

Klasa: ZV-43-24-17  
Ur.broj: 05-04/01-24-01  
U Zagrebu, 27.03.2024.

## POZIV NA DOSTAVU PONUDA

**1. Naručitelj: ZAGREBAČKI VELESAJAM d.o.o., Avenija Dubrovnik 15, Zagreb**

**2. Predmet nabave: USLUGA IZRADE CJELOVITOG REBRANDING-a SAJMA AMBIENTA KAO PREPOZNATLJIVOG PROIZVODA ZAGREBAČKOG VELESAJMA** sukladno troškovniku i dokumentima koji se nalaze u prilogu ovog Poziva na dostavu ponuda (dalje u tekstu: Poziv)

**3. CPV: 79341100-7**

**4. Evidencijski broj nabave: 2024-112**

**5. Vrsta postupka:** postupak jednostavne nabave

Sukladno čl. 15., st. 1. Zakona o javnoj nabavi (Narodne novine br. 120/2016, 114/22), za procijenjenu vrijednost nabave manju od 26.540,00 eura (bez PDV-a) za robu i usluge, odnosno 66.360,00 eura (bez PDV-a) za radove (jednostavna nabava), Naručitelj nije obvezan provoditi postupak javne nabave propisane Zakonom o javnoj nabavi.

Postupak jednostavne nabave provodi se u skladu sa Pravilnikom Naručitelja o pravilima, uvjetima i postupcima jednostavne nabave od 24.10.2023.

**6. Procijenjena vrijednost nabave: 20.000,00 eura (bez PDV-a)**

**7. Popis gospodarskih subjekata s kojima su predstavnici naručitelja ili s njima povezane osobe u sukobu interesa:**

CASPER TAURUS d.o.o., Zagreb, Bužanova 36, OIB: 13548392422

Odvjetnički ured Željko Kopčić, Zagreb, Zagrebačka cesta 192, OIB: 30958592360

## I. OPIS PREDMETA NABAVE

Usluga izrade cjelovitog rebranding-a sajma Ambienta kao prepoznatljivog proizvoda Zagrebačkog velesajma pokreće se povodom pola stoljeća sajma namještaja i unutarnjeg uređenja koji se održava na Zagrebačkom velesajmu.

Projektni zadatak izrade cjelovitog rebrandinga podrazumijeva izradu modernog imidž rebranda uz puni prijedlog praktične primjene rebranda temeljene na stručnoj analizi i marketinškoj strategiji koja iz nje proizlazi. Pri tome je prepoznatljivost izdvajanja sajma Ambienta od ostalih sajмова u okruženju nužnost, uz cilj povratka sajma Ambienta na vodeće mjesto na tržištu industrije namještaja i unutarnjeg uređenja.

Rebranding zahtjeva kreiranje potpuno novog koncepta sajma koji će kombinirati tradiciju sajma Ambianta s potrebama suvremenih potrošača, posebno mlade publike, te osigurati privlačnost i relevantnost sajma u današnjem modernom dobu.

## **II. OPĆENITO O SAJMU AMBIENTA**

Zagrebački velesajam d.o.o. je trgovačko društvo u vlasništvu Grada Zagreba, osnovano još 1909. godine kao Zagrebački zbor. Od 1925. godine član je i jedan od osnivača Svjetskog udruženja sajamskih organizatora - UFI - Union of International Fairs. Temeljna djelatnost društva je organizacija sajmova i događanja.

Organizacija specijaliziranih sajamskih priredbi, koje su se održavale jednom ili svake dvije godine, Zagrebački velesajam je započeo istovremeno s organizacijom Jesenskog i Proljetnog međunarodnog velesajma 1969. godine. Vrlo brzo zbir ovakvih sajmova dostigao je brojku od dvadesetak specijaliziranih sajmova godišnje. O njihovoj kvaliteti, veličini i dobroj organizaciji najbolje svjedoči činjenica da je vrlo brzo desetak sajmova dobilo status UFI sajma – međunarodno priznatog sajma koji zadovoljava visoke standarde i kriterije sadržaja, opsega i načina izlaganja postavljene od Međunarodne unije sajmova (UFI).

Sajam Ambianta održavao se od 1972. do 1987. u sklopu Proljetnog međunarodnog velesajma, a od 1988. do 1990. godine izdvojen je kao samostalni sajam namještaja s terminom u svibnju. Godine 1991. održan je u sklopu Proljetnog međunarodnog velesajma, a od 1992. godine ustaljen je njegov samostalan termin u listopadu.

Naziv AMBIENTA sajam nosi od 1983. godine. Te je godine u sklopu Proljetnog sajma na Ambienti u Kineskom paviljonu izloženo desetak ogledno opremljenih stanova, a u jesenskom terminu uvedena je podjela priznanja Mobil Optimum, priznanja kvalitete za proizvode s najvišim ocjenama te za cjelokupan marketinški nastup.

Već 50 godina najljepša priča o dizajnu, arhitekturi, građenju, stanovanju i proizvodnji namještaja bila je godinama glavni događaj na kojem su se prezentirale brojne tvrtke koje su rasle s sajmom i kao takve okupljale je brojne generacije u edukaciji i novitetima pri uređenju doma. Nakon jačanja interneta i društvenih mreža, a poglavito nakon razdoblja korone, Ambianta je izgubila dominaciju na hrvatskom tržištu te je to potaknulo brojne slične sajmove u okruženju.

Stoga je potrebno napraviti novi koncept po kojem će se povezati tradicija i snaga koju je Ambianta imala sa modernim i suvremenim.

## **III. FAZE REALIZACIJE PROJEKTA (PREDMETA NABAVE)**

Izabrani ponuditelj je obvezan projekt izrade cjelovitog rebranding-a sajma Ambianta kao prepoznatljivog proizvoda Zagrebačkog velesajma realizirati putem naznačenih faza:

### **1. Analiza tržišta**

- Interna analiza konkurentskih prednosti sajma obavljenu sa ključnim osobama Naručitelja (detaljna analiza trenutnog stanja sajma Ambianta kroz sastanke s ključnim osobama kako bi se istražili brief, iskustva, jedinstvenosti, potencijali te planovi i vizija za budućnost)

- Eksteno istraživanje tržišta koje uključuje direktnu i indirektnu konkurenciju (supstitute) i B2B i B2C sektora, te moderne komunikacijske trendove za lokalne i regionalne konkurente
- Istraživanje potencijalnih izlagača i posjetitelja kako bi se definirale ciljne skupine prema dobi, interesima za opremanje doma, poslovnim posjetiteljima (B2B) i motivacijama za posjet sajmu Ambienta

## 2. **Strateško pozicioniranje branda temeljeno na rezultatima analize ( izlagači i posjetitelji)**

- Definiranje ciljnih skupina (koje mora uključivati argumentiranu segmentaciju i targeting), pozicioniranje branda i priča o brandu.
- Ova faza pozicioniranja brenda i priče o brandu ključna je za stvaranje prepoznatljivog i privlačnog identiteta za sajam Ambienta, koji će rezonirati s ciljnom skupinom i razlikovati ga od konkurencije

## 3. **Image rebrand** - Stvaranje diferenciranog brand imidža kroz specifične attribute brand booka u punom obujmu, slogana i brand arhitekture.

- 3.1. Idejni projekt vizualnog identiteta- prikaz sustava boja i tipografskih pisama te prikaz karakterističnih odnosa osnovnih elemenata znaka i logotipa te vizualnog identiteta.  
(Ovaj dio mora uključivati prijedlog prezentacije novog slogana u okviru predloženog vizualnog identiteta uključujući prikaz i definiranu hijerarhiju osnovnih grafičkih standarda slogana i tekstualnog sadržaja).
- 3.2. Prikaz primjene vizualnog identiteta i slogana( najmanje 5, a najviše 8 primjera relevantnih za predloženi koncept, koji obavezno uključuju primjenu na plakatu, internetskoj stranici i manjim tiskanim formatima, te nekoliko primjera promidžbenog materijala
- 3.3. Tekstualno obrazloženje koncepta temeljenog na rezultatu iz faze 2- strateškog pozicioniranja

## 4. **Puni prijedlog primjene rebranda**

- Kreiranje novog vizualnog identiteta, što uključuje znak, logotip i knjigu standarda prevedenu na barem jedan svjetski jezik ( eng)
- Znak i logotip– do 3 prijedloga od kojih se odabire jedan
- Prijedlog popisa načina primjene koji obavezno moraju sadržavati barem 50% aktivnosti koje se ne svode samo na zakup medijskog ili oglašivačkog prostora – na primjejr PR aktivnosti ili prijedloge za razvoj više dodirnih točaka između brenda, izlagača i posjetitelja kroz aktivnosti na sajmu
- Izrada prezentacija sa barem nekoliko ideja aktivnosti( 4) kojim bi se novi identitet Ambiente predstavio javnosti, izuzevši oglašavanje.
- Razvoj strategije promocije i komunikacije koje će ciljano doseći izlagače i posjetitelje

- Izrada detaljnog plana implementacije novog brenda, uključujući sve marketinške kanale, promotivne aktivnosti, internetsku prisutnost, događaje i sve ostale korake potrebne za uspješno lansiranje i promociju novog brenda

#### IV. UVJETI NABAVE

- **način izvršenja:** narudžbenica
- **rok izvršenja: max. 11 tjedana od izdavanja narudžbenice. Najkasnije u roku 5 radnih dana** od zaprimanja narudžbenice, naručitelj će organizirati sastanak s ciljem uvođenja izabranog ponuditelja u posao.  
Izabrani ponuditelj samostalno raspoređuje redoslijed izvršenja pojedine faze projekta i planirani redoslijed dostavlja u ponudi.  
Po završetku svake faze, izabrani ponuditelj će prezentirati naručitelju sve materijale vezane uz završeni dio, te ih u elektronskom obliku i u tri ispisana i uvezena primjerka dostaviti naručitelju.  
Nakon prihvaćanja ispostavljenog od strane naručitelja, ponuditelj započinje sa radom na slijedećoj fazi projekta/predmeta nabave.
- **rok valjanosti ponude:** 30 dana od dana isteka roka za dostavu ponude
- **mjesto izvršenja:** Zagreb
- **rok, način i uvjeti plaćanja:** ponuditelj je obavezan prema naručitelju poslati isključivo eRačun. Obračun i naplata izvršenih usluga obaviti će se nakon potpisom prihvaćenih računa od strane naručitelja, a sve prema stvarno izvršenim količinama usluga iz Troškovnika. Plaćanje od strane naručitelja izvršiti će se po svakoj završenoj fazi projekta.  
Naručitelj se obvezuje ovjereni neprijeporni dio računa isplatiti izvršitelju u roku 15 (petnaest) dana od dana primitka računa, a račun zadnje faze projekta naručitelj će isplatiti ponuditelju u roku od 30 (trideset) dana od usvojene prezentacije zadnje faze.
- **cijena ponude:** cijena ponude piše se brojkama u apsolutnom iznosu i izražava se u eurima. Cijena je nepromjenjiva. Cijena ponude izražava se posebno za svaku fazu projekta i ukupno za cjelokupan predmet nabave. Svaka stavka ponude mora biti iskazana u troškovniku sa i bez poreza na dodanu vrijednost. U cijenu ponude bez poreza na dodanu vrijednost moraju biti uračunati svi troškovi i popusti.
- **kriterij odabira ponude:** uz obvezu ispunjenja svih navedenih uvjeta i zahtjeva - najniža ukupna cijena
- **jezik i pismo na kojem se izrađuje ponuda:** ponuda se zajedno s pripadajućom dokumentacijom izrađuje na hrvatskom jeziku i latiničnom pismu. Ukoliko su neki od traženih dokumenata koje je dostavio ponuditelj izdani na stranom jeziku, ponuditelj je dužan dostaviti i njihov ovjeren prijevod na hrvatski jezik, osim ako je ovim Pozivom određeno drugačije.

#### V. PODACI O PONUDI

##### DOKUMENTI KOJE JE PONUDITELJ DUŽAN DOSTAVITI U PONUDI

**1. Ponudbeni list (ispunjen i potpisan od strane ponuditelja)**

**2. Troškovnik s procjenom troškova za provedbu svake faze i ukupno (ispunjen i potpisan od strane ponuditelja)**

Ukoliko ponuditelj izmijeni troškovnik koji se nalazi u prilogu ovog Poziva (promijeni tekstualni opis, količinu stavki) smatrat će se da je njegova ponuda nepravilna.

Ukoliko troškovnik nije dostavljen, nije ga moguće dopuniti, razjasniti ili upotpuniti bez pregovaranja u vezi s kriterijem za odabir ili ponuđenim predmetom nabave, takvu ponudu naručitelj će odbiti na temelju rezultata pregleda i ocjene.

**3. Dokumenti kojima se dokazuje ispunjavanje uvjeta sposobnosti ponuditelja**

**3.1.** Izvadak iz sudskog, obrtnog, strukovnog ili drugog odgovarajućeg registra koji se vodi u državi članici njegova poslovnog nastana, ne stariji od 3 mjeseca od dana objave ovog Poziva.

**3.2.** Potvrdu Porezne uprave o stanju duga ili istovrijedne isprave nadležnih tijela koja se izdaje u državi članici poslovnog nastana gospodarskog subjekta kojom se mora potvrditi da je ispunio obveze plaćanja dospjelih poreznih obveza i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje, u Republici Hrvatskoj, ako gospodarski subjekt ima poslovni nastan ili u Republici Hrvatskoj i u državi poslovnog nastana gospodarskog subjekta, ako gospodarski subjekt nema poslovni nastan u Republici Hrvatskoj, ne starija od 30 dana od dana objave ovog Poziva, osim ako mu sukladno posebnom propisu plaćanje nije dopušteno ili mu je odobrena odgoda plaćanja. Ako se u državi poslovnog nastana gospodarskog subjekta, odnosno državi čiji je osoba državljanin ne izdaje dokument iz ove točke on može biti zamijenjen 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, ne starijom od 30 dana od dana objave ovog Poziva.

**3.3.** Ponuditelj mora dokazati iskustvo rada na sličnim i jednakovrijednim projektima izvršenih u zadnje dvije godine od godine u kojoj je započeo postupak nabave.

Ponuditelj treba imati minimalno 5 referenci rada na poslovima rebrandinga sa poslovnim subjektima koji su slični i/ili isti po svom poslovanju ili veličini kao i naručitelj.

Popis referenci mora sadržavati sljedeće podatke: naziv klijenta, naziv (opis) projekta, vrijednost usluga, datum izvršenja usluge, a upisuje se na obrazac – „REFERENCE PONUDITELJA“.

Ako je potrebno, naručitelj može zatražiti provjeru istinitosti podataka navedenih u popisu.

**3.4.** Kompetencije i vještine članova tima ponuditelja koji će biti angažirani na projektu: iskustvo ključnih članova tima u području brend strategije (minimalno 1 izvršitelj), dizajna (minimalno 1 izvršitelj), komunikacije (minimalno 1 izvršitelj), upravljanja projektom (minimalno 1 izvršitelj), kroz kraći CV. Članovi moraju imati dokaz o radu na poslovima za koje su zaduženi u timu minimalno 7 godina. Sve traženo upisuje se na obrazac - „KOMPETENCIJE ČLANOVA TIMA PONUDITELJA“, koji je u prilogu dokumentacije.

**3.5.** Plan rada na projektu sa rasporedom rada izvršenja svake faze i metodologijom rada koja će se koristiti. Za ovu stavku ne postoji obrazac, nego će Ponuditelj traženo iskazati opisno.

**3.6.** Rokovi izvršenja svake faze projekta do max 11 tjedana ukupno; svaku fazu naznačiti po tjednima na obrascu – „TERMINSKI PLAN IZVRŠENJA ZA SVAKU FAZU“ .

Tražene dokumente ponuditelji trebaju predati u ponudi. Ukoliko neki od traženih dokumenata iz točke 3. ne bude dostavljen ili bude nepotpun, naručitelj će putem e-pošte od ponuditelja s najpovoljnijom valjanom ponudom prije sklapanja ugovornog odnosa zatražiti dostavu nedostavljenih dokumenata, u primjerenom roku ne kraćem od 5 dana. U slučaju da ponuditelj koji je dostavio najpovoljniju valjanu ponudu navedeno ne dostavi u traženom roku, ponuda istog će biti odbijena.

Predajom ponude smatra se da je ponuditelj upoznat sa svim uvjetima i zahtjevima navedenim u ovom Pozivu, kao i u objavljenim priložima koji se smatraju sastavnim dijelom ovog Poziva.

Ponuditelj se može osloniti na sposobnost drugih gospodarskih subjekata bez obzira na pravnu prirodu njihova međusobna odnosa. Ako se ponuditelj oslanja na sposobnost drugih subjekata, mora dokazati naručitelju da će imati na raspolaganju potrebne resurse za izvršenje predmeta nabave, primjerice prihvaćanjem obveze drugih subjekata da će te (specificirane) resurse staviti na raspolaganje gospodarskom subjektu. Isto se dokazuje: izjavom drugog gospodarskog subjekta da prihvaća staviti vlastite resurse na raspolaganje ponuditelju u svrhu izvršavanja predmeta nabave ili ugovorom o poslovno – tehničkoj suradnji ili ugovorom o djelu, pri čemu treba biti razvidan predmet nabave na koji se navedeno odnosi.

Naručitelj može isključiti ponuditelja iz postupka sukladno odredbama članka 254. Zakona o javnoj nabavi (Narodne novine broj 120/16, 114/22).

#### **4. IZJAVA O PRIJENOSU VLASNIČKIH PRAVA AUTORSKOG DJELA**

Odabrani ponuditelj dužan je prije početka uvođenja u posao dati naručitelju ovjerenu izjavu kod javnog bilježnika kojim se obvezuje po materijalom i kaznenom odgovornošću da će sve podatke o poslovanju naručitelja koje sazna od naručitelja u svrhu izvršenja usluge predmeta nabave smatrati povjerljivim, te ujedno istom izjavom potvrditi da se svi materijali koje preda naručitelju kao rezultat izvršenja usluge predmeta nabave imaju smatrati isključivim vlasništvom naručitelja.

#### **5. JAMSTVO ZA UREDNO ISPUNJENJE NARUDŽBENICE**

Odabrani ponuditelj s kojim će biti sklopljen ugovorni odnos dužan je dostaviti jamstvo za uredno ispunjenje Narudžbenice za slučaj povrede ugovornih obveza iz Narudžbenice u iznosu od 10% od ugovorene cijene (bez PDV-a). Navedeno jamstvo odabrani ponuditelj je dužan dostaviti do dana uvođenja u posao u obliku zadužnice ovjerene po javnom bilježniku. Jamstveni rok teče od dana uvođenja u posao do potpunog izvršenja ugovorne obveze.

Navedeno jamstvo glasi na naručitelja i dostavlja se na adresu naručitelja: Zagrebački velesajma d.o.o., Avenija Dubrovnik 15, Zagreb.

## VI. NAČIN IZRADE I DOSTAVE PONUDE

Dokumentacija za predmet nabave nalazi se u sklopu objave ovoga poziva.

Ponuda se dostavlja u skladu sa slijedećim:

- rok za dostavu ponude: **ponudu je potrebno dostaviti do 12,00 sati dana 12.04.2024.**
- način dostave ponude: osobno ili poštom s naznakom na omotnici *NE OTVARATI – USLUGA IZRADE CJELOVITOG REBRANDING-a SAJMA AMBIENTA KAO PREPOZNTALJIVOG PROIZVODA ZAGREBAČKOG VELESAJMA*
- mjesto dostave ponude: Zagrebački velesajam d.o.o., Avenija Dubrovnik 15, Zagreb

Otvaranje ponuda će se održati dana 12.04.2024. u prostorijama naručitelja na adresi Avenija Dubrovnik 15, Zagreb. Otvaranje ponuda nije javno.

Na omotnici zaprimljenih ponuda, odmah po zaprimanju, djelatnik pisarnice naznačuje urudžbeni broj s radnim brojem zaprimanja, datumom i vremenom zaprimanja.

Sve dokumente koji se prilažu uz ponudu ponuditelji mogu dostaviti u neovjerenoj preslici.

Nakon isteka roka za dostavu ponuda naručitelj može od najpovoljnijeg ponuditelja zatražiti dostavu izvornika ili ovjerenih preslika svih onih dokumenata koji su bili traženi, a koje izdaju nadležna tijela.

Za vrijeme roka za dostavu ponuda ponuditelji mogu zahtijevati dodatne informacije, objašnjenja ili izmjene u vezi s predmetom nabave, a najkasnije dva radna dana prije dana u kojem ističe rok za dostavu ponuda. Ako je zahtjev pravodoban naručitelj će odgovor, dodatne informacije i objašnjenja bez odgode objaviti na isti način kao i poziv za dostavu ponude, pod odgovarajućim postupkom nabave, objaviti odnosno dostaviti odgovor svim zainteresiranim ponuditeljima na e mail adresu navedenu prilikom registracije.

## VII. OSTALO - INFORMACIJE

- **Informacije u vezi s predmetom nabave:** Jurica Cicvarić, e-mail: [jurica.cicvaric@zv.hr](mailto:jurica.cicvaric@zv.hr)
- **Obavijest o rezultatima provedenog postupka:** obavijest o odabranom ponuditelju objavit će se na Službenim stranicama Zagrebačkog velesajma d.o.o., [www.zv.hr](http://www.zv.hr), i putem mail adrese koja je naznačena od strane odabranog ponuditelja.