

TEHNIČKE SPECIFIKACIJE PREDMETA NABAVE

1. UVOD

Središnji državni ured za demografiju i mlade obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na praćenja i analizu demografskih trendova i kretanja u Republici Hrvatskoj, posebice promjene u broju stanovnika, prirodnom kretanju stanovništva migracijama i strukturi stanovništva; predlaže mjere usmjerene na porast nataliteta, uravnoteženje dobne strukture, održanje prostorne ravnoteže stanovništva; motiviranja mladih za ostanak u Hrvatskoj, mjere podrške roditeljstvu te mjere usmjerene na usklađivanje obiteljskog i profesionalnog života; nadzor i praćenje primjene propisa o doplatku za djecu, roditeljskim dopustima i naknadama, pomoći za opremu novorođenog djeteta; usklađuje rad državnih i ostalih tijela pri ostvarivanju aktivnosti demografskog razvitaka i populacijske politike; predlaže Vladi Republike Hrvatske promjene zakona i drugih propisa iz područja demografske politike; obavlja poslove usmjerene na podizanje svijesti i edukaciju građana o važnosti demografskih pitanja i revitalizacije stanovništva; pruža potporu lokalnoj i regionalnoj (područnoj) samoupravi te organizacijama civilnog društva u razradbi vlastitih programa usmjerenih na demografski razvitak.

Središnji državni ured za demografiju i mlade u cilju provedbe svojih aktivnosti želi podići svijest roditelja i potencijalnih roditelja kao i šire javnosti o važnosti i utjecaju pozitivnog i ravnopravnog roditeljstva kao i potaknuti muškarce na aktivno uključivanje u brigu o djeci te s tim u vezi provodi ovaj postupak javne nabave.

2. CILJ PREDMETA NABAVE

Cilj predmeta nabave je promidžba i vidljivost kao i podizanje javne svijesti o mjerama za ravnopravno roditeljstvo te transparentno i točno informiranje ciljne skupine na jednostavan i razumljiv način o dostupnim mogućnostima vezanim za ravnopravno roditeljstvo i uključenost muškaraca u brigu o djeci, a sukladno time i poticanje ciljne skupine na korištenje njihovih prava.

Dakle putem medijske kampanje potrebno je educirati i informirati ciljnu skupinu o pravima koja su im na raspolaganje te kod istih izgraditi svijest o ravnopravnom roditeljstvu.

3. OPIS PREDMETA NABAVE

Predmet nabave je usluga planiranja i zakupa medijskog prostora na grupama medija: televizijske kuće, radio postaje, tisak/print, internet/online, vanjsko oglašavanje i drugi mediji u Republici Hrvatskoj za razdoblje od osam tjedana.

4. OBVEZE ODABRANOG PONUDITELJA

Obveze odabranog ponuditelja su:

Odabrani ponuditelj mora koristiti alate marketinške komunikacije koja će doprinijeti ostvarivanju definiranog cilja predmeta nabave.

Pri čemu, odabrani ponuditelj mora minimalno obuhvatiti primarnu i sekundarnu ciljnu skupinu kao i opću javnost, prenositelje informacija, regionalne nacionalne i lokalne promotore.

PRILOG 3

Primarnu ciljnu skupine čine: roditelji i potencijalni roditelji dok sekundarnu ciljnu skupinu čine poslodavci.

Nadalje, odabrani ponuditelj je dužan izraditi Plan zakupa medija, a kojim Planom treba obuhvatiti i primarnu i sekundarnu ciljnu skupinu.

Odabirani ponuditelj dužan je u roku od petnaest dana od dana izvršnosti odluke o odabiru dostaviti Naručitelju Plan zakupa medija koji mora sadržavati:

HTV 1		
Doba dana	Jedinica mjere	Broj sekundi
07:00-11:00	sekunda	135
11:00-14:00	sekunda	162
14:00-16:00	sekunda	135
16:00-18:00	sekunda	81
18:00-19:00	sekunda	270
19:00-22:00	sekunda	540
22:00-23:00	sekunda	540
23:00-24:00	sekunda	135

HTV 2		
Doba dana	Jedinica mjere	Broj sekundi
01:00-12:00	sekunda	135
12:00-16:00	sekunda	162
16:00-18:00	sekunda	135
18:00-22:00	sekunda	81
22:00-23:00	sekunda	270
23:00-01:00	sekunda	540

*RTL grupa		
Doba dana	Jedinica mjere	Broj sekundi
Jutro 02:00-09:59	eq. GPR all 18-54	20
Dan 10:00-13:59	eq. GPR all 18-55	60
Pred prime time 14:00-17:59	eq. GPR all 18-56	100
Prime time 18:00-23:29	eq. GPR all 18-57	200
Noć 23:30-01:59	eq. GPR all 18-58	80

*NOVA TV grupa		
Doba dana	Jedinica mjere	Broj sekundi
Jutro 07:00-09:59	eq. GPR all 18-54	20
Dan 10:00-13:59	eq. GPR all 18-55	60
Pred prime time 14:00-18:29	eq. GPR all 18-56	85
Prime time 18:30-23:29	eq. GPR all 18-57	200
Noć 23:30-06:59	eq. GPR all 18-58	80

PRILOG 3

Odabrani ponuditelj dužan je izraditi Plan medija sukladno prethodno navedenim tablicama te zakupiti prethodno navedene medije u trajanju od 4 tjedna za emitiranje spota u trajanju od 27“, a koji video će osigurati Naručitelj.

Medij	Termin	Trajanje spota	Jedinica mjere	*Broj objava
Otvoreni radio	6-18 h	30 sekundi	spot	60
bravo!	6-18 h	30 sekundi	spot	60
Antena	6-18 h	30 sekundi	spot	60
Top radio	6-18 h	30 sekundi	spot	60
HR Rijeka	6-18 h	30 sekundi	spot	60
HR2	6-18 h	30 sekundi	spot	60
Radio Dalmacija	6-18 h	30 sekundi	spot	60
Slavonska mreža	6-18 h	30 sekundi	spot	60
Radio Istra	6-18 h	30 sekundi	spot	60

Odabrani ponuditelj dužan je izraditi Plan medija sukladno prethodno navedenoj tablici te zakupiti medije u trajanju od 3 tjedna za emitiranje spota u trajanju od 30“, a koji spot će osigurati Naručitelj.

Internet stranica	Format	Rubrika	Model zakupa	Predviđen broj prikazivanja/klikova
m.24sata.hr	Mobile interscroller	ROS	CPM	500.000
m.24sata.hr	Mobile ticker	Naslovnica	CPM	500.000
24sata.hr	Desktop mega billboard	Naslovnica	CPM	250.000
m.jutarnji.hr	Mobile ticker 320x150	Naslovnica	CPM	500.000
m.jutarnji.hr	Mobile hal	ROS	CPM	500.000
Jutarnji.hr	Mobile halfpage ad	Naslovnica	CPM	250.000
m.vecernji.hr	Interscroller	ROS	CPM	300.000
Vecernji.hr	Mega billboard	Naslovnica	CPM	200.000
m.telegram.hr	Mobile interscroller	ROS	CPM	400.000
m.telegram.hr	Mobile side footer	Naslovnica	CPM	400.000
Telegram.hr	Desktop ticker	Naslovnica	CPM	200.000
m.tportal.hr	Mobile halfpage ad	ROS	CPM	350.000
m.tportal.hr	Mobile rectangle	Naslovnica	CPM	350.000
Tportal.hr	Desktop billboard	Naslovnica	CPM	200.000
m.poslovni.hr	Mobile ticker	Naslovnica	CPM	200.000
m.poslovni.hr	Mobile interscroller	ROS	CPM	200.000
Poslovni.hr	Desktop ticker	Naslovnica	CPM	200.000
m.net.hr	Mobile ticker	Naslovnica	CPM	400.000
m.net.hr	Mobile interscroller	ROS	CPM	400.000
Net.hr	Desktop mega billboard	Naslovnica	CPM	250.000
rtl.hr	Pre roll	ROS	CPM	300.000
m.index.hr	Interscroller	Naslovnica	CPM	400.000
m.index.hr	MR Header (ATF)	ROS	CPM	400.000
Indeks.hr	Mega billboard	Naslovnica	CPM	250.000
Indeks.hr	Parallax	ROS	CPM	250.000
Indeks.hr	Parallax	ROS	CPM	250.000
GDN	Banners	RON	CPC	50.000
YT	YT video	ROS	CPV	500.000
Meta	Social media ads	ROS	CPC	50.000

Odabrani ponuditelj dužan je izraditi Plan medija sukladno prethodno navedenoj tablici te zakupiti medije u trajanju od 6 do 8 tjedana.

PRILOG 3

MEDIJI	FORMAT	Okviran broj objava
Jutarnji list	1/2	3
Večernji list	1/2	3
24 sata	1/2	3
Poslovni Dnevnik	1/2	3
Lider	1/2	3
Story	1/2	3
Gloria	1/2	3

Odabrani ponuditelj dužan je izraditi Plan medija sukladno prethodno navedenoj tablici te zakupiti medije u trajanju od 4 tjedana.

MEDIJI	FORMAT	Okviran broj površina
Europlakat	BB	50
Europlakat	CL	50
Europlakat	DOOH	2
Zagreb Plakat	BB	50
Zagreb Plakat	CL	50
Outdoor akzent	BB	50
PIO	BB	50
GO2digital	DOOH	50
Hololab	DOOH	3

Odabrani ponuditelj dužan je izraditi Plan medija sukladno prethodno navedenoj tablici i zakupiti medije u trajanju od 4 tjedana te fokus zakupa površina treba biti na većim gradovima (npr.: Zagreb, Split, Rijeka, Osijek, Varaždin).

Plan zakupa medija treba sadržavati i plan zakupa po vrsti i nazivu medija te raspodjelu troškova u skladu sa iznosom predviđenim za zakup medija te biti sukladan Prilogu 2. (Troškovnik) ove Dokumentacije.

Plan zakupa medija odabrani ponuditelj dužan je dostaviti na odobrenje Naručitelju u roku od 15 dana od izvršnosti odluke o odabiru, a prije potpisivanja Ugovora o javnoj nabavi.

Oglašavanje putem radio kanala treba trajati najmanje 3 tjedna, televizijsko i vanjsko oglašavanje kao i print oglašavanje treba trajati najmanje 4 tjedna dok oglašavanje putem interneta treba trajati najmanje 6-8 tjedana.

Početak izvršenja Ugovora o javnoj nabavi je odmah po obostranom potpisu Ugovora o javnoj nabavi, a Plan zakupa medija mora se realizirati najkasnije u roku od 60 dana od dana obostranog potpisa ugovora o javnoj nabavi.

Rok izvršenja gore navedenih usluga iznosi 3 tjedna za oglašavanje putem radio kanala, 4 tjedna za oglašavanje putem tv kanala i vanjskog oglašavanja kao i print oglašavanja, odnosno 6-8 tjedana za uslugu oglašavanja putem interneta, od dana potpisa Ugovora o javnoj nabavi.

Odabrani ponuditelj u obvezi je zakupiti i provesti odobreni plan zakupa medija te trošak zakupa snosi odabrani ponuditelj.

Odgovornost je na odabranom ponuditelju da pravovremeno zakupi medijski prostor.

PRILOG 3

Odabrani ponuditelj dužan je omogućiti Naručitelju uvid u tijek provedbe Plana zakupa medija u realnom vremenu na svim kanalima, uključujući u uvid analitiku svake kampanje u realnom vremenu.

Odabrani ponuditelj će uz redovnu komunikaciju po potrebi sudjelovati i na sastancima s Naručiteljem vezano uz napredak i ishode u izvršenju predmeta nabave.

Po završetku izvršenja predmeta nabave, odabrani ponuditelj će izraditi i Naručitelju dostaviti Izvješće o izvršenju plana zakupa medija koji treba sadržavati najmanje: podatke o zakupu medija po nazivu i vrsti medija, broj emitiranih oglasa, trajanje emitiranih oglasa te vremenskom periodu kada su oglasi emitirani.

Naručitelj zadržava pravo u roku od tri radna dana od dostave Izvješća vratiti isti na doradu i/ili u tom roku izvješće prihvatiti.

Tijekom cijelog razdoblja izvršenja Ugovora o javnoj nabavi, odabrani ponuditelj dužan je osigurati stručnjaka za izradu planova zakupa medija i provođenje zakupa medija koji će nadzirati provedbu plana zakupa medija.

Podaci o stručnjaku za izradu planova zakupa medija i provođenje zakupa medija bit će sastavni dio Ugovora o javnoj nabavi.

Stručnjak za izradu planova zakupa medija i provođenja zakupa medija kojeg gospodarski subjekt navede u ponudi kao osobu odgovornu za pružanje usluga moraju zaista i sudjelovati u izvršenju Ugovora o javnoj nabavi.

Ukoliko gospodarski subjekt u tijeku izvršenja Ugovora o javnoj nabavi neće imati na raspolaganju imenovanog stručnjaka kojeg je naveo u ponudi, može odrediti nekog drugog stručnjaka za izvršenje Ugovora o javnoj nabavi, ali samo uz prethodnu pisanu suglasnost Naručitelja. Naručitelj će prihvatiti zamjenu samo ako taj drugi stručnjak ima iskustvo kao i prvotno određeni stručnjak. Zamjenski stručnjak mora prilikom bodovanja iskustva propisanog pod kriterijima ENP-a ostvariti minimalno isti broj bodova kao inicijalno nominirani stručnjak. Zamjena ne bi smjela biti takva da bi dovela do toga da ponuda odabranog ponuditelja u postupku pregleda i ocjene ponuda ne bi bila rangirana kao ekonomski najpovoljnija ponuda.

Tijekom izvršenja Ugovora o javnoj nabavi obveze stručnjaka za izradu planova zakupa medija i provođenje zakupa medija su sljedeće:

- na raspolaganju je kao kontakt osoba naručitelju na način da je dostupan od 08:00 sati do 16:00 sati, svaki radni dan za vrijeme trajanja pružanja usluge (od ponedjeljka do petka);
- organizira, raspoređuje i nadzire provedbu Plana zakupa medija;
- odaziva se u slučaju prigovora Naručitelja te vrši nadzor nad otklanjanjem uočenih nepravilnosti prilikom izvršavanja predmeta nabave.

5. OBVEZE NARUČITELJA

Naručitelj će:

- odmah po sklapanju Ugovora o javnoj nabavi osigurati promidžbeni materijal;
- odmah po sklapanju Ugovora o javnoj nabavi osigurati osobu koja će biti u komunikaciji sa odabranim ponuditeljem i o tome obavijestiti odabranog ponuditelja;

PRILOG 3

- za potrebe izvršenja predmeta nabave staviti na raspolaganje potrebnu postojeću dokumentaciju i informacije;
- svoje financijske obveze ispunjavati sukladno odredbama Dokumentacije o nabavi te
- pratiti i kontrolirati izvršenje usluge koja je predmet ovog postupka javne nabave.

6. AUTORSKO PRAVO

Cjelokupno intelektualno vlasništvo, sva prenosiva imovinska i moralna autorska prava te prava koja proizlaze iz intelektualnih tvorevina, a koja su kreirana i stvorena izvršavanjem usluge koja je predmet javne nabave u cijelosti pripadaju Naručitelju.

Odabrani ponuditelj je suglasan da Naručitelj može na treće osobe prenositi sva prethodno navedena prava.

Odabrani ponuditelj je suglasan da je prijenos prethodno navedenih autorskih prava neopoziv te prijenos autorskih prava vrijedi i primjenjuje se i po prestanku Ugovora o javnoj nabavi sklopljenog po ovom predmetu nabave.

U slučaju eventualnih zahtjeva autora i/ili trećih osoba koji bi se pojavili ili mogli pojaviti vezano za zaštitu autorskih prava te prava koja proizlaze iz intelektualnih tvorevina koja su predmet nabave odabrani ponuditelj se obvezuje nadoknaditi Naručitelju svaku štetu nastalu kao posljedica tih zahtjeva.

7. POSLOVNA TAJNA

Pružatelj, odnosno stručnjaci koji će obavljati uslugu moraju pri izvršavanju usluge poštovati odredbe o poslovnoj tajni prema kojima niti jednu informaciju koju su saznali u izvršavanju ili u svezi s izvršavanjem usluge nisu bez pisanog ovlaštenja Naručitelja ovlašteni predati trećoj osobi niti je koristiti u odnosu na osobe koje nisu uključene u izvršavanje usluge.

Pružatelj, odnosno stručnjaci koji će obavljati uslugu bez odgađanja moraju obavijestiti Naručitelja o postojanju sukoba interesa ili sumnji na sukob interesa ako imaju takvih saznanja.

Pružatelj, odnosno stručnjaci koji će obavljati uslugu koja je predmet ove nabave jamče svoju neovisnost i nepristranost prilikom pružanja iste te su dužni osigurati tajnost podataka i povjerljivost informacija.