati modele, načine i kanale marketinške komunikacije, kao i objavljeni marketinški sadržaj s ciljem utvrđivanja uspješnosti marketinške komunikacije kao i prostora za njeno unaprjeđenje. Ista analiza će se provesti pred kraj ugovora o javnim uslugama.

**Istraživanje tržišta**

Odabrani ponuditelj će po potpisu ugovora o javnim uslugama provesti istraživanje tržišta s ciljem istraživanja i utjecaja različitih programa i mjera javnih institucija u poticanju razvoja Republike Hrvatske. Cilj istraživanjaje utvrditi važnost inovativnosti za rast i razvoj zemlje, te analizirati mišljenja domaće javnosti o ulozi naručitelja u poticanju inovativnosti u Hrvatskoj. Istraživanje važnosti inovativnosti za razvoj zemlje, te analiziranje mišljenja domaće javnosti o djelovanju naručitelja u svrhu poticanja inovativnosti znatno će pridonijeti kreiranju daljnjih programa poticanja inovativnosti u Hrvatskoj.

**Metodologija istraživanja**

Kroz metode prikupljanja primarnih podataka, u istraživačkom dijelu rada koristit će se kvantitativna i kvalitativna metodologija. Metoda ispitivanja odnosit će se na anketu. Za ispitivanje pretpostavki koristit će se anketa na slučajnom uzorku domaće javnosti, na muškarcima i ženama od 15 do 65 godina starosti. Anketa kao instrument istraživanja koristit će anketni upitnik za stanovnike Hrvatske kojim će se istražiti percepcija javnosti o naručitelju. Anketa će se provesti u dva dijela na početku i na kraju ugovora, kombinirajući zatvoreni i otvoreni tip pitanja, dok će se na skali Likertovog tipa putem čestica (od 1 do 5) mjeriti stupanj slaganja/neslaganja sa svakom od tvrdnji. Anketa će biti potpuno anonimna, a ispitanici će biti upoznati s činjenicom kako će se njihovi odgovori koristiti samo za svrhu analize uspješnosti kampanja agencije, svi izračuni će biti prikazani isključivo kao zbirni podaci i kako nema točnih i netočnih odgovora. S obzirom na primjenjivost, istraživanje pripada razvojnim istraživanjima, kombinirat će se postupci primarnih i sekundarnih istraživanja te teorijska i empirijska istraživanja. Istraživanja će biti provedena jednokratno s obzirom na učestalost. S obzirom na ciljeve na koje je istraživanje usmjereno provest će se kros-sekcijski nacrt istraživanja. S obzirom na vrijeme, istražuje se trenutno stanje same pojave.

**O anketi**

Populacija: opća javnost / Hrvatska

Uzorak: domaća javnost

Veličina uzorka: n= 1000

Strategija određivanja uzorka: namjerni prigodni uzorak

Jedinica uzorka: svaki pojedinačni predstavnik opće javnosti

Oblici pitanja: otvorena i zatvorena pitanja

Ljestvice mjerenja: Nominalna, Ordinarna

Ljestvica stavova: Likertova

Primjena: telefonsko istraživanje

Rezultati predloženog istraživanja kojim će se po prvi put sustavnije i učinkovitije istražiti uloga i važnost korištenja inovativnosti s ciljem poticanja rasta i razvoja Hrvatske te utvrđivanje pretpostavke rada kroz istraživanje mišljenja domaće javnosti o ulozi naručitelja, dat će snažan doprinos kreiranju daljnjih smjernica poticanja inovativnosti u Hrvatskoj.

**Ključne riječi:** inovativnost, inovacije, HAMAG-BICRO, rast gospodarstva

**11.3. GRUPA 3 – ORGANIZACIJA DOGAĐAJA (konferencije)**

CPV - 79952000-2 Usluge organiziranja raznih događanja

Usluga obuhvaća organizaciju i provedbu informativno-edukativne konferencije o poduzetništvu i EU fondovima, u Zagrebu, u kongresnom centru Zagreb City Plaza tijekom proljeća 2019. (točan termin utvrdit će se naknadno) sukladno specifikaciji u troškovniku koji je prilog 3 ove Dokumentacije. Lokacija održavanja konferencije može se promijeniti u suradnji s naručiteljem.

Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije (HAMAG-BICRO) organizira regionalnu konferenciju o poduzetništvu i EU fondovima koja će okupiti između 200 i 400 sudionika, odnosno, ministre, župane, gradonačelnike, načelnike, predstavnike ministarstava, županija, gradova i općina, regionalne koordinatore, predstavnike drugih važnih institucija u Hrvatskoj, te poduzetnike koji aktivno koriste i/ili planiraju koristiti sredstva iz EU fondova kao i one poduzetnike koji su se do sada javljali na natječaje iz EU fondova. Na konferenciji će se predstaviti aktualne politike i razvojni programi čiji je cilj omogućiti ravnomjerno povlačenje raspoloživih EU sredstava kao i mogućnosti financiranja poduzetništva sredstvima fondova i programa Europske unije. Svi sudionici imat će prilike sudjelovati na predavanjima i panel raspravama, brojnim praktičnim seminarima i radionicama na temu poduzetništva i EU fondova te posjetiti neke od uspješno provedenih projekata na području na kojem se održavaju konferencije.

Za potrebe organizacije, koordinacije i provođenja svih aktivnosti potrebno je osigurati i izvršiti sljedeće usluge:

* Osmišljavanje i izrada koncepta događaja
* Redovita komunikacija i koordinacija s predstavnicima Naručitelja vezano uz organizaciju konferencije i dogovaranje svih drugih aktivnosti predviđenih tijekom trajanja konferencije
* Osmišljavanje, izrada i primjena vizualnog identiteta Naručitelja i EU fondova (logotip, predlošci za razne dokumente)
* Izraditi i voditi detaljan plan sa svim aktivnostima i odgovornostima vezanim uz organizaciju događaja, provoditi ga i kontrolirati
* Logistička i organizacijska podrška u provedbi detaljnog plana tijekom konferencije
* Izrada detaljnog financijskog plana
* Koordinacija između organizacijskog odbora i raznih dobavljača
* Osigurati obrazac za prijave uzvanika te koordinirati i voditi registraciju uzvanika kroz posebnu aplikaciju
* Osigurati prostor za registraciju te koordinirati registraciju uzvanika prilikom dolaska na konferenciju
* Osigurati potrebnu tehničku opremu za konferenciju (razglas, rasvjeta, video)
* Izraditi POS materijal za konferenciju (vezice i akreditacije za sve sudionike, promotivni materijal za sve sudionike) prema konceptu događaja
* Osigurati hostese, fotografa i zaštitare koji će pomagati u organizaciji konferenciju
* Izrada izvješća o provedenim aktivnostima tijekom pružanja usluge
* Osigurati poslugu hrane i pića za vrijeme konferencije na bazi od 400 osoba i na sljedeći način:
  + prva pauza za kavu: kava, čaj, voda (gazirana i negazirana), peciva,
  + ručak: toplo-hladni buffet s prijedlogom menija i poslugom pića: kava, čaj, voda (gazirana i negazirana), sokovi (gazirani i negazirani),
  + druga pauza za kavu: kava, čaj, voda (gazirana i negazirana), sokovi (gazirani i negazirani), narezano voće,
  + negazirana voda za sve govornike i paneliste u dvoranama (30 kom).

Ponuditelji su dužni u dokumentu ponude dostaviti koncept konferencije.

**12. KOLIČINA PREDMETA NABAVE**

Količine navedene u tehničkim specifikacijama i troškovniku su okvirne. Stvarno nabavljene količine na temelju ugovora o javnoj nabavi mogu biti veće ili manje od okvirnih količina. Ukupna plaćanja bez poreza na dodanu vrijednost na temelju sklopljenog ugovora ne smiju prelaziti procijenjenu vrijednost nabave.

**13. MJESTO IZVRŠENJA UGOVORA**

Zagreb, ostala mjesta prema tehničkim specifikacijama i troškovnicima u prilogu.

**13. ROK POČETKA I ZAVRŠETKA IZVRŠENJA UGOVORA**

Odmah po potpisu ugovora, godina dana od potpisa ugovora.

**14. KRITERIJI ZA KVALITATIVNI ODABIR GOSPODARSKOG SUBJEKTA**

**14.1. OSNOVE ZA ISKLJUČENJE GOSPODARSKOG SUBJEKTA**

14.1.1. Javni naručitelj obvezan je isključiti gospodarskog subjekta iz postupka javne nabave ako utvrdi da:

1. je gospodarski subjekt koji ima poslovni nastan u Republici Hrvatskoj ili osoba koja je član upravnog, upravljačkog ili nadzornog tijela ili ima ovlasti zastupanja, donošenja odluka ili nadzora toga gospodarskog subjekta i koja je državljanin Republike Hrvatske pravomoćnom presudom osuđena za:

a) sudjelovanje u zločinačkoj organizaciji, na temelju članka 328. (zločinačko udruženje) i članka 329. (počinjenje kaznenog djela u sastavu zločinačkog udruženja) Kaznenog zakona

članka 333. (udruživanje za počinjenje kaznenih djela), iz Kaznenog zakona ( NN - 110/97, 27/98, 50/00, 129/00, 51/01, 111/03, 190/03, 105/04, 84/05, 71/06, 110/07, 152/08, 57/11, 77/11, 143/12)

b) korupciju, na temelju:

- članka 252. (primanje mita u gospodarskom poslovanju), članka 253. (davanje mita u gospodarskom poslovanju), članka 254. (zlouporaba u postupku javne nabave), članka 291. (zlouporaba položaja i ovlasti), članka 292. (nezakonito pogodovanje), članka 293. (primanje mita), članka 294. (davanje mita), članka 295. (trgovanje utjecajem) i članka 296. (davanje mita za trgovanje utjecajem) Kaznenog zakona

- članka 294.a (primanje mita u gospodarskom poslovanju), članka 294.b (davanje mita u gospodarskom poslovanju), članka 337. (zlouporaba položaja i ovlasti), članka 338. (zlouporaba obavljanja dužnosti državne vlasti), članka 343. (protuzakonito posredovanje), članka 347. (primanje mita) i članka 348. (davanje mita) iz Kaznenog zakona (N.N. 110/97., 27/98., 50/00., 129/00., 51/01., 111/03., 190/03., 105/04., 84/05., 71/06., 110/07., 152/08., 57/11., 77/11. i 143/12.)

c) prijevaru, na temelju:

- članka 236. (prijevara), članka 247. (prijevara u gospodarskom poslovanju), članka 256. (utaja poreza ili carine) i članka 258. (subvencijska prijevara) Kaznenog zakona

- članka 224. (prijevara), članka 293. (prijevara u gospodarskom poslovanju) i članka 286. (utaja poreza i drugih davanja) iz Kaznenog zakona (N.N. 110/97., 27/98., 50/00., 129/00., 51/01., 111/03., 190/03., 105/04., 84/05., 71/06., 110/07., 152/08., 57/11., 77/11. i 143/12.)

d) terorizam ili kaznena djela povezana s terorističkim aktivnostima, na temelju:

- članka 97. (terorizam), članka 99. (javno poticanje na terorizam), članka 100. (novačenje za terorizam), članka 101. (obuka za terorizam) i članka 102. (terorističko udruženje) Kaznenog zakona

- članka 169. (terorizam), članka 169.a (javno poticanje na terorizam) i članka 169.b (novačenje i obuka za terorizam) iz Kaznenog zakona (N.N. 110/97., 27/98., 50/00., 129/00., 51/01., 111/03., 190/03., 105/04., 84/05., 71/06., 110/07., 152/08., 57/11., 77/11. i 143/12.)

e) pranje novca ili financiranje terorizma, na temelju:

- članka 98. (financiranje terorizma) i članka 265. (pranje novca) Kaznenog zakona

- članka 279. (pranje novca) iz Kaznenog zakona (N.N. 110/97., 27/98., 50/00., 129/00., 51/01., 111/03., 190/03., 105/04., 84/05., 71/06., 110/07., 152/08., 57/11., 77/11. i 143/12.)

f) dječji rad ili druge oblike trgovanja ljudima, na temelju:

- članka 106. (trgovanje ljudima) Kaznenog zakona

- članka 175. (trgovanje ljudima i ropstvo) iz Kaznenog zakona (N.N. 110/97., 27/98., 50/00., 129/00., 51/01., 111/03., 190/03., 105/04., 84/05., 71/06., 110/07., 152/08., 57/11., 77/11. i 143/12.), ili

2. je gospodarski subjekt koji nema poslovni nastan u Republici Hrvatskoj ili osoba koja je član upravnog, upravljačkog ili nadzornog tijela ili ima ovlasti zastupanja, donošenja odluka ili nadzora toga gospodarskog subjekta i koja nije državljanin Republike Hrvatske pravomoćnom presudom osuđena za kaznena djela iz točke 1. podtočaka od a) do f) ovoga stavka i za odgovarajuća kaznena djela koja, prema nacionalnim propisima države poslovnog nastana gospodarskog subjekta, odnosno države čiji je osoba državljanin, obuhvaćaju razloge za isključenje iz članka 57. stavka 1. točaka od (a) do (f) Direktive 2014/24/EU.

14.1.1.2. Dokumenti kojima gospodarski subjekt dokazuje da ne postoje prethodno navedene okolnosti koje dovode do njegova isključenja:

1. izvadak iz kaznene evidencije ili drugog odgovarajućeg registra ili, ako to nije moguće, jednakovrijedni dokument nadležne sudske ili upravne vlasti u državi poslovnog nastana gospodarskog subjekta, odnosno državi čiji je osoba državljanin, kojim se dokazuje da ne postoje osnove za isključenje iz članka 251. stavka 1. Zakona.

2. ako se u državi poslovnog nastana gospodarskog subjekta, odnosno državi čiji je osoba državljanin ne izdaju navedeni dokumenti ili ako ne obuhvaćaju sve okolnosti iz članka 251. stavka 1., članka 252. stavka 1. i članka 254. stavka 1. točke 2. Zakona, oni mogu biti zamijenjeni izjavom pod prisegom ili, ako izjava pod prisegom prema pravu dotične države ne postoji, izjavom davatelja s ovjerenim potpisom kod nadležne sudske ili upravne vlasti, javnog bilježnika ili strukovnog ili trgovinskog tijela u državi poslovnog nastana gospodarskog subjekta, odnosno državi čiji je osoba državljanin.

14.1.2. Naručitelj će isključiti gospodarskog subjekta iz postupka javne nabave ako utvrdi da gospodarski subjekt nije ispunio obveze plaćanja dospjelih poreznih obveza i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje:

1. u Republici Hrvatskoj, ako gospodarski subjekt ima poslovni nastan u Republici Hrvatskoj, ili

2. u Republici Hrvatskoj ili u državi poslovnog nastana gospodarskog subjekta, ako gospodarski subjekt nema poslovni nastan u Republici Hrvatskoj.

Iznimno, javni naručitelj neće isključiti gospodarskog subjekta iz postupka javne nabave ako mu sukladno posebnom propisu plaćanje obveza nije dopušteno ili mu je odobrena odgoda plaćanja.

14.1.2.1. Dokumenti kojima gospodarski subjekt dokazuje da ne postoje prethodno navedene okolnosti koje dovode do njegova isključenja:

1. potvrda porezne uprave ili drugog nadležnog tijela u državi nastana gospodarskog subjekta kojom se dokazuje da ne postoje osnove za isključenje iz članka 252., stavak 1. Zakona o javnoj nabavi.

2. Ako se u državi poslovnog nastana gospodarskog subjekta ne izdaju navedeni dokumenti, oni mogu biti zamijenjeni izjavom pod prisegom ili odgovarajućom izjavom osobe koja je po zakonu ovlaštena za zastupanje gospodarskog subjekta ispred nadležne sudske ili upravne vlasti ili bilježnika ili nadležnog strukovnog ili trgovinskog tijela u državi poslovnog nastana gospodarskog subjekta ili izjavu s potpisanim ovjerenim potpisom kod javnog bilježnika.

U slučaju zajednice gospodarskih subjekata, nepostojanje obveznih osnova za isključenje utvrđuje se za sve članove zajednice pojedinačno, tj. zajednica je dužna za sve članove zajednice dokazati da ne postoje obvezne osnove za isključenje.

U slučaju angažiranja podugovaratelja, nepostojanje obveznih osnova za isključenje utvrđuje se za sve podugovaratelje pojedinačno, a ponuditelj je dužan za sve podugovaratelje dokazati nepostojanje obveznih osnova za isključenje. Ukoliko naručitelj utvrdi da postoji obvezna osnova za isključenje podugovaratelja, zatražit će od ponuditelja zamjenu toga podugovaratelja u roku ne kraćem od 5 dana, uz obvezu dostave dokaza o nepostojanju obveznih osnova za isključenje u odnosu na novoga podugovaratelja.

U slučaju da se ponuditelj, u smislu članka 275., stavak 1. ZJN, oslanja na sposobnost određenog gospodarskog subjekta, obvezan je za toga gospodarskog subjekta dokazati nepostojanje osnova za isključenje .

**14.2. KRITERIJI ZA ODABIR GOSPODARSKOG SUBJEKTA (UVJETI SPOSOBNOSTI)**

**14.2.1. Sposobnost za obavljanje profesionalne djelatnosti**

Sposobnost za obavljanje profesionalne djelatnosti gospodarskog subjekta dokazuje se izvatkom iz sudskog, obrtnog, strukovnog ili drugog odgovarajućeg registra koji se vodi u državi članici njegova poslovnog nastana ili potvrdom o ovlaštenju ili članstvu u određenoj organizaciji u državi njegova sjedišta.

**14.2.2. Ekonomska i financijska sposobnost**

Ponuditelj mora dokazati da je njegov godišnji promet u posljednje tri dostupne financijske godine jednak ili veći od polovine iznosa procijenjene vrijednosti nabave, što dokazuje izjavom o ukupnom prometu gospodarskog subjekta u tri posljednje dostupne financijske godine, ovisno o datumu osnivanja ili početka obavljanja djelatnosti gospodarskog subjekta.

**14.2.3. Tehnička i stručna sposobnost**

Tehnička i stručna sposobnost dokazuje se:

1. Popisom glavnih usluga pruženih u godini u kojoj je započeo postupak javne nabave i tijekom tri godine koje prethode toj godini, a ponuditelj je sposoban ako je izvršio najmanje jedan isti ili sličan ugovor u vrijednosti najmanje procijenjene vrijednosti nabave u ovom postupku. Navedeni popis mora sadržavati vrijednost robe, datum te naziv druge ugovorne strane.

2. Obrazovnim i stručnim kvalifikacijama pružatelja usluge i/ili osoba njegova voditeljskog kadra, a posebice osobe ili osoba odgovornih za pružanje usluga, a ponuditelj mora dokazati da raspolaže sa najmanje po jednim stručnjakom koji će biti uključeni u ugovor, i to:

1. Stručnjak za izradu media planova i zakup medija, koji ispunjava uvjete da ima najmanje 5 godina iskustva u izradi media planova i da je zakupio najmanje 1 kampanju, što dokazuje životopisom. (prilog 3)

2. Stručnjak za komunikacije, koji ispunjava uvjete visoke stručne spreme odnosno završen preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij komunikacija (300 ECTS bodova) te da ima najmanje 5 godina iskustva u izradi komunikacijskih strategija te da je izradio najmanje 2 komunikacijske strategije, što dokazuje preslikom diplome i životopisom, prema obrascu u prilogu.

U životopisu se obvezno moraju nalaziti podaci o tvrtci/osobi kod koje se podaci o traženom iskustvu mogu provjeriti. Stručnjaci trebaju vlastoručno potpisati životopis.

Traženi stručnjaci predstavljaju minimum zahtjeva naručitelja. Ponuditelj popis može dopuniti s dodatnim stručnjacima ako smatra da su oni neophodni za realizaciju predmeta nabave.

Odabrani ponuditelj mora osigurati da će nominirani stručnjaci sudjelovati u izvršenju ugovora te da će se u slučaju potrebe zamjene stručnjaka, zatražiti izdavanje prethodne pisane suglasnosti naručitelja. Novi stručnjaci trebaju ispunjavati najmanje uvjete zatražene ovom dokumentacijom za nadmetanje.

**14.2.4. Uvjeti sposobnosti u slučaju zajednice gospodarskih subjekata**

U slučaju zajednice gospodarskih subjekata svih članovi zajednice moraju dokazati nepostojanje osnova za isključenje i sposobnost za obavljanje profesionalne djelatnosti.

**15. PODACI O PONUDI**

**15.1.Sadržaj i način izrade ponude**

Ponuda je izjava volje ponuditelja u pisanom obliku da će izvršiti uslugu u skladu s uvjetima i zahtjevima iz ove dokumentacije.

Pri izradi ponude ponuditelj se mora pridržavati zahtjeva i uvjeta iz ove dokumentacije i svih njenih priloga te ne smije mijenjati i nadopunjavati njezin tekst.

Dostavom ponude ponuditelji prihvaćaju uvjete ovog nadmetanja.

Ponuda mora sadržavati najmanje:

- popunjeni Ponudbeni list sukladno obrascu Elektroničkog oglasnika javne nabave,

- jamstvo za ozbiljnost ponude (dostavlja se u izvorniku, odvojeno od e-ponude u zatvorenoj omotnici u papirnatom obliku),

- popunjeni standardni obrazac – ESPD,

- popunjen troškovnik,

- prijedlog komunikacijske strategije, za grupu 1.,

- prijedlog programatskog oglašavanja, za grupu 2.,

- prijedlog koncepta konferencije, za grupu 3.

**15.2. ESPD – Europska jedinstvena dokumentacija o nabavi**

Gospodarski subjekt je u ponudi za pojedinu grupu obvezan dostaviti ESPD kao preliminarni dokaz da ispunjava tražene kriterije za kvalitativni odabir gospodarskog subjekta.

Gospodarski subjekti obvezni su u ESPD ispuniti dio II., dio III., dio IV., odjeljak α i dio VI.

Ponuditelj koji sudjeluje sam i ne oslanja se na sposobnosti drugih gospodarskih subjekata kako biispunio kriterije za odabir treba ispuniti jedan ESPD obrazac.

U slučaju zajednice gospodarskih subjekata, svaki član zajednice ponudu mora dostaviti zaseban ESPDobrazac u kojem su utvrđeni relevantni podaci za svakog člana zajednice ponuditelja.

U slučaju podugovaratelja, ponuditelj mora dostaviti zaseban ESPD u kojem su navedeni

relevantni podaci za svakog podugovaratelja.

Ponuditelj koji sudjeluje sam, ali se oslanja na sposobnosti najmanje jednog gospodarskog

subjekta treba ispuniti vlastiti ESPD te zaseban ESPD za svakog gospodarskog subjekta na čijuse sposobnost oslanja.

Naručitelj će u ovom postupku javne nabave prije donošenja odluke od ponuditelja koji jepodnio ekonomski najpovoljniju ponudu za predmet nabave, zatražiti da u primjerenom roku ne kraćem od pet dana dostavi ažurirane dokumente tražene ovom dokumentacijom. Ako ponuditelj koji je podnio ekonomski najpovoljniju ponudu ne dostavi ažurirane popratne dokumente u ostavljenom roku ili njima ne dokaže da ispunjava uvjete iz članka 260. stavka 1. točaka 1. do 3. Zakona o javnoj nabavi, naručitelj je obvezan odbiti ponudu tog ponuditelja, te postupiti sukladno prethodno navedenom u odnosu na ponuditelja koji je podnio slijedeću najpovoljniju ponudu ili poništiti postupak javne nabave, ako postoje razlozi za poništenje.

**15.3. Način elektroničke dostave ponude**

Elektronička dostava ponuda provodi se putem Elektroničkog oglasnika javne nabave Republike Hrvatske, a vezujući se na elektroničku objavu poziva na nadmetanje te na elektronički pristup ovoj dokumentaciji.

Detaljne upute načina elektroničke dostave ponuda, upotrebe naprednog elektroničkog potpisa te informacije u vezi sa specifikacijama koje su potrebe za elektroničku dostavu ponuda, uključujući kriptografsku zaštitu, dostupne su na stranicama Elektroničkog oglasnika javne nabave, na adresi:https://eojn.nn.hr/Oglasnik/.

Smatra se da ponuda dostavljena elektroničkim sredstvima komunikacije putem EOJN RH obvezuje ponuditelja u roku valjanosti ponude neovisno o tome je li potpisana ili nije i naručitelj ne smije odbiti takvu ponudu samo zbog toga razloga.

**15.4. Dostava dijela/dijelova ponude u zatvorenoj omotnici**

Ukoliko pri elektroničkoj dostavi ponuda iz tehničkih razloga nije moguće sigurno povezivanje svih dijelova ponude i/ili primjena naprednog elektroničkog potpisa na dijelove ponude, naručitelj prihvaća dostavu u papirnatom obliku onih dijelova ponude koji se zbog svog oblika ne mogu dostaviti elektronički (npr. uzorci) ili dijelova za čiju su izradu, zbog specifičnosti predmeta nabave nužni posebni formati dokumenata koji nisu podržani kroz opće dostupne aplikacije ili dijelova za čiju su obradu, zbog specifičnosti predmeta nabave, nužni posebni formati dokumenata obuhvaćeni shemama licenciranih prava zbog kojih nisu dostupni za izravnu uporabu.

Također, ponuditelji u papirnatom obliku, u roku za dostavu ponuda, dostavljaju dokumente drugih tijela ili subjekata koji su važeći samo u izvorniku, ako ih elektroničkim sredstvom nije moguće dostaviti u izvorniku, poput traženih sredstava jamstva odnosno jamstva za ozbiljnost ponude.

U slučaju kada ponuditelj uz elektroničku dostavu ponuda u papirnatom obliku dostavlja određene dokumente koji ne postoje u elektroničkom obliku, ponuditelj ih dostavlja u zatvorenoj omotnici na kojoj je obvezan naznačiti na koji postupak javne nabave i na koju ponuduse odvojeni dokumenti odnose, te takva omotnica sadrži sve podatke, s dodatkom „dio/dijelovi ponude koji se dostavlja/ju odvojeno“, sa naznakom grupa predmeta nabave na koje se ta dostava odnosi.

Dijelovi ponude koji se ne mogu dostaviti putem Elektroničkog oglasnika javne nabave Republike Hrvatske, dostavljaju se u zatvorenoj omotnici do isteka roka za dostavu ponuda sukladno članku 12. Pravilnika o dokumentaciji o nabavi te ponudi u postupcima javne nabave ( NN – 65/17 ), na adresu naručitelja.

U slučaju dostave dijela/dijelova ponude sredstvima koja nisu elektronička, isti moraju biti dostavljeni prije isteka roka za dostavu ponuda te se u tom slučaju ponuda smatra dostavljenom u trenutku dostave ponude elektroničkim sredstvima komunikacije.

**15.5. Varijante ponuda**

Nije dopušteno davanje varijanti ponuda.

**15.6. Način određivanje cijene ponude**

Ponuditelj je kod izrade ponude obvezan pridržavati se sljedećeg:

• cijena ponude je nepromjenjiva,

• cijenu ponude izraziti isključivo u hrvatskim kunama, bez poreza na dodanu vrijednost,

• cijena ponude izražava se za cjelokupan predmet nabave,

• cijena ponude piše se brojkama,

• u cijenu ponude bez PDV-a uračunati su svi troškovi i popusti, uključivo posebne poreze i slično.

**15.7. Valuta ponude:**

Hrvatska kuna.

**15.8. Kriterij odabira ponude**

Kriterij za odabir ponude je ekonomski najpovoljnija ponuda s maksimalno moguće ostvarenim bodovima u visini od 100 bodova u svakoj grupi na temelju sljedećih parametara i to:

**15.8.1. Komunikacijsko savjetovanje s podrškom – grupa 1.**

- 70 bodova dobiti će ponuda sa najnižom cijene, ostale ponude bodovati će se prema formuli



- najviše 30 bodova dobiti će ponuda sa najbolje ocijenjenom komunikacijskom strategijom.

U sklopu kriterija ocjenjivanja komunikacijske strategije naručitelj će ocjenjivati strategiju putem ocjenjivanja dvaju segmenata kreativnog zadatka:

1. Marketing (najviše 19,5 bodova)

2. Odnosi s javnošću (najviše 10,5 bodova).

Način dodjele bodova po ovom kriteriju izložen je u nastavku.

Prijedlozi segmenata komunikacijske strategije (marketinška strategija i odnosi s javnošću) ocjenjuju se prema tri kriterija kvalitete (KK):

1. KK 1 - Povezanost s ciljevima projekta i ciljevima diseminacije i vidljivosti,

2. KK 2 - Kvaliteta predviđenih kanala i formata komunikacije

3. KK 3 - Vremenski i akcijski plan provedbe

Svaki kriterij kvalitete ocjenjuje se prema sljedećoj skali bodova:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rang** | **Opis** | **Ocjena** |
| Odlično | Zadovoljava sve postavljene zahtjeve iznimno dobro | 5 |
| Vrlo dobro | Neke postavljene zahtjeve zadovoljava iznimno dobro, a neke ispunjava dobro | 4 |
| Dobro | Ispunjava postavljene zahtjeve dobro | 3 |
| Slabo | Ispunjava manji dio zahtjeva dobro, a ostale u granicama prihvatljivosti | 2 |
| Ne zadovoljava | Ne zadovoljava niti jedan zahtjev | 0 |

Ukupna ocjena za pojedini segment kreativnog koncepta (OS) jednaka je aritmetičkoj sredini kriterija kvalitete, odnosno izračunava se korištenjem sljedeće formule:

OS = (OKK1+OKK2+OKK3)/3

Objašnjenje:

OS – Ukupna ocjena segmenta kriterija

OKK1 – Ocjena kriterija kvalitete 1

OKK2 – Ocjena kriterija kvalitete 2

OKK3 – Ocjena kriterija kvalitete 3

3 –ukupan broj kriterija kvalitete.

Po izračunu ukupne ocjene komunikacijske strategije, izračunava se broj bodova koji se dodjeljuje svakoj pojedinoj komunikacijskoj strategiji sukladno sljedećim formulama:

Broj bodova za marketinšku komunikaciju (MK) = S za marketinšku komunikaciju x 3,9

Broj bodova za odnose s javnošću (OSJ) = S za odnose s javnošću x 2,1

Komunikacijska strategija ocjenjuje se zbrajanjem bodova dobivenih za pojedini segment kreativnog koncepta koji se sastoji od komunikacijske i marketinške strategije korištenjem ove formule:

**KS= MK+OSJ**

Objašnjenje:

KS= Ukupan broj bodova za komunikacijsku strategiju

MK= Broj bodova za marketinšku komunikaciju

OSJ= Broj bodova za odnose s javnošću

Bodovanje prijedloga kreativnog zadatka provest će stručno povjerenstvo za nabavu te će se broj bodova odrediti kao njihova srednja ocjena

Radi preglednosti, način dodjele bodova po ovom kriteriju izložen je i u tablici u nastavku.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **KRITERIJ** | **SEGMENT KRITERIJA** | **KRITERIJ KVALITETE** | **RANG** | **OCJENA KRITERIJA KVALITETE** | **MAKSIMALNA OCJENA KRITERIJA KVALITETE** | **UKUPNA OCJENA SEGMENTA KRITERIJA** | **BROJ BODOVA SEGMENT KRITERIJA** | **BROJ BODOVA KRITERIJA** |
| KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA  (KS) | MARKETINŠKA KOMUNIKACIJA  (MK) | KK1 | odlično | 5 | maksimalno 5 bodova | OS marketinška komunikacija = ((KK1+KK2+KK3)/3) | MK = OS marketinška komunikacija x 3,9 (maksimalno 19,5 bodova) | KS = MK + OSJ (maksimalno 30 bodova) |
| vrlo dobro | 4 |
| dobro | 3 |
| slabo | 2 |
| ne zadovoljava | 0 |
| KK 2 | odlično | 5 | maksimalno 5 bodova |
| vrlo dobro | 4 |
| dobro | 3 |
| slabo | 2 |
| ne zadovoljava | 0 |
| KK 3 | odlično | 5 | maksimalno 5 bodova |
| vrlo dobro | 4 |
| dobro | 3 |
| slabo | 2 |
| ne zadovoljava | 0 |
| ODNOSI S JAVNOŠĆU  (OSJ) | KK1 | odlično | 5 | maksimalno 5 bodova | OS odnosi s javnošću = ((KK1+KK2+KK3)/3) | OSJ = OS odnosi s javnošću x 2,1 (maksimalno 10,5 bodova) |
| vrlo dobro | 4 |
| dobro | 3 |
| slabo | 2 |
| ne zadovoljava | 0 |
| KK 2 | odlično | 5 | maksimalno 5 bodova |
| vrlo dobro | 4 |
| dobro | 3 |
| slabo | 2 |
| ne zadovoljava | 0 |
| KK 3 | odlično | 5 | maksimalno 5 bodova |
| vrlo dobro | 4 |
| dobro | 3 |
| slabo | 2 |
| ne zadovoljava | 0 |

**15.8.2. Oglašavanje u medijima – grupa 2.**

- 70% udjela u ocjeni imaju cijene medija,

- 30% udjela u ocjeni ima digitalna strategija.

Maksimalan broj bodova koji ponuditelj može dobiti prema kriteriju oglašavanje je 100 (slovima: sto) bodova.

Tablica bodova za povoljnost uvjeta zakupa medijskog prostora ocjenjuje se:

Ponuda sa najnižom cijenom dobit će 70 bodova.

Bodovna vrijednost prema ovom kriteriju izračunava se prema sljedećoj formuli:



Preduvjet za ocjenjivanje digitalne strategije je predloženi sustav za programatsko oglašavanje koji sadrži sljedeće opcije/funkcije:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Platforma** | Opis | **Zahtjev** | **DA** | **NE** |
| Adserver | Mjerenje, privatnost i sigurnost | Trust Seal certifikat izdan od European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA) |  |  |
| Ugrađeno napredno mjerenje vidljivosti i sigurnosti branda |  |  |
| Mjerenje akreditirano od strane industrijskog autoriteta | Akreditacija za Display prikazivanja i vidljivost |  |  |
| Akreditacija za video prikazivanja i vidljivost |  |  |
| Certifikat za sigurnost podataka i privatnost | ISO/IEC27001 certifikat |  |  |
| DMP (data management platform) | Sigurnost | Potpuno vlasništvo i kontrola nad obradom podataka |  |  |
| Potpuna prilagodba GDPR-u |  |  |
| Podatkovna sigurnost certificirana ISO/IEC 27001 standardom |  |  |
| MRC akreditacija za mjerenje vidljivosti |  |  |

Bodovanje prijedloga programatskog oglašavanja provest će stručno povjerenstvo za nabavu te će se broj bodova odrediti kao njihova srednja ocjena

Radi preglednosti, način dodjele bodova po ovom kriteriju izložen je i u tablici u nastavku.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **KRITERIJ** | **KRITERIJ KVALITETE** | **RANG** | **OCJENA KRITERIJA KVALITETE** | **MAKSIMALNA OCJENA KRITERIJA KVALITETE** | **UKUPNA OCJENA SEGMENTA KRITERIJA** |
| DIGITALNA STRATEGIJA  (DS) | KK1 | odlično | 10 | maksimalno 10 bodova | DS digitalna strategija = ((KK1+KK2+KK3)/3) |
| vrlo dobro | 8 |
| dobro | 6 |
| slabo | 3 |
| ne zadovoljava | 0 |
| KK 2 | odlično | 10 | maksimalno 10 bodova |
| vrlo dobro | 8 |
| dobro | 6 |
| slabo | 3 |
| ne zadovoljava | 0 |
| KK3 | odlično | 10 | maksimalno 10 bodova |
| vrlo dobro | 8 |
| dobro | 6 |
| slabo | 3 |
| ne zadovoljava | 0 |

**15.8.3. Organizacija događaja (konferencija) – grupa 3.**

- 70% udjela u ocjeni imaju cijena iz troškovnika,

- 30% udjela u ocjeni ima prijedlog koncepta konferencije

Maksimalan broj bodova koji ponuditelj može dobiti prema kriteriju oglašavanje je 100 (slovima: sto) bodova.

Tablica bodova za cijenu organizacije događaja ocjenjuje se:

Ponuda sa najnižom cijenom dobit će 70 bodova.

Bodovna vrijednost prema ovom kriteriju izračunava se prema sljedećoj formuli:



Tablica bodova za prijedlog koncepta konferencije:

Naručitelj je kao kriterij odredio prijedlog koncepta konferencije. Najveći broj bodova koji ponuditelj može dobiti prema ovom kriteriju je 30.

Bodovanje Prijedloga koncepta konferecije provest će stručno povjerenstvo za nabavu te će se broj bodova odrediti kao njihova srednja ocjena i to kako slijedi:

|  |  |
| --- | --- |
| **Opis** | **Ocjena** |
| Ponuditelj je u potpunosti ponudio koncept konferencije koji Naručitelj može odmah koristiti | 30 |
| Ponuditelj je u većoj mjeri ponudio koncept konferencije koji Naručitelj može odmah koristiti | 20 |
| Ponuditelj je u većoj mjeri ponudio koncept konferencije koji Naručitelj uz manje dorade može odmah koristiti | 15 |
| Ponuditelj je djelomično ponudio koncept konferencije koji će Naručitelj uz veće dorade moći koristiti | 10 |
| Ponuditelj je ponudio koncept konferencije koji će Naručitelj uz značajnije dorade moći koristiti | 5 |
| Ponuditelj je ponudio koncept konferencije koji nije ispunio očekivanja Naručitelja te je potrebno ponuditi novi koncept konferencije kako bi ga Naručitelj mogao koristiti | 0 |

U slučaju da su dvije ili više ponuda jednako rangirane prema kriteriju odabira, naručitelj će sukladno članku 302. stavak 3. Zakona o javnoj nabavi, odabrati ponudu koja je zaprimljena ranije.

**15.9. Jezik i pismo ponude:**

Hrvatski jezik, latinično pismo.

**15.10. Rok valjanosti ponude:**

Minimalno 90 dana od dana krajnjeg roka za dostavu ponuda.

**15.11 Trošak ponude i preuzimanje dokumentacije o nabavi**

Trošak pripreme i podnošenja ponude snosi ponuditelj.

Dokumentacija o nabavi može se besplatno preuzeti u elektroničkom obliku na internetskoj stranici Elektroničkog oglasnika javne nabave Republike Hrvatske: <https://eojn.nn.hr/Oglasnik/>.

**15.12. Ispravak i/ili izmjene dokumentacije o nabavi**

Naručitelj može izmijeniti ili dopuniti ovu dokumentaciju do isteka roka za dostavu ponuda iz bilo kojeg razloga, bilo na vlastitu inicijativu, bilo kao odgovor na zahtjev gospodarskog subjekta za dodatnim objašnjenjem, bilo prema nalogu Državne komisije za kontrolu postupaka javne nabave.

Ako je potrebno, gospodarski subjekt može zahtijevati dodatne informacije, objašnjenja ili izmjene u vezi s ovom dokumentacijom tijekom roka za dostavu ponuda. Pod uvjetom da je zahtjev dostavljen pravovremeno, naručitelj je obvezan odgovor, dodatne informacije i objašnjenja bez odgode, a najkasnije tijekom šestog dana prije roka određenog za dostavu ponuda, a u slučaju postupka javne nabave male vrijednosti najkasnije četvrtog dana prije roka određenog za dostavu ponuda staviti na raspolaganje na isti način i na istim internetskim stranicama kao i osnovnu dokumentaciju, bez navođenja podataka o podnositelju zahtjeva.

Zahtjev za dostavom dodatnih informacija, objašnjenja ili izmjena u vezi s dokumentacijom o nabavi pravodoban je ako je dostavljen najkasnije tijekom osmog dana prije roka određenog za dostavu ponuda, a u slučaju postupka javne nabave male vrijednosti najkasnije tijekom šestog dana prije roka određenog za dostavu ponuda.

**16.OSTALE ODREDBE**

**16.1.Odredbe o zajednici gospodarskih subjekata**

Zajednica gospodarskih subjekata može podnijeti i zajedničku ponudu po ovom nadmetanju.

Članovi zajednice gospodarskih subjekata između sebe biraju nositelja zajedničke ponude koji je zadužen za komunikaciju sa naručiteljem. Nositelj zajedničke ponude potpisuje ponudu, ako članovi zajednice ne odrede drugačije.

Ponuda zajednice ponuditelja mora sadržavati podatke o svakom članu zajednice gospodarskih subjekata, kako je određeno obrascem Elektroničkog oglasnika javne nabave.

U zajedničkoj ponudi mora se navesti koji će dio predmeta nabave izvršavati pojedini član

zajednice gospodarskih subjekata(predmet, količina, vrijednost).

Naručitelj neposredno plaća svakom članu zajednice gospodarskih subjekata za onaj dio ugovora o javnojnabavi koji je on izvršio, ako zajednica ne odredi drugačije. Odgovornost ponuditelja iz zajedničke ponude je solidarna.

Naručitelj ne smije zahtijevati da zajednica gospodarskih subjekata ima određeni pravni oblik u trenutku dostave ponuda. Nakon sklapanja ugovora sa zajednicom gospodarskih subjekata, naručitelj može zahtijevati određeni pravni oblik u mjeri u kojoj je to nužno za uredno izvršenje ugovora.

**16.2. Odredbe o podugovarateljima**

Ponuditelj koji namjerava dio ugovora o javnoj nabavi radova dati u podugovor obvezan je u ponudi navesti:

• koji dio ugovora namjerava dati u podugovor (predmet ili količina, vrijednost ili postotni

udio),

• podatke o podugovarateljima (naziv ili tvrtka, sjedište, OIB ili nacionalni identifikacijski broj,broj računa, zakonski zastupnici podugovaratelja),

• dostaviti europsku jedinstvenu dokumentaciju za podugovaratelja.

Navođenje podataka o tome koji dio ugovora o nabavi javnih radova namjerava dati u podugovore prethodno navedenih podataka o podugovarateljima obvezni je sastojak ugovora o javnoj nabavi.

Sudjelovanje podugovaratelja ne utječe na odgovornost odabranog ponuditelja (ugovaratelja) za izvršenje ugovora o javnoj nabavi.

Ugovaratelj mora svom računu ili situaciji priložiti račune svojih podugovaratelja koje je prethodno potvrdio.

Naručitelj je obvezan neposredno plaćati podugovaratelju za dio koji je isti izvršio.

Odabrani ponuditelj (ugovaratelj) može tijekom izvršenja ugovora o javnoj nabavi radova od naručitelja zahtijevati:

a) promjenu podugovaratelja za onaj dio ugovora o javnoj nabavi radova koji je prethodno dao u podugovor,

b) uvođenje jednog ili više novih podugovaratelja čiji ukupni udio ne smije prijeći 30% vrijednosti ugovora o javnoj nabavi radova bez poreza na dodanu vrijednost, neovisno o tome je li prethodno dao dio ugovora o javnoj nabavi radova u podugovor ili nije,

c) preuzimanje izvršenja dijela ugovora o javnoj nabavi radova koji je prethodno dao u podugovor.

Uz zahtjev za promjenu podugovaratelja te za uvođenje jednog ili više novih izvršenja ugovora, odabrani ponuditelj (ugovaratelj) mora dostaviti podatke i dokumente iz članka 222., stavak 1. ZJN.

**16.3. Oslanjanje na sposobnost drugih subjekata**

Ponuditelj se može u postupku javne nabave radi dokazivanja ispunjavanja kriterija za odabir ponuditelja iz ove Dokumentacije (ekonomska i financijska sposobnost te tehnička i stručna sposobnost) osloniti na sposobnost drugih subjekata, bez obzira na pravnu prirodu njihovog odnosa.

Ponuditelj se može u postupku javne nabave osloniti na sposobnost drugih subjekata radi

dokazivanja ispunjavanja kriterija koji su vezani uz obrazovne i stručne kvalifikacije ponuditelja ili njegovog rukovodećeg osoblja, pod uvjetom da se oni ne ocjenjuju u okviru kriterija za odabir ponude, ili uz relevantno stručno iskustvo, samo ako će ti subjekti izvoditi radove za koje se ta sposobnost traži.

Ako se ponuditelj oslanja na sposobnost drugih subjekata, mora dokazati naručitelju da će imati na raspolaganju potrebne resurse za izvršenje ugovora, primjerice prihvaćanjem obveze drugih subjekata da će te resurse staviti na raspolaganje gospodarskom subjektu.

Naručitelj je obvezan provjeriti ispunjavaju li gospodarski subjekti na čiju se sposobnost ponuditelj oslanja relevantne kriterije za odabir ponuditelja te postoje li osnove za njihovo isključenje.

Naručitelj će od ponuditelja tražiti da zamijeni gospodarskog subjekta na čiju se sposobnost oslonio radi dokazivanja kriterija za odabir, ako na temelju provjere utvrdi da kod tog gospodarskog subjekta postoje osnove za isključenje ili da ne udovoljava relevantnim kriterijima za odabir ponuditelja.

Pod prethodno navedenim uvjetima zajednica gospodarskih subjekata može se osloniti na sposobnost članova zajednice ili drugih gospodarskih subjekata.

**17. VRSTA, SREDSTVO I UVJETI JAMSTVA**

**17.1 Jamstvo za ozbiljnost ponude**

Ponuditelj je obvezan u ponudi priložiti jamstvo za ozbiljnost ponude u obliku zadužnice potvrđene kod javnog bilježnika

za grupu 1. u iznosu od 8.000,00 kn,

za grupu 2. u iznosu od 30.000,00 kn te

za grupu 3. u iznosu od 8.000,00 kn,

Jamstvo za ozbiljnost ponude u ovom postupku dostavlja se u izvorniku, odvojeno od elektroničke dostave ponuda, u papirnatom obliku.

Jamstvo ne smije biti ni na koji način oštećeno.

U tom slučaju ponuditelj je obvezan novčani polog u iznosu od 30.000,00 kuna uplatiti na račun naručitelja IBAN: HR1210010051863000160, model plaćanja 64, poziv na broj 9725-46237-OIB uplatitelja.

Dokaz o uplaćenom pologu na temelju kojeg se može utvrditi da je transakcija izvršena ponuditelj dostavlja u svojoj ponudi, pri čemu se dokazom smatraju i neovjerene preslike ili ispisi provedenih naloga za plaćanje, uključujući i onih izdanih u elektroničkom obliku.

**17.2. Jamstvo za uredno izvršenje ugovora, za slučaj povrede ugovornih obveza**

Ugovaratelj je dužan nakon sklapanja ugovora o javnoj nabavi prema članku 307., stavak 3. ZJN 2016, a najkasnije u roku od 15 (petnaest) dana, naručitelju predati jamstvo za uredno ispunjenje Ugovora o javnoj nabavi u vrijednosti 10% (deset posto) ugovorenog iznosa bez poreza na dodanu vrijednost, u obliku bankarske garancije „bez prigovora“ i „na prvi poziv“ na kojoj je kao korisnik naznačena Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicijesukladno članku 1039. Zakona o obveznim odnosima s jamstvenim rokom godinu dana od dana sklapanja ugovora o javnoj nabavi.

Ako jamstvo za uredno ispunjenje ugovora ne bude naplaćeno, korisnik će ga vratiti ugovaratelju nakon isteka ugovora.

**18. DATUM, VRIJEME I MJESTO JAVNOG OTVARANJA PONUDA**

Ponuditelj svoju elektroničku ponudu mora dostaviti predajom u Elektronički oglasnik javne nabave Republike Hrvatske najkasnije do \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. godine, do 10:00 sati.

Javno otvaranje ponuda održat će se \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ godine, u 10:00 sati, na adresi sjedišta naručitelja.

Javnom otvaranju ponuda smiju prisustvovati ovlašteni predstavnici ponuditelja i druge osobe.

Sukladno članku 282. stavku 8. Zakona o javnoj nabavi, pravo aktivnog sudjelovanja na

javnom otvaranju ponuda imaju samo članovi stručnog povjerenstva za javnu nabavu i ovlašteni predstavnici ponuditelja.

Ovlašteni predstavnici ponuditelja moraju svoje pisano ovlaštenje predati članovima stručnog povjerenstva za javnu nabavu na početku javnog otvaranja ponuda.

**19. POVRAT DOKUMENATA NAKON ZAVRŠETKA POSTUPKA JAVNE NABAVE**

Jamstvo za ozbiljnost ponude vraća se ponuditelju sukladno članku 217. Zakona o javnoj nabavi.

Sve elektronički dostavljene ponude Elektronički oglasnik javne nabave će pohraniti na način koji omogućava čuvanje integriteta podataka i pristup integriranim verzijama dokumenata uz mogućnost pohrane kopije dokumenata u vlastitim arhivima naručitelja po isteku roka za dostavu ponuda, odnosno javnog otvaranja ponuda.

**20. POSEBNI I OSTALI UVJETI ZA IZVRŠENJE UGOVORA**

Za svaku grupu predmeta nabave sklopiti će se ugovor o javnoj nabavi, a ako jedan ponuditelj bude ugovaratelj za više grupa predmeta nabave sa njime će se sklopiti jedan ugovor o javnoj nabavi.

Ugovor se ima izvršiti sukladno ovoj dokumentaciji i pozitivnim propisima Republike Hrvatske. Uzance se ne primjenjuju ako nisu posebno ugovorene.

**21. ROK DONOŠENJA ODLUKE O ODABIRU / PONIŠTENJU**

Naručitelj na osnovi pregleda i ocjene ponuda donosi odluku o odabiru/odluku o poništenju, u roku od 60 dana od dana isteka roka za dostavu ponuda

**22. ROK, NAČIN I UVJETI PLAĆANJA**

U roku od 30 dana od dana primitka računa ugovaratelja.

Plaćanje se vrši u kunama.

Naručitelj isključuje mogućnost plaćanja predujma.

**23. PODACI O TIJELIMA OD KOJIH SE MOŽE DOBITI PRAVOVALJANA INFORMACIJA O PROPISIMA PRIMJENJIVIMA NA PREDMET NABAVE**

Gospodarski subjekti mogu informacije iz članka 2., stavak 1., točke 7., podtočke 21. Pravilnika o dokumentaciji o nabavi te ponudi u postupcima javne nabave može dobiti na internetskoj stranici središnjeg državnog portala, na <https://vlada.gov.hr/sredisnji-drzavni-portal/>.

**24. POUKA O PRAVNOM LIJEKU**

Pravo na žalbu ima svaki gospodarski subjekt koji ima ili je imao pravni interes za dobivanje ugovora o javnoj nabavi i koji je pretrpio ili bi mogao pretrpjeti štetu od navodnoga kršenja subjektivnih prava.

Žalba se izjavljuje Državnoj komisiji za kontrolu postupaka javne nabave, Koturaška cesta 43/IV, 10000 Zagreb, u pisanom obliku.

Žalba se dostavlja neposredno, putem ovlaštenog davatelja poštanskih usluga ili elektroničkim sredstvima komunikacije putem međusobno povezanih informacijskih sustava Državne komisije i EOJN RH.

Žalitelj je obvezan primjerak žalbe dostaviti naručitelju u roku za žalbu.

Kad je žalba upućena putem ovlaštenog davatelja poštanskih usluga, dan predaje ovlaštenom davatelju poštanskih usluga smatra se danom predaje Državnoj komisiji, odnosno naručitelju.

Žalba koja nije dostavljena naručitelju u roku žalbe smatra se nepravodobnom.

Žalba se izjavljuje u roku od deset dana, i to od dana:

1. objave poziva na nadmetanje, u odnosu na sadržaj poziva ili dokumentacije o nabavi

2. objave obavijesti o ispravku, u odnosu na sadržaj ispravka

3. objave izmjene dokumentacije o nabavi, u odnosu na sadržaj izmjene dokumentacije

4. otvaranja ponuda u odnosu na propuštanje naručitelja da valjano odgovori na pravodobno dostavljen zahtjev dodatne informacije, objašnjenja ili izmjene dokumentacije o nabavi te na postupak otvaranja ponuda

5. primitka odluke o odabiru ili poništenju, u odnosu na postupak pregleda, ocjene i odabira ponuda, ili razloge poništenja.

Žalba obvezno sadržava podatke navedene u članku 420., stavku 1. ZJN 2016.

**25. OSTALE ODREDBE**

25.1.Javni naručitelj smije izmijeniti ugovor o javnoj nabavi tijekom njegova trajanja bez provođenja novog postupka javne nabave radi nabave dodatnih radova, usluga ili robe od prvotnog ugovaratelja koji su se pokazali potrebnim, a nisu bili uključeni u prvotnu nabavu, ako promjena ugovaratelja:

1. nije moguća zbog ekonomskih ili tehničkih razloga, kao što su zahtjevi za međuzamjenjivošću i interoperabilnošću s postojećom opremom, uslugama ili instalacijama koje su nabavljene u okviru prvotne nabave, i

2. prouzročila bi značajne poteškoće ili znatno povećavanje troškova za javnog naručitelja.

Svako povećanje cijene ne smije biti veće od 30 % vrijednosti prvotnog ugovora.

Ako je učinjeno nekoliko uzastopnih izmjena, ograničenje iz stavka 2. ovoga članka procjenjuje se na temelju neto kumulativne vrijednosti svih uzastopnih izmjena.

Javni naručitelj obvezan je za svaku izmjenu ugovora na temelju ovoga članka poslati obavijest o izmjeni koja sadržava podatke iz Priloga V. dijela G ovoga Zakona na objavu u skladu s člancima 243. – 245. ZJN2016 u roku od 30 dana od dana izmjene ugovora.

Ako ugovor sadržava odredbu o indeksaciji cijene, referentna vrijednost za izračun maksimalnog povećanja cijene je ažurirana cijena prvotnog ugovora u trenutku izmjene.

25.2. Javni naručitelj smije izmijeniti ugovor o javnoj nabavi tijekom njegova trajanja bez provođenja novog postupka javne nabave ako su kumulativno ispunjeni sljedeći uvjeti:

1. do potrebe za izmjenom došlo je zbog okolnosti koje pažljiv javni naručitelj nije mogao predvidjeti

2. izmjenom se ne mijenja cjelokupna priroda ugovora

3. svako povećanje cijene nije veće od 30 % vrijednosti prvotnog ugovora.

Ako je učinjeno nekoliko uzastopnih izmjena, ograničenje iz stavka 1. točke 3. ovoga članka procjenjuje se na temelju neto kumulativne vrijednosti svih uzastopnih izmjena.

Javni naručitelj obvezan je za svaku izmjenu ugovora na temelju članka 317. ZJN2016 poslati obavijest o izmjeni koja sadržava podatke iz Priloga V. dijela G istog Zakona na objavu u skladu s člancima 243. – 245. ZJN 2016 u roku od 30 dana od dana izmjene ugovora.

Ako ugovor sadržava odredbu o indeksaciji cijene, referentna vrijednost za izračun maksimalnog povećanja cijene je ažurirana cijena prvotnog ugovora u trenutku izmjene.

25.3.Naručitelj smije izmijeniti ugovor o javnoj nabavi tijekom njegova trajanja bez provođenja novog postupka javne nabave s ciljem zamjene prvotnog ugovaratelja s novim ugovarateljem koje je posljedica:

1. primjene članka 315. ZJN2016

2. općeg ili djelomičnog pravnog sljedništva prvotnog ugovaratelja, nakon restrukturiranja, uključujući preuzimanje, spajanje, stjecanje ili insolventnost, od strane drugog gospodarskog subjekta koji ispunjava prvotno utvrđene kriterije za odabir gospodarskog subjekta, pod uvjetom da to ne predstavlja drugu značajnu izmjenu ugovora te da nema za cilj izbjegavanje primjene ovoga Zakona

3. obveze neposrednog plaćanja podugovarateljima.

25.4.Naručitelj smije izmijeniti ugovor o javnoj nabavi tijekom njegova trajanja bez provođenja novog postupka javne nabave ako izmjene, neovisno o njihovoj vrijednosti, nisu značajne u smislu članka 321. ZJN.

25.5. Naručitelj smije izmijeniti ugovor o javnoj nabavi tijekom njegova trajanja bez provođenja novog postupka javne nabave ako su kumulativno ispunjeni sljedeći uvjeti:

1. vrijednost izmjene manja je od europskih pragova iz članka 13. ZJN 2016

2. vrijednost izmjene manja je od 10 % prvotne vrijednosti ugovora o javnoj nabavi robe ili usluga, odnosno manja je od 15 % prvotne vrijednosti ugovora o javnoj nabavi radova

3. izmjena ne mijenja cjelokupnu prirodu ugovora.

Naručitelj za primjenu stavka 1. ove točke ne provjerava jesu li ispunjeni uvjeti iz članka 321. ZJN2016.

Ako je učinjeno nekoliko uzastopnih izmjena, ograničenje vrijednosti iz stavka 1. točke 2. ove točke procjenjuje se na temelju neto kumulativne vrijednosti svih uzastopnih izmjena.

Ako ugovor sadržava odredbu o indeksaciji cijene, referentna vrijednost za izračun maksimalnog povećanja cijene je ažurirana cijena prvotnog ugovora u trenutku izmjene.

25.6. Izmjena ugovora o javnoj nabavi tijekom njegova trajanja smatra se značajnom ako njome ugovor postaje značajno različit po svojoj naravi od prvotno zaključenog.

Izmjena se u svakom slučaju smatra značajnom ako je ispunjen jedan ili više sljedećih uvjeta:

1. izmjenom se unose uvjeti koji bi, da su bili dio prvotnog postupka nabave, dopustili prihvaćanje drugih natjecatelja od onih koji su prvotno odabrani ili prihvaćanje ponude različite od ponude koja je izvorno prihvaćena ili privlačenje dodatnih sudionika u postupak javne nabave

2. izmjenom se mijenja ekonomska ravnoteža ugovora u korist ugovaratelja na način koji nije predviđen prvotnim ugovorom

3. izmjenom se značajno povećava opseg ugovora

4. ako novi ugovaratelj zamijeni onoga kojemu je prvotno javni naručitelj dodijelio ugovor, osim u slučajevima iz članka 318. ZJN2016

25.7. Naručitelj obvezan je raskinuti ugovor o javnoj nabavi tijekom njegova trajanja ako:

1. je ugovor značajno izmijenjen, što bi zahtijevalo novi postupak nabave na temelju članka 321. ZJN2016

2. je ugovaratelj morao biti isključen iz postupka javne nabave zbog postojanja osnova za isključenje iz članka 251. stavka 1. ZJN2016

3. se ugovor nije trebao dodijeliti ugovaratelju zbog ozbiljne povrede obveza iz osnivačkih Ugovora i Direktive 2014/24/EU, a koja je utvrđena presudom Suda Europske unije u postupku iz članka 258. Ugovora o funkcioniranju Europske unije

4. se ugovor nije trebao dodijeliti ugovaratelju zbog ozbiljne povrede odredaba ZJN2016, a koja je utvrđena pravomoćnom presudom nadležnog upravnog suda.

**PRILOG 1. – TROŠKOVNICI ZA SVAKU GRUPU PREDMETA NABAVE**

**PRILOG 2. – ESPD OBRAZAC**

**PRILOG 3: ŽIVOTOPIS STRUČNJAKA**

**ŽIVOTOPIS**

|  |  |
| --- | --- |
| Ime i prezime osobe |  |
| Predloženi položaj |  |

**Obrazovanje\***

|  |  |
| --- | --- |
| Razdoblje obrazovanja *(od – do, mjesec i godina)* |  |
| Institucija *(naziv, adresa)* |  |
| Naziv dodijeljene kvalifikacije |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Razdoblje obrazovanja *(od – do, mjesec i godina)* |  |
| Institucija *(naziv, adresa)* |  |
| Naziv dodijeljene kvalifikacije |  |

*\*Prema potrebi dodati tablicu za obrazovanje ili obrisati suvišnu.*

**Jezici**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Materinji jezik |  | | |
| Drugi jezici | Samoprocjena na ljestvici od 1 do 5 (1 - izvrsno; 5 - osnovno)\* | | |
| Jezik | Čitanje | Govor | Pisanje |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

*\*Prema potrebi dodati retke za jezike ili obrisati suvišne retke.*

**Certifikati\***

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv certifikata |  |
| Institucija koja dodjeljuje certifikat |  |
| Trajanje certifikata |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv certifikata |  |
| Institucija koja dodjeljuje certifikat |  |
| Trajanje certifikata |  |

*\*Prema potrebi dodati tablicu za certifikat ili obrisati suvišnu.*

**Opće radno iskustvo\***

|  |  |
| --- | --- |
| Razdoblje zaposlenja *(od – do, mjesec i godina)* |  |
| Poslodavac *(naziv, adresa, ime i prezime kontakt osobe poslodavca, kontakt e-mail i/ili telefon)* |  |
| Radno mjesto |  |
| Glavni poslovi i odgovornosti |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Razdoblje zaposlenja *(od – do, mjesec i godina)* |  |
| Poslodavac *(naziv, adresa, ime i prezime kontakt osobe poslodavca, kontakt e-mail i/ili telefon)* |  |
| Radno mjesto |  |
| Glavni poslovi i odgovornosti |  |

*\*Prema potrebi dodati tablicu za opće radno iskustvo ili obrisati suvišnu.*

**Specifično iskustvo i projekti\***

|  |
| --- |
| ***Ovdje upisati uvjet specifičnog iskustva iz kriterija za bodovanje za poziciju za koju se osoba predlaže te ispod navesti projekte kojima se dokazuje to specifično iskustvo*** |

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv projekta |  |
| Kratki opis projekta |  |
| Razdoblje provođenja projekta *(od – do, mjesec i godina)* |  |
| Naručitelj projekta/druga ugovorna *(naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon)* |  |
| Uloga osobe na projektu |  |
| Razdoblje sudjelovanja osobe na projektu *(od – do, mjesec i godina)* |  |
| Poslovi na kojima je osoba radila u sklopu projekta |  |

*\*Prema potrebi dodati tablicu za specifično iskustvo i projekte ili obrisati suvišnu.*