



HRVATSKA BANKA ZA OBNOVU I RAZVITAK

JEDNOSTAVNA NABAVA

Evidencijski broj: EVB 095-20

## POZIV NA DOSTAVU PONUDA

---

u postupku jednostavne nabave  
usluge izrade TV reklamnog spota za promociju  
financijskog instrumenta – ESIF Krediti za  
energetsku učinkovitost za poduzetnike u trajanju  
od 30" i skraćenog na 15" + radio spota u trajanju  
od 30"

Zagreb,  
ožujak 2020.

## I. OPĆI PODACI

### 1. PODACI O NARUČITELJU:

Naziv: Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR)  
Sjedište: Zagreb, Strossmayerov trg 9  
OIB: 26702280390

### 2. OSOBA ILI SLUŽBA ZADUŽENA ZA KONTAKT:

Kontakt:  
Iva Saraga/Komunikacije i marketing  
Telefon: 01 / 45 91 526  
E-mail: [isaraga@hbor.hr](mailto:isaraga@hbor.hr)  
Ivan Vrdoljak/Direkcija nabave  
Telefon: 01 / 45 91 787  
E-mail: [ivrdoljak@hbor.hr](mailto:ivrdoljak@hbor.hr)

## II. PODACI O PREDMETU I POSTUPKU NABAVE

### 1. ČLANOVI STRUČNOG POVJERENSTVA ZA NABAVU:

Iva Saraga,  
Ivan Vrdoljak

### 2. EVIDENCIJSKI BROJ NABAVE:

EVB 095-20

### 3. PROCIJENJENA VRIJEDNOST NABAVE:

140.000,00 Kn, bez uračunatog PDV-a

### 4. NAZIV PREDMETA NABAVE:

Nabava usluge izrade TV reklamnog spota za promociju financijskog instrumenta – ESIF Krediti za energetske učinkovitost za poduzetnike u trajanju od 30" i skraćenog na 15" + radio spota u trajanju od 30"

### 5. OPIS PREDMETA NABAVE:

Predmet nabave je izrada TV reklamnog spota za promociju financijskog instrumenta –ESIF Krediti za energetske učinkovitost za poduzetnike u trajanju od 30" i skraćenog na 15" + radio spota u trajanju od 30". Ponuda mora uključivati produkciju i vezano idejno rješenje s neograničenim pravom korištenja.

### 6. KRITERIJ ZA ODABIR PONUDE:

Kriterij za odabir ponude je ekonomski najpovoljnija ponuda koja ispunjava sve uvjete i zahtjeve navedene u ovom Pozivu na dostavu ponude.

- cijena kojoj se pridaje relativni značaj 30% i

- kvaliteta kojoj se pridaje relativni značaj 70%, s tim da se relativni značaj kvalitete dijeli na sljedeće podkriterije:
  - Prilagođenost ideje ciljnoj publici 30%
  - Grafička i komunikacijska kvaliteta 15%
  - Prethodno iskustvo u produkciji sličnog sadržaja 25%

Relativni značaj svakog navedenog kriterija pretvara se u maksimalan broj bodova za taj kriterij.

### **Cijena (Cbod = 30)**

Izračun broja bodova za kriterij cijene:

Cbod - broj bodova koji se dodjeljuje za najnižu ponuđenu cijenu

Cmin - najniža ponuđena cijena iz pristiglih ponuda

Cocj - cijena iz ponude koja se ocjenjuje

Cbod - broj bodova koji se dodjeljuje za kriterij cijene

**Formula:  $Cbod_k = (Cmin / Cocj) \times Cbod$**

Naručitelj će utvrditi ukupan broj bodova za svaku ponudu kao zbroj dodijeljenih bodova za svaki kriterij. Najveći mogući broj bodova koji ponuditelj može dobiti je 100. Ekonomski najpovoljnija ponuda je ponuda s najvećim brojem bodova.

<b>Prilagođenost ideje ciljnoj publici (Pbod=30)</b>	RASPON BODOVA	Broj bodova
Koliko je idejom jasno formulirana poruka, odnosno koliko je razumljiva ciljnoj publici? (max 10)	1-10	
Koliko su idejnim rješenjem naglašene jasno sve prednosti korištenja instrumenta za poduzetnike? (max 20)	1-20	
UKUPNO		30

#### **Prilagođenost ideje ciljnoj publici**

**Koliko je idejom jasno formulirana poruka, odnosno koliko je razumljiva ciljnoj publici? (max 10 bodova)**

1 bod – nedovoljno jasna komunikacija prema ciljnoj publici, ne može predstavljati doprinos učinkovitoj promidžbi proizvoda

5 bodova – djelomično prihvatljiva komunikacija prema ciljnoj publici, može doprinijeti učinkovitoj promidžbi proizvoda

10 bodova – ciljana i jasna komunikacija poruke prema ciljanoj publici koja u velikoj mjeri može doprinijeti učinkovitoj promidžbi proizvoda

**Koliko su idejnim rješenjem naglašene jasno sve prednosti korištenja instrumenta za poduzetnike? (max 20)**

1 bod – ponuđenim idejnim rješenjem prednosti proizvoda nisu istaknute u mjeri potrebnoj za učinkovitu promidžbu proizvoda

5 bodova – ponuđenim idejnim rješenjem prednosti proizvoda su manjim dijelom istaknute, u maloj mjeri može doprinijeti učinkovitoj promidžbi proizvoda

10 bodova – ponuđenim idejnim rješenjem prednosti proizvoda su istaknute, može doprinijeti učinkovitoj promidžbi proizvoda

15 bodova – ponuđenim idejnim rješenjem većina prednosti proizvoda je istaknuta, može doprinijeti učinkovitoj promidžbi proizvoda

20 bodova – ponuđenim idejnim rješenjem sve prednosti proizvoda su jasno istaknute i u velikoj mjeri može doprinijeti učinkovitoj promidžbi proizvoda

<b>Grafička i komunikacijska kvaliteta (KObod=15)</b>	RASPON BODOVA	Broj bodova
U kojoj mjeri idejno rješenje stvara pozitivan vizualni doživljaj o programu koji predstavlja (max 5)	1-5	
Koliko je idejno rješenje primjenjivo i na drugim oblicima/kanalima promocije? (max 5)	1-5	
Koliko je idejno rješenje grafički prilagođeno zahtjevima vidljivosti? (max 5)	1-5	
UKUPNO		15

**U kojoj mjeri idejno rješenje stvara pozitivan vizualni doživljaj o programu koji predstavlja (max 5)**

1 bod – idejno rješenje ne stvara u dovoljnoj mjeri pozitivan vizualni doživljaj o programu

3 boda – idejno rješenje stvara djelomično pozitivan vizualni doživljaj o programu

5 bodova – idejno rješenja stvara isključivo pozitivan vizualni dojam o programu

**Koliko je idejno rješenje primjenjivo i na drugim oblicima/kanalima promocije? (max 5)**

1 bod – idejno rješenje nije primjenjivo i na drugim oblicima/kanalima promocije

3 boda – idejno rješenje je djelomično primjenjivo i na drugim oblicima/kanalima promocije

5 boda – idejno rješenje je u potpunosti primjenjivo i na drugim oblicima/kanalima promocije

**Koliko je idejno rješenje grafički prilagođeno zahtjevima projekta te zahtjevima vidljivosti? (max 5)**

1 bod – idejno rješenje je u nedovoljnoj mjeri prilagođeno zahtjevima projekta te zahtjevima vidljivosti

3 boda - idejno rješenje je djelomično prilagođeno zahtjevima projekta te zahtjevima vidljivosti

5 bodova - idejno rješenje je u potpunosti prilagođeno zahtjevima projekta te zahtjevima vidljivosti

<b>Prethodno iskustvo u produkciji sličnog sadržaja (KPbod=25)</b>	RASPON BODOVA	Broj bodova
Estetska i kreativna komponenta dostavljenog promotivnog spota čiji sadržaj je isti ili istovrstan predmetu nabave ovog postupka (max 10)	1-10	
Iskustvo stručnjaka koji će biti uključeni u izradu predmeta nabave – uzimaju se u obzir realizirani promotivni spotovi na kojima su stručnjaci prethodno radili (max 5)	1-5	
Iskustvo stručnjaka koji će biti uključeni u izradu predmeta nabave – uzimaju se u obzir realizirani promotivni spotovi u vezi s EU fondovima/EU instrumentima (max 10)	1-10	
UKUPNO		25

**Estetska i kreativna komponenta dostavljenog promotivnog spota čiji sadržaj je isti ili istovrstan predmetu nabave ovog postupka (max 10)**

1 bod – estetska i kreativna komponenta priloženog promotivnog spota ne zadovoljava

5 bodova – estetska i kreativna komponenta priloženog promotivnog spota djelomično zadovoljava

10 bodova – estetska i kreativna komponenta priloženog promotivnog spota u potpunosti zadovoljava

**Iskustvo stručnjaka koji će biti uključeni u izradu predmeta nabave – uzimaju se u obzir realizirani promotivni spotovi na kojima su stručnjaci prethodno radili (max 5)**

- 1 bod – izrada/sudjelovanje u izradi do 3 promotivna spota
- 3 boda - izrada/sudjelovanje u izradi 4 do 10 promotivnih spotova
- 5 bodova - izrada/sudjelovanje u izradi 10 ili više promotivnih spotova

**Iskustvo stručnjaka koji će biti uključeni u izradu predmeta nabave – uzimaju se u obzir realizirani promotivni spotovi u vezi s EU fondovima/EU instrumentima (max 10)**

- 1 bod – iskustvo u radu na jednom projektu vezanom za EU fondove/EU instrumente
- 5 bodova – iskustvo u radu na 2 do 5 projekata vezanih za EU fondove/EU instrumente
- 10 bodova – više od 5 projekata vezanih za EU fondove/EU instrumente

Bodovi za kriterije Prilagođenost ideje ciljnoj publici, Grafičku i komunikacijsku kvalitetu te Prethodno iskustvo u produkciji sličnog sadržaja - Estetska i kreativna komponenta dostavljenog promotivnog spota čiji sadržaj je isti ili istovrstan predmetu nabave ovog postupka, dodijelit će se na temelju procjene članova Stručnog povjerenstva za nabavu u ovom postupku jednostavne nabave.

Bodove za kriterij Prethodno iskustvo u produkciji sličnog sadržaja - Iskustvo stručnjaka koji će biti uključeni u izradu predmeta nabave – uzimaju se u obzir realizirani promotivni spotovi na kojima su stručnjaci prethodno radili i Iskustvo stručnjaka koji će biti uključeni u izradu predmeta nabave – uzimaju se u obzir realizirani promotivni spotovi u vezi s EU fondovima/EU instrumentima dodijelit će se na temelju:

- **Izjave ponuditelja** sa navedenim podacima o imenu i prezimenu stručnjaka koji će biti uključeni u izradu predmeta nabave i njihovim navedenim realiziranim promotivnim spotovima na kojima su prethodno radili i
- **Izjave ponuditelja** sa navedenim podacima o imenu i prezimenu stručnjaka koji će biti uključeni u izradu predmeta nabave i njihovim navedenim realiziranim promotivnim spotovima u vezi s EU fondovima/EU instrumentima.

**Ukb = Cbod + Pbod + KObod+KPbod**

Tablica vrednovanja:

KRITERIJI BODOVANJA		Najveći broj bodova
CJENOVNI DIO	Cijena (Cbod)	30
NECJENOVNI DIO	Prilagođenost koncepta ciljanoj publici (Pbod)	30
	Grafička i komunikacijska kvaliteta (KObod)	15
	Prethodno iskustvo u produkciji sličnog sadržaja (KPbod)	25
<b>UKUPNO (Ukb)</b>		<b>100</b>

7. **MJESTO IZVRŠENJA USLUGE:**  
Republika Hrvatska

**8. VRIJEME IZVRŠENJA USLUGE:**

do 24.4.2020.

**9. TROŠKOVNIK I/ILI TEHNIČKA SPECIFIKACIJA:**

Troškovnik se nalazi u Privitku broj 1 ovog Poziva na dostavu ponuda.

**III. ODREDBE O SPOSOBNOSTI PONUDITELJA**

**10. UVJETI SPOSOBNOSTI I RAZLOZI ISKLJUČENJA:**

**SPOSOBNOST ZA OBAVLJANJE PROFESIONALNE DJELATNOSTI**

Svaki gospodarski subjekt u ovom postupku javne nabave mora dokazati svoj upis u sudski, obrtni, strukovni ili drugi odgovarajući registar u državi njegova poslovnog nastana.

Naručitelj će od ponuditelja koji je podnio ekonomski najpovoljniju ponudu tražiti dokaz sposobnosti za obavljanje usluga predmeta nabave - izvornik, ovjerenu presliku ili neovjerenu presliku, i to:

- Izvadak iz sudskog, obrtnog, strukovnog ili drugog odgovarajućeg registra koji se vodi u državi članici njegovog poslovnog nastana.

Uz izvadak potrebno je dostaviti:

- ime odgovorne osobe za projekt s referencama i popisom izvršenih projekata,
- popis promotivnih spotova na kojima je odgovorna osoba radila te poveznicu putem koje je moguće preuzimanje promotivnog spota ili više promotivnih spotova,
- popis promotivnih spotova na kojima je odgovorna osoba radila, a vezani su za EU fondove/EU instrumente, te poveznicu putem koje je moguće preuzimanje promotivnog spota koji će biti predmet ocjenjivanja prethodnog iskustva,
- idejno rješenje za spot koji je predmet nabave (samo za TVC u trajanju 30 i 15 sekundi).

**IV. PODACI O PONUDI**

**11. JEZIK PONUDE:**

Ponuda se podnosi na hrvatskom jeziku

**12. ROK VALJANOSTI PONUDE:**

Rok valjanosti ponude je 60 (šezdeset) dana od isteka roka za dostavu ponuda. Naručitelj će odbiti ponudu čija je opcija kraća od zatražene.

**13. ROK ZA DOSTAVU PONUDA:**

12. ožujka 2020.

**14. NAČIN IZRADE PONUDA:**

Ponuda mora sadržavati:

- Popunjen Ponudbeni list koji je sastavni dio ovog Poziva na dostavu ponuda – **Prilog I**
- U slučaju zajedničke ponude podatke o zajednici gospodarskih subjekata prema obrascu „Podaci o članovima zajednice ponuditelja“ koji je sastavni dio ovog Poziva na dostavu ponuda – **Prilog II A**
- U slučaju ako se dio ugovora o nabavi daje u podugovor podatke prema obrascu „Podaci o podugovaratelju/ima“ koji je sastavni dio ovog Poziva na dostavu ponuda – **Prilog II B**
- Troškovnik koji mora biti popunjen, potpisan i ovjeren od strane odgovorne osobe Ponuditelja

**15. NAČIN DOSTAVE PONUDE:**

Ponude se dostavljaju elektronskim putem na adresu elektronske pošte:

[jednostavnabava25@hbor.hr](mailto:jednostavnabava25@hbor.hr)

## **V. ROK, NAČIN I UVJETI PLAĆANJA**

**16. ROK, NAČIN I UVJETI PLAĆANJA:**

Izvršene usluge predmetne nabave naručitelj će platiti u roku od najviše 30 (trideset) dana od primitka računa ponuditelja.

Sukladno Zakonu o elektroničkom izdavanju računa u javnoj nabavi (NN 94/18) od 1. srpnja 2019. HBOR je obavezan zaprimati, obrađivati te izvršiti plaćanje samo računa u elektroničkom obliku (e-Račun) s propisanim osnovnim elementima i pratećim ispravama izdanih sukladno europskoj normi.

## **VI. OSTALO**

**17. BITNE ODREDBE UGOVORA:**

Naručitelj će ugovorom definirati neograničeno pravo korištenja TV reklamnog spota.

**18. ODREDBE KOJE SE ODNOSU NA ZAJEDNICU GOSPODARSKIH SUBJEKATA (Prilog II A)**

U slučaju zajedničke ponude potrebno je popuniti podatke za svakog člana Zajednice ponuditelja prema obrascu „Podaci o članovima zajednice ponuditelja“ koji je sastavni dio ovog Poziva na dostavu ponuda – Prilog II A.

U zajedničkoj ponudi mora biti navedeno koji će dio ugovora o nabavi (predmet, količina, vrijednost i postotni dio) izvršavati pojedini član zajednice gospodarskih subjekata.

Naručitelj će plaćanje vršiti nositelju ponude, ako zajednica gospodarskih subjekata ne odredi drugačije.

Odgovornost ponuditelja iz zajedničke ponude je solidarna.

**19. ODREDBE KOJE SE ODNOSU NA PODUGOVARATELJE (Prilog II B)**

Ukoliko gospodarski subjekt namjerava dio ugovora o nabavi dati u podugovor jednom ili više podugovaratelja, dužan je u ponudi dostaviti podatke prema obrascu „Podaci o podugovaratelju/ima“ koji je sastavni dio ovog Poziva na dostavu ponuda – Prilog II B.

Na obrascu treba biti naveden predmet, količina, vrijednost podugovora i postotni dio ugovora o nabavi koji se daje u podugovor.

Sudjelovanje podugovaratelja ne utječe na odgovornost odabranog ponuditelja za izvršenje ugovora o nabavi.

**20. OBJAVA REZULTATA PROVEDENOG POSTUPKA JEDNOSTAVNE NABAVE:**

Obavijest o odabiru najpovoljnije ponude naručitelj će objaviti na internetskim stranicama najkasnije u roku od 45 (četrdesetpet) dana od dana isteka roka za dostavu ponuda.

**21. DATUM SASTAVLJANJA I OBJAVE/SLANJA POZIVA NA DOSTAVU PONUDA:**

6. ožujka 2020.

S poštovanjem,

Rukovoditelj Direkcije nabave

Ivan Vrdoljak, v.r.