

**RIJEKA 2020 d.o.o.**  
Ivana Grohovca 1/A  
51000 Rijeka

Rijeka, 06. kolovoz 2018. godine

Klasa: 04-04, Ur. Broj: 983/1-2018

Evidencijski broj nabave: -

Prema članku 9. stavku 2. Pravilnika o provedbi postupaka jednostavne nabave od 02.08.2018. trgovačko društvo RIJEKA 2020 d.o.o. objavljuje ovaj

**PREDMET: POZIV NA DOSTAVU PONUDE**  
**– svim gospodarskim subjektima**

**1. PODACI O GOSPODARSKOM SUBJEKTU:**

RIJEKA 2020 d.o.o.  
Ivana Grohovca 1/A  
51000 Rijeka  
OIB:65319684857  
Odgovorna osoba Naručitelja: Emina Višnić, direktorica

**2. PREDMET NABAVE:** usluge izrade cjelovitog kreativno – komunikacijskog rješenja, produkcije i zakupa medijskog prostora za kampanju „Uključi se“.

**3. PROCIJENJENA VRIJEDNOST:** 140.000 kn bez PDV-a

PROCIJENJENA VRIJEDNOST PO GRUPAMA:

- 1) GRUPA 1: Komunikacijski koncept i kreativna rješenja kampanje, produkcija i dostava 135.000,00 kn bez PDV-a
- 2) GRUPA 2: Zakup površina za vanjsko oglašavanje - 5.000,00 kn bez PDV-a

**4. ROK ZA DOSTAVU PONUDA:** 24.8.2018. do 10,00 sati

**5. ADRESA ZA DOSTAVU PONUDA:** nabava@rijeka2020.eu

**6. KONTAKT TELEFON:** 051/770-817



## DOKUMENTACIJA O NABAVI

U svrhu nabave usluge izrade cjelovitog kreativno – komunikacijskog rješenja, produkcije i zakupa medijskog prostora za kampanju „Uključi se“ trgovačko društvo RIJEKA 2020 d.o.o. provodi postupak jednostavne nabave sukladno Pravilniku o provedbi postupaka jednostavne nabave od 21. srpnja 2017. godine za nabave roba, usluga i radova procijenjene vrijednosti jednake ili veće od 100.000,00 kuna bez PDV-a, a manje od 200.000,00 kuna bez PDV-a za robe i usluge, odnosno jednake ili veće od 200.000,00 kn, a manje od 500.000,00 kn bez pdv-a za radove, s ciljem sklapanja ugovora o nabavi usluge jednim gospodarskim subjektom - najpovoljnijim ponuditeljem sukladno uvjetima i zahtjevima iz Poziva i ove dokumentacije o nabavi.

Na navedeni postupak ne primjenjuju se odredbe Zakona o javnoj nabavi.

**1. Predmet nabave** su usluge izrade cjelovitog kreativno – komunikacijskog rješenja, produkcije i zakupa medijskog prostora za kampanju „Uključi se“.

**Predmet nabave je podijeljen u grupe.**

**GRUPA 1:** Komunikacijski koncept i kreativna rješenja kampanje, produkcija i dostava  
CPV oznaka predmeta nabave: 79342000-3 CPV opis predmeta nabave: Usluge marketinga

**GRUPA 2:** Zakup površina za vanjsko oglašavanje  
CPV oznaka predmeta nabave: 79340000-9 CPV opis predmeta nabave: Usluge oglašavanja i plasmana

**2. Evidencijski broj nabave:** -

**3. Procijenjena vrijednost nabave:**

140.000,00 kn bez PDV-a

**GRUPA 1:** 135.000,00 kn bez PDV-a

**GRUPA 2:** 5.000,00 kn bez PDV-a

**4. Specifikacija predmeta nabave**

Predmet nabave se odnosi na provedbu kampanje radnog naslova „Uključi se“ čiji je cilj informirati građane Rijeke i lokalnu javnost o mogućnostima uključivanja u projekt Rijeka - Europska prijestolnica kulture 2020 i pozvati ih na uključivanje.

## Pozadina

Rijeci je 24. ožujka 2016. godine dodijeljena prestižna titula Europske prijestolnice kulture 2020., i to za program "Luka različitosti". Kampanja radnog naslova „Uključi se“ prva je velika i važna mogućnost za sve građane, profesionalce i organizacije da se poistovjete sa svojim gradom i titulom europske prijestolnice kulture te se uključe i angažiraju na najznačajnijem projektu koji će se narednih par godina događati u Rijeci i Primorsko-goranskoj županiji.

Građani ili organizacije mogu se uključiti na ukupno 4 načina:

1. volontiranje
2. predlaganje kulturno-umjetničkog programa
3. civilne i ekološke inicijative
4. odlučivanje u Vijeću građana

Da bi angažman građana uopće bio moguć, potrebno je osigurati da javnost bude dobro upoznata i informirana o mogućnostima uključivanja, što je svrha ove kampanje.

## Ciljne skupine za komunikaciju

Građani Rijeke i lokalna javnost.

Detaljniji opis: široki raspon godina, od srednjoškolaca do umirovljenika. Zajednička osobina je privrženosti Rijeci kao mjestu na kojem su rođeni ili u kojem žive. Zajednički im je cilj unaprijeđenje zajednice i društva kojem pripadaju, a zajednička osobina želja za vlastitim angažmanom i aktivnošću na putu ka tom cilju. Specifični interesi su građanski aktivizam, ekologija, socijalna i zdravstvena pitanja i kultura (profesionalci, amateri, publika).

## Ciljevi kampanje

- Osvijestiti kod građana privrženost mjestu u kojem su rođeni ili žive.
- Potaknuti kod građana osjećaj pripadnosti europskoj prijestolnici kulture te ih mobilizirati na uključivanje u aktivnosti.
- Informirati ukupnu lokalnu javnost i građane Rijeke o načinima i kanalima kojima se mogu uključiti u aktivnosti Rijeke kao europske prijestolnice kulture: volontiranje, građanski aktivizam, kulturno-umjetničko djelovanje i odlučivanje.

## Glavna poruka

Rijeka - Europska prijestolnica kulture 2020. jedinstvena je, životna prilika građana Rijeke da iskoriste vlastitu moć i svojim djelovanjem osnaže svoju zajednicu, ostvare promjenu i učine razliku u svojim životima.

## Obavezni elementi u komunikaciji

- logotip Rijeka - Europska prijestolnica kulture 2020
- web-stranice rijeka2020.eu
- kontakt telefon
- kontakt e-mail

## 5. Zadatak odabranog Ponuditelja

### GRUPA 1

Na temelju provedenog postupka nabave odabrani ponuditelj će biti dužan:

- osmisлити kreativni koncept: vizualni identitet, naslov i tekst kampanje
- primijeniti kreativni koncept i razviti kreativna rješenja: letak A4 obostrano, elektronska verzija letka, plakat B1, scenarij za radio-spot 30", novinski oglas 1/2, citylight, billboard, scenarij za informativni video 45" i skraćena verzija 15", bener, materijali za društvene mreže
- napraviti pripremu za tisak: letak A4 obostrano, plakat B1, citylight, billboard
- izvesti produkciju: radio-spot, informativni video (45" i skraćena verzija 15"), bener i materijali za društvene mreže, tisak letka A4, plakata B1, citylighta i billboarda
- dostaviti materijal u Rijeku: letci, citylighti, billboardi i plakati

### Osnovni zahtjevi i smjernice

1. Komunikacijski koncept je prilagođen ciljnoj skupini.
2. Simboli, slike i tekst prenose ideje i glavne poruke kampanje.
3. Kreativni koncept kombinira simbole, slike i tekst na pristupačan, razumljiv, uočljiv i dopadljiv način.
4. Maksimalno su izbjegnuti šumovi u komunikaciji.
5. Komunikacijski koncept dosljedno je primijenjen i optimalno prilagođen osobitim karakteristikama medija.
6. Informacije i podaci imaju preglednu strukturu i hijerarhiju.
7. Upotreba tipografije, fotografije ili ilustracije u funkciji je komunikacijskih ciljeva kampanje i u skladu sa standardima grafičkog dizajna i vizualnih komunikacija.

### GRUPA 2

Na temelju provedenog postupka nabave odabrani ponuditelj će biti dužan:

- osigurati zakup 150 oglasnih površina za plakate dimenzija B1 na području Grada Rijeke u trajanju od 14 dana: od 8. listopada do 21. listopada 2018.

**6. Opis i količina nabave** definirana je prema Prilogu 1. Troškovniku koji je sastavni dio ove Dokumentacije o nabavi, te su Ponuditelji dužni nuditi predmet prema količini, vrsti i tehničkoj specifikaciji. Ukupan iznos troškovnika mora biti zbroj svih stavki i ne smije prelaziti procijenjenu vrijednost nabave.

Naručitelj će odbiti ponudu koja nema popunjene sve stavke troškovnika.

Ponuditelji mogu dostaviti ponudu za jednu ili obje grupe. U slučaju da ponuditelj nudi dvije grupe predmeta nabave, mora dostaviti odvojene ponude za svaku grupu i navesti uz koju grupu su dostavljeni dokazi sposobnosti.

## **7. Količina predmeta nabave**

Količina predmeta nabave za obje grupe navedena je u Troškovniku za GRUPU 1, u Troškovniku za GRUPU 2.

Naručitelj količinu predmeta nabave određuje kao predviđenu (okvirnu) iz razloga jer nabavu predmetne usluge zbog njihove prirode i drugih objektivnih okolnosti nije moguće unaprijed odrediti točnom količinom.

Stvarna nabavljena količina predmetnih usluga na temelju sklopljenog predmetnog ugovora može biti veća ili manja od predviđene količine, ali ukupna plaćanje ne smiju prelaziti iznos Ugovora.

**8. Mjesto izvršenja predmeta nabave:** Rijeka, Republika Hrvatska.

## **9. Rok i dinamika izvršenja predmeta nabave:**

Za obje grupe izvršenje započinje odmah po potpisu ugovora, a na poziv naručitelja. Izvršenje predmeta nabave obavljati će se sukcesivno, a trajat će do 1. studenog 2018. godine.

## **10. Broj ponuditelja koji će se pozvati na dostavu ponude:**

Svi gospodarski subjekti objavom na Internet stranici [www.rijeka2020.eu](http://www.rijeka2020.eu)

**11. Vrsta ugovora:** Ugovor o nabavi usluga

## **12. Zahtjevi koje ponuditelj mora ispuniti za dostavu ponude:**

Ponuditelj mora dokazati pravnu i poslovnu sposobnost, te tehničku i stručnu sposobnost sljedećim dokazima sposobnosti koji se obvezno prilažu uz ponudu.

### **12.1. Pravna i poslovna sposobnost**

1. Izvadak iz sudskog, obrtnog, strukovnog ili drugog odgovarajućeg registra države sjedišta gospodarskog subjekta, koji ne smije biti stariji od 3 mjeseca od dana slanja Poziva za dostavu ponuda kojim Ponuditelj dokazuje da je registriran za predmet nabave

- Traženi dokaz Ponuditelj može dostaviti u preslici.
- Naručitelj može zatražiti dostavu izvornika ili ovjerenih preslika u primjerenom roku ili obratiti se nadležnom tijelu / izdavatelju dokumenta.
- Ukoliko se utvrdi da je Ponuditelj dostavio lažne podatke ili ne dostavi traženo, Naručitelj će ga isključiti iz postupka nabave.
- Ukoliko se radi o zajednici ponuditelja i/ili podugovaratelja, Ponuditelj dostavlja tražene dokaze za sve gospodarske subjekte u ponudi.
- Ukoliko jedan Ponuditelj nudi ponudu za obje grupe, tražene dokaze može dostaviti uz jednu grupu.

### **12.2. Tehnička i stručna sposobnost**

ZA GRUPU 1:

- Prethodno izvršena usluga Ponuditelja prema sljedećim kriterijima: 1 do 3 izvršene integralne kampanje za nacionalno - hrvatsko tržište. Kampanja/kampanje moraju minimalno uključivati kreativna rješenja za plakat (minimalne dimenzije B2), video i web. Dokazom se smatraju samo prethodno realizirane kampanje za postojeće klijente. Prilozi (izvedena kreativna rješenja kampanja) mogu biti poslani u elektronskom obliku ili u obliku poveznica na internetske stranice. Kampanje moraju biti originalne u smislu autorstva. Dokaz o adaptiranim kampanjama neće se razmatrati. Naručitelj može, ukoliko je to potrebno, od službenih strukovnih tijela zatražiti mišljenje o kvaliteti i originalnosti priloženih dokaza. Naručitelj može zatražiti dostavu dokaza o autorstvu kreativnih rješenja/kampanje te o uredno izvršenim ugovorima u zadnje tri godine.
- Ponuditelj treba priložiti izjavu da raspolaže osobama koje posjeduju strukovnu sposobnost, stručno znanje i iskustvo potrebno za izvršavanje predmetnih usluga, neovisno o tome pripadaju li oni gospodarskom subjektu, ali uz odgovarajući dokaz (akt) da ponuditelj može raspolagati osobama koje kod njega nisu zaposlene. Uz izjavu se prilažu životopisi i dokazive reference (za svakog posebno). Iz životopisa trebaju biti vidljive kvalifikacije i iskustvo angažiranog osoblja: dokazano iskustvo u području tržišnih komunikacija, bogato iskustvo u kreiranju kampanja, kvalifikacije u području copywritinga, dizajna i kreativnog vođenja kampanje, bogato iskustvo u području organizacije, vođenja i nadziranja produkcije tiska i audio-vizualnog materijala.

#### ZA GRUPU 2:

- Ponuditelj treba dostaviti popis uredno izvršenih ugovora o uslugama izvršenih u godini u kojoj je započeo postupak nabave i tijekom 3 (tri) godine koje prethode toj godini. Popis ugovora sadrži iznos, datum pružene usluge, vrijednost ugovora i naziv druge ugovorne strane

Gospodarski subjekt može se osloniti na sposobnost drugih subjekata, bez obzira na pravnu prirodu njihova međusobna odnosa. U tom slučaju gospodarski subjekt mora dokazati da će imati na raspolaganju resurse nužne za izvršenje ugovora, primjerice, prihvaćanjem obveze drugih subjekata da će te resurse staviti na raspolaganje gospodarskom subjektu.

### **13. Način određivanja cijene ponude:**

Ponuditelj je kod izrade ponude obvezan pridržavati se sljedećeg:

- Cijenu ponude iskazati isključivo u kunama
- Cijena iskazanih naknada je fiksna za cijelo vrijeme trajanja Ugovora
- Cijenu ponude iskazati na obrascu troškovnika
- Cijena ponude izražava se za Grupu predmeta nabave u apsolutnom iznosu te mora uključivati sve popuste i troškove
- Cijena ponude piše se brojkama, zaokružena na dvije decimale
- Ponuditelji su dužni upisati cijenu bez PDV-a, PDV i cijenu ponude s PDV-om na način određen u Ponudbenom listu

#### **14. Rok, način i uvjeti plaćanja:**

Plaćanje će se vršiti po mjesečnom obračunu pružanja usluge prema stvarnom stanju isporučenih usluga. Plaćanje će se vršiti u roku 15 dana od dana zaprimanja računa na poslovni račun odabranog ponuditelja. Predujam je isključen.

#### **15. Kriteriji za odabir ekonomski najpovoljnije ponude**

##### **GRUPA 1.**

Kriteriji za odabir ekonomski najpovoljnije ponude su:

- 1) Cijena 30%
- 2) Komunikacijski koncept 30%
- 3) Kreativna rješenja 40%

Ekonomski najpovoljnija ponuda određuje se uzimajući u obzir ocjenu cijene i ostalih dodatnih kriterija u omjeru 30/70. Maksimalan broj bodova kojim pojedina ponuda može biti ocijenjena je 100 bodova.

##### **15.1 Cijena**

Maksimalan broj bodova koji pojedina ponuda može ostvariti na ovom kriteriju je 30.

##### **15.2 Komunikacijski koncept**

Maksimalan broj bodova koji pojedina ponuda može ostvariti na ovom kriteriju je 30.

Ponuditelj u svojoj ponudi mora dostaviti:

- prijedlog vizualnog identiteta i naziva kampanje
- kreativno rješenje plakata B1
- kreativno rješenje scenarija za radio-spot

##### **Smjernice za izradu komunikacijskog koncepta:**

1. Komunikacijski koncept je prilagođen ciljnoj skupini.
2. Simboli, slike i tekst prenose ideje i glavne poruke kampanje.
3. Kreativni koncept kombinira simbole, slike i tekst na pristupačan, razumljiv, uočljiv i dopadljiv način.
4. Maksimalno su izbjegnuti šumovi u komunikaciji.

##### **15.3 Kreativna rješenja**

Maksimalan broj bodova koji pojedina ponuda može ostvariti na ovom kriteriju je 30.

Ponuditelj u svojoj ponudi mora dostaviti:

- prijedlog vizualnog identiteta i naslova kampanje
- kreativno rješenje plakata B1
- kreativno rješenje scenarija za radio-spot

### Smjernice za izradu kreativnih rješenja:

1. Komunikacijski koncept dosljedno je primijenjen i optimalno prilagođen osobitim karakteristikama medija.
2. Informacije i podaci imaju preglednu strukturu i hijerarhiju.
3. Upotreba tipografije, fotografije ili ilustracije u funkciji je komunikacijskih ciljeva kampanje i u skladu sa standardima grafičkog dizajna i vizualnih komunikacija.
4. Maksimalno su izbjegnuti šumovi u komunikaciji.

## **15.4 Metodologija**

### 1. Cijena

Bodovi za ovaj kriterij dodjeljuju se prema sljedećoj formuli:

$$B = 30 \times C_{\min}/C_{\text{pon}}$$

B = broj bodova

$C_{\min}$  = najniža cijena

$C_{\text{pon}}$  = cijena ponude

### 2. Komunikacijski koncept

30 bodova - komunikacijski koncept u potpunosti odgovara osnovnim zahtjevima i smjernicama. Zadatak je pomno proučen, komunikacija je prilagođena ciljnoj skupini, a simboli, slike i tekst komunikacijskog koncepta jasno označavaju i prenose ideje i poruke kampanje te su kreirani i kombinirani na pristupačan, razumljiv, uočljiv i dopadljiv način i bez šumova u komunikaciji.

15 bodova - komunikacijski koncept djelomično odgovara zahtjevima i smjernicama. Ciljna skupina djelomično je uvažena, ili tekst, simboli i slike djelomično odstupaju od ciljeva kampanje, ili djelomično prenose ideje i poruke kampanje, ili su kreirani s djelomičnim rizikom šumova u komunikaciji. Zadovoljene su minimalno 2 od 4 točke zahtjeva.

5 bodova - komunikacijski koncept uglavnom ne odgovara zahtjevima i smjernicama. Prijedlog odgovara samo na 1 ili nijednu točku zahtjeva.

### 3. Kreativna rješenja

30 bodova - komunikacijski koncept i vizualna komunikacija dosljedno su primijenjeni i optimalno prilagođeni osobitim karakteristikama medija (plakat i radio). Informacije i podaci imaju preglednu strukturu i hijerarhiju. Upotreba tipografije, fotografije ili ilustracije u funkciji je komunikacijskih ciljeva kampanje i u skladu sa standardima grafičkog dizajna i vizualnih komunikacija, a predložena kreativna rješenja minimiziraju šumove u komunikaciji.

15 bodova - komunikacijski koncept i vizualna komunikacija djelomično je primijenjena i prilagođena osobitim karakteristikama medija (plakat i radio). Ili su informacije i podaci djelomično pregledni i hijerarhizirani, ili je upotreba tipografije, fotografije ili ilustracije djelomično u funkciji komunikacijskih ciljeva kampanje ili djelomično u skladu sa standardima grafičkog dizajna i vizualnih komunikacija, a predložena kreativna rješenja imaju djelomičan rizik od šumova u komunikaciji. Zadovoljene su minimalno 2 od 4 točke zahtjeva.



5 bodova - komunikacijski koncept i vizualna komunikacija nisu dosljedno primijenjeni niti prilagođeni osobitim karakteristikama medija (plakat i radio). Ili su informacije i podaci nepregledni i nestrukturirani, ili je upotreba tipografije, fotografije ili ilustracije neprimjerena komunikacijskim ciljevima kampanje ili neusklađena sa standardima grafičkog dizajna i vizualnih komunikacija, a predložena kreativna rješenja nisu izbjegla rizik od šumova u komunikaciji. Zadovoljena je 1 ili nijedna točka zahtjeva i smjernica.

## **GRUPA 2.**

Kriterij za odabir je ekonomski najpovoljnija ponuda.

Relativni ponder cijene iznosi 100% te određuje cijenu kao jedini kriterij za odabir ponude.

### **16. Rok valjanosti ponude:**

Najmanje 30 dana od dana roka određenog za dostavu ponude.

### **17. Oblik, način izrade i sadržaj Ponude:**

Ponuda se podnosi na hrvatskom jeziku i latiničnom pismu u pisanom obliku, elektroničkom poštom na e-mail adresu [nabava@rijeka2020.eu](mailto:nabava@rijeka2020.eu) te sadrži:

- Popunjen i ovjeren Troškovnik - Prilog I
- Popunjen i ovjeren Ponudbeni list - Prilog II (Prilog IIA i IIB samo ako je primjenjivo)
- Izvadak iz obrtnog/sudskog registra
- Kreativna rješenja prethodno realiziranih kampanja u elektronskom obliku ili u obliku internetskih poveznica (sukladno točki 12.2. Zahtjeva koje ponuditelj mora ispuniti) - za GRUPU 1
- Komunikacijski koncept i kreativna rješenja (sukladno točkama 15.2 i 15.3) u elektronskom obliku ili u obliku internetskih poveznica - za GRUPU 1
- Izjava ponuditelja da raspolaže stručnjacima (sukladno točki 12.2) - za GRUPU 1 – Prilog III
- Životopis s kvalifikacijama i iskustvom osoblja (sukladno točki 12.2) - za GRUPU 1
- Popis ugovora o uslugama (sukladno točki 12.2) - za GRUPU 2 – Prilog IV

### **18. Rok za dostavu ponudu:**

Rok za dostavu ponuda je 24. kolovoza u 10:00 h.

### **19. Pregled i ocjena ponuda**

Nakon otvaranja ponuda Povjerenstvo će pregledati ponude na temelju uvjeta iz poziva za dostavu te o istom sastavlja zapisnik.

Na osnovu rezultata pregleda i ocjene ponuda direktorica društva donosi obavijest o odabiru / poništenju koju će dostaviti svim gospodarskim subjektima koji su dostavili ponude.

Odluka o odabiru temelji se na kriteriju za odabir.

Rok za donošenje Odluke o Odabiru je 30 dana od zadnjeg dana (roka) za dostavu ponuda.

## **20. Sklapanje ugovora o nabavi**

Ugovor o nabavi usluga koja je predmet nabave Naručitelj će sklopiti s odabranim Ponuditeljem u skladu s uvjetima određenim u Pozivu za dostavu ponude i u skladu s odabranom ponudom, u pisanom obliku, najkasnije u roku od 30 (trideset) dana od dana donošenja Odluke o odabiru.

### **OSTALO:**

Svi upiti vezano uz predmet nabave mogu se poslati i dobiti isključivo pismenim putem preko e-mail adrese [nabava@rijeka2020.eu](mailto:nabava@rijeka2020.eu)



**RIJEKA  
2020**

EUROPSKA  
PRIJESTOLNICA  
KULTURE

**PRILOG I.**

**Tehnička specifikacija predmeta nabave:**

**1. GRUPA 1 - Komunikacijski koncept i kreativna rješenja kampanje, produkcija i dostava**

REDNI BROJ	OPIS	JEDINICA MJERE	OKVIRNA KOLIČINA	JEDINIČNA CIJENA (u kn, bez PDV-a)	UKUPNO
1.	KOMUNIKACIJSKI KONCEPT I KREATIVNA RJEŠENJA KAMPANJE Vizualni identitet s tekstom i naslovom kampanje, letak formata A4 (obostrano) i priprema za tisak, elektronska verzija letka za slanje e-mailom, plakat B1 i priprema za tisak, citylight i priprema za tisak, billboard i priprema za tisak, novinski oglas 1/2, bener i 5 primjena za društvene mreže; scenarij i storyboard za informativni video 45" i skraćenu verziju 15", scenarij za radio-spot 30"	kom	1		
2.	PRODUKCIJA I DOSTAVA Produkcija benera i 5 primjena za društvene mreže, produkcija radio-spota 30", produkcija informativnog videa 45" i skraćene verzije 15", tisak letka A4 (80-90 gramski papir, offset, A4 bez loma, obostrano, bez pudera kod tiska, bez OCR-a) i dostava, tisak citylighta (1,185 m × 1,75 m, 150 gr city light papir, cmyk sistem boja) 50 kom. i dostava, tisak billboarda (5,04 m × 2,38 m, težina: 115g/m <sup>2</sup> (±2%) (standard ISO 536), debljina: ≥ 140µm (standard ISO 534), 50 kom. i dostava, tisak plakata B1, KD 115 gr. sjaj, 500 kom. i dostava	kom	1		
<b>UKUPNA CIJENA BEZ PDV-a (u kunama)</b>					
<b>PDV 25 % (u kunama)</b>					
<b>UKUPNA CIJENA SA PDV-OM (u kunama)</b>					



**RIJEKA  
2020**

EUROPSKA  
PRIJESTOLNICA  
KULTURE

**2. GRUPA 2 - Zakup površina za vanjsko oglašavanje**

REDNI BROJ	TIP OGLAŠAVANJA	JEDINICA MJERE	BROJ POVRŠINA	JEDINIČNA CIJENA (u kn, bez PDV-a) cijena zakupa površine po danu	UKUPNO
1.	Zakup površina za vanjsko oglašavanje na području Grada Rijeke: plakati B1; od 8. do 21. listopada 2018.	14 dana	150		
<b>UKUPNA CIJENA BEZ PDV-a (u kunama)</b>					
<b>PDV 25 % (u kunama)</b>					
<b>UKUPNA CIJENA SA PDV-OM (u kunama)</b>					



**RIJEKA  
2020**

EUROPSKA  
PRIJESTOLNICA  
KULTURE

**PRILOG II. PONUDBENI LIST**

1.	<b>NAZIV, SJEDIŠTE I OIB NARUČITELJA:</b>	<b>RIJEKA 2020 d.o.o., Ivana Grohovca 1/A, OIB 65319684857</b>	
	Predmet nabave	Usluge izrade cjelovitog kreativno – komunikacijskog rješenja, produkcije i zakupa medijskog prostora za kampanju „Uključi se“.	
	Evidencijski broj nabave:		
2.	<b>PODACI O PONUDITELJU</b>		
	PONUĐA ZA GRUPU (zaokružiti)	<b>GRUPA I.</b>	<b>GRUPA II.</b>
	Naziv ponuditelja		
	Sjedište ponuditelja		
	Adresa ponuditelja		
	OIB		
	Poslovni (žiro) račun		
	Broj računa (IBAN)		
	Naziv poslovne banke		
	Navod o tome je li ponuditelj u sustavu poreza na dodanu vrijednost	DA	NE (zaokružiti)
	Adresa za dostavu pošte		
	Adresa e-pošte		
	Kontakt osoba ponuditelja		
	Broj telefona/telefaksa		
3.	<b>PONUĐA</b>		
	Broj ponude		
	Datum ponude		
4.	<b>CIJENA PONUDE</b>		
	Cijena ponude, kn bez PDV-a		
	Stopa i iznos PDV-a		
	Cijena ponude, kn s PDV-om** - brojkama		
5.	Rok valjanosti ponude	30 dana od dana određenog za dostavu ponude	

\*\*Obavezno ispuniti sve stavke

**PONUĐITELJ**

M.P.

\_\_\_\_\_  
(ime i prezime ovlaštene osobe, pečat)

U \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ 2018. godine



**RIJEKA  
2020**

EUROPSKA  
PRIJESTOLNICA  
KULTURE

**PRILOG IIa PONUDBENI LIST**

**ZAJEDNICA PONUDITELJA**

1.	<b>NAZIV, SJEDIŠTE I OIB NARUČITELJA:</b>	<b>RIJEKA 2020 d.o.o., Ivana Grohovca 1/A, OIB 65319684857</b>	
	Predmet nabave	Usluge izrade cjelovitog kreativno – komunikacijskog rješenja, produkcije i zakupa medijskog prostora za kampanju „Uključi se“.	
	Evidencijski broj nabave:		
2.	<b>PODACI O PONUDITELJU / ZAJEDNICI PONUDITELJA</b>		
	PONUDA ZA GRUPU (zaokružiti)	<b>GRUPA I.</b>	<b>GRUPA II.</b>
	Naziv ponuditelja		
	Sjedište ponuditelja		
	Adresa ponuditelja		
	OIB		
	Poslovni (žiro) račun		
	Broj računa (IBAN)		
	Naziv poslovne banke		
	Navod o tome je li ponuditelj u sustavu poreza na dodanu vrijednost	DA	NE (zaokružiti)
	Adresa za dostavu pošte		
	Adresa e-pošte nositelja		
	Kontakt osoba ponuditelja		
	Broj telefona/telefaksa		
	Vrijednosni dio ponude koji će izvršavati nositelj		
	Postotni dio ponude koji će izvršavati nositelj		

2.	<b>PODACI O PONUDITELJU / ČLANU ZAJEDNICE PONUDITELJA*</b>		
	Naziv ponuditelja - član zajednice ponuditelja		
	Sjedište ponuditelja		
	Adresa ponuditelja		



# RIJEKA 2020

EUROPSKA  
PRIJESTOLNICA  
KULTURE

OIB	
Poslovni (žiro) račun	
Broj računa (IBAN)	
Naziv poslovne banke	
Navod o tome je li ponuditelj u sustavu poreza na dodanu vrijednost	DA      NE (zaokružiti)
Adresa za dostavu pošte	
Adresa e-pošte	
Kontakt osoba	
Broj telefona/telefaksa	
Vrijednosni dio ponude koji će izvršavati član	
Postotni dio ponude koji će izvršavati član	

<b>3. PONUDA</b>	
Broj ponude	
Datum ponude	
<b>4. CIJENA PONUDE</b>	
Cijena ponude, kn bez PDV-a	
Stopa i iznos PDV-a	
Cijena ponude, kn s PDV-om** - brojkama	
<b>5. Rok valjanosti ponude</b>	<b>30 dana od dana određenog za dostavu ponude</b>

\*Obavezno ispuniti sve stavke

**PONUĐITELJ**

M.P.

\_\_\_\_\_ (ime i prezime ovlaštene osobe nositelja zajednice ponuditelja, pečat)

U \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ 2018. godine

**Napomena:**

\* Ako ponuditelj nije u sustavu poreza na dodanu vrijednost ili je predmet nabave oslobođen poreza na dodanu vrijednost, u Ponudbenom listu i Troškovniku, na mjesto predviđeno za upis cijene ponude s porezom na dodanu vrijednost, upisuje se isti iznos kao što je upisan na mjestu predviđenom za upis cijene ponude bez poreza na dodanu vrijednost, a mjesto predviđeno za upis iznosa poreza na dodanu vrijednost ostavlja se prazno ili se stavlja crtica (-)



**RIJEKA  
2020**

EUROPSKA  
PRIJESTOLNICA  
KULTURE

### **PRILOG III PONUDBENI LIST**

#### **IZJAVA O STRUČNJACIMA**

Ja, \_\_\_\_\_ (*ime i prezime, OIB*), iz

\_\_\_\_\_ (*adresa i poštanski broj*) kao ovlaštenu zastupnik gospodarskog subjekta

\_\_\_\_\_ (*naziv, adresa, OIB*)

izjavljujem da sam pročitao uvjete vezane uz opis predmeta nabave prema Dokumentaciji o nabavi i Poziva na dostavu ponuda te da ću uslugu pružati u skladu s navedenim te dostavljam popis stručnjaka koji će raditi na izvršenju predmeta nabave:

IME i PREZIME:

U \_\_\_\_\_ 2018.

Ovlaštena osoba za zastupanje

\_\_\_\_\_  
(*ime, prezime, pečat, potpis*)

\* Isto dostaviti za svakog člana zajednice ponuditelja i podugovaratelja (*ukoliko je primjenjivo*).





**RIJEKA  
2020**

EUROPSKA  
PRIJESTOLNICA  
KULTURE

**PRILOG IV. POPIS UGOVORA O IZVRŠENIM USLUGAMA U 2018. GODINI I TIJEKOM PRETHODNE 3 (TRI) GODINE**

Redni broj	Opis usluge	Vrijednost usluge ( bez PDV-a)	Godina ugovaranja i godina završetka	NARUČITELJ

**PONUĐITELJ**

M.P.

\_\_\_\_\_  
(ime i prezime ovlaštene osobe nositelja zajednice ponuditelja, pečat)

U \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ 2018. godine