

**2. IZMJENA
DOKUMENTACIJE O NABAVI**

OTVORENI POSTUPAK

**PREDMET NABAVE:
Usluga odražavanja postojećeg VOIP i CRM
sustava**

ev. broj: 13-18-MV-OP

Zagreb, 12. srpnja 2018.

Sadržaj:

1. IZMJENE DOKUMENTACIJE O NABAVI _____ **3**

IZMJENE DOKUMENTACIJE O NABAVI

Naručitelj u skladu sa Zakonom o javnoj nabavi (NN 120/16, dalje: ZJN2016) mijenja odredbe Dokumentacije o nabavi, te iste izmijenjene glase kako slijedi:

1. U Dokumentaciji o nabavi točka 2.1. Opis predmeta nabave

U točki 2.1. Opis predmeta nabave kod riječi „Aktivnosti uključuju:“ briše se podnavod 3. – „Oblikovanje priprema za tisak i oglašavanje na citylight lokacijama“.

Navedeni dio teksta sada glasi:

„Aktivnosti uključuju:

- Produkciju dva animirana TV oglasa
- Oblikovanje, priprema za tisak i medijski zakup za osam print oglasa
- Oblikovanje, priprema za tisak i distribucija plakata B2
- Oblikovanje, priprema za tisak letka kampanje
- Oblikovanje, priprema za tisak brošure
- Oblikovanje, priprema za tisak roll-up banner
- Oglašavanje kampanje na društvenim stranicama
- Oglašavanje kampanje na web portalima“

2. U Dokumentaciji o nabavi točka 2.3. Tehničke specifikacije i troškovnik

Tehničke specifikacije opisane su u Dodatku 2. Specifikacija predmeta nabave.

Troškovnik je zasebni dokument u .xlsx formatu koje je Naručitelj stavio na raspolaganje potencijalnim ponuditeljima, a objavljen je u Elektroničkom oglasniku javne nabave Republike Hrvatske, te čini sastavni dio ove Dokumentacije. Ponuditelj će, sukladno priloženoj tablici, iskazati jediničnu cijenu kako je prikazano u Troškovniku. Jedinične cijene navode se decimalnim brojem s decimalnim zarezom i 2 (dva) decimalna mjesta. U jedinične cijene moraju biti uračunati svi troškovi i popusti bez PDV-a.

Ponuditelj je u svojoj ponudi dužan koristiti .xlsx predložak koji je Naručitelj stavio na raspolaganje. Ponuditelj je dužan u cijelosti ispuniti troškovnik stavljen na raspolaganje. Nije dopušteno mijenjanje ili korigiranje pojedinih stavki troškovnika.

3. U Dokumentaciji o nabavi točka 4.3. Tehnička i stručna sposobnost mijenja se i glasi:

Naručitelj kao uvjete tehničke i stručne sposobnosti ponuditelja određuje iskustvo ponuditelja i potrebne ljudske i tehničke resurse te iskustvo potrebno za izvršenje ugovora o javnoj nabavi na odgovarajućoj razini kvalitete.

Za potrebe utvrđivanja okolnosti iz ove točke Dokumentacije gospodarski subjekt u ponudi dostavlja:

- **ispunjeni ESPD obrazac (Dio IV. Kriterij za odabir, Odjeljak C: Tehnička i stručna sposobnost: točka 1b, 6 i 10).**

Kao dovoljan dokaz stručne sposobnosti gospodarskog subjekta iz ove točke, Naručitelj će prihvatiti:

a) Popis glavnih usluga pruženih u godini u kojoj je započeo postupak javne nabave (2018) i tijekom tri (3) godina koje prethode toj godini (2015., 2016. i 2017.) koji sadržava vrijednost usluge, datum te naziv druge ugovorne strane

Predmetnim dokazom sposobnosti ponuditelj mora dokazati da je pružio sljedeće usluge vezane uz predmet nabave:

- ▶ najmanje jedna (1), a najviše 6 (šest) izvršenih usluga produkcije kampanje u minimalnoj vrijednosti procijenjene vrijednosti nabave bez PDV-a, a koje su bile cjelovite kampanje integrirane marketinške komunikacije koje uključuju produkciju TV spota, tiskovnih oglasa i sredstava digitalne komunikacije.

Popis mora biti ovjeren pečatom (za gospodarske subjekte iz zemalja u kojima se pečat koristi) i potpisom osobe ovlaštene za zastupanje gospodarskog subjekta.

Gospodarski subjekti prilikom računanja protuvrijednosti za valutu koja je predmet konverzije u HRK koriste srednji tečaj za kunu Hrvatske narodne banke u primjeni na dan objave Dokumentacije o nabavi, odnosno za druge valute koje ne kotiraju na deviznom tržištu u Republici Hrvatskoj koriste mjesečni tečaj Hrvatske narodne banke koji je u primjeni u mjesecu objave Dokumentacije o nabavi.

b) Stručna sposobnost - Stručnjaci

Za potrebe utvrđivanja okolnosti iz ove točke Dokumentacije gospodarski subjekt u ponudi dostavlja:

- **ispunjeni ESPD obrazac (Dio IV. Kriterij za odabir, Odjeljak C: Tehnička i stručna sposobnost: točka 6).**

S obzirom da Naručitelj predmetnu nabavu smatra bitnom za uspješnost projekta, Ponuditelj treba dokazati da raspolaže osobama koje posjeduju stručno znanje i iskustvo potrebno za izvršavanje predmetnih usluga.

Stručnjaci koje je ponuditelj dužan osigurati:

- 1. ključni stručnjak 1 - stručnjak iz područja vođenja marketinških projekata**
- 2. ključni stručnjak 2 - stručnjak na poziciji stratega marketinške komunikacije**
- 3. ključni stručnjak 3 - glavni ilustrator**
- 4. ključni stručnjak 4 - glavni animator**
- 5. ključni stručnjak 5 - stručnjak iz područja grafičkog dizajna**
- 6. ključni stručnjak 6 - stručnjak na poziciji kreativnog direktora**
- 7. ključni stručnjak 7 - skladatelj**

Minimalni uvjeti stručne sposobnosti koje su predloženi stručnjaci dužni zadovoljiti su sljedeći:

- 1. ključni stručnjak 1 - stručnjak iz područja vođenja marketinških projekata**

obrazovanje: visoka stručna sprema ili završen preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili specijalistički diplomski stručni studij

2. ključni stručnjak 2 - stručnjak na poziciji stratega marketinške komunikacije

obrazovanje: visoka stručna sprema ili završen preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili specijalistički diplomski stručni studij

3. ključni stručnjak 3 - glavni ilustrator

obrazovanje: visoka stručna sprema ili završen preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili specijalistički diplomski stručni studij likovnog/umjetničkog usmjerenja (grafički dizajn, likovna akademija i srodni fakulteti).

4. ključni stručnjak 4 - glavni animator

obrazovanje: visoka stručna sprema ili završen preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij ili specijalistički diplomski stručni studij likovnog/umjetničkog usmjerenja (grafički dizajn, likovna akademija i srodni fakulteti).

5. ključni stručnjak 5 - stručnjak iz područja grafičkog dizajna

obrazovanje: minimalno srednja stručna sprema, završena srednja škola u trajanju od 4 godine

6. ključni stručnjak 6 - stručnjak na poziciji kreativnog direktora

obrazovanje: minimalno srednja stručna sprema, završena srednja škola u trajanju od 4 godine

7. ključni stručnjak 7 – skladatelj

obrazovanje: minimalno srednja stručna sprema, završena srednja škola u trajanju od 4 godine

Naručitelj će prije donošenja odluke o odabiru, od ponuditelja koji je podnio ekonomski najpovoljniju ponudu zatražiti da u primjerenom roku, ne kraćem od pet dana, dostavi ažurirane popratne dokumente u skladu s ovom točkom Dokumentacije o nabavi, osim ako već ne posjeduje te dokumente.

Kao dovoljan dokaz stručne sposobnosti gospodarskog subjekta iz ove točke Dokumentacije o nabavi, Naručitelj će prihvatiti sljedeće ažurirane dokumente:

a) Izjavu kojom ponuditelj treba dokazati da ima ili će imati na raspolaganju sve tražene stručnjake koji su ili će biti ugovorno vezani za ponuditelja te će biti na raspolaganju ponuditelju za izvršavanje usluga koje su predmet nabave, za vrijeme trajanja ugovora.

U toj izjavi ponuditelj mora navesti:

- ime i prezime osobe predložene za ulogu stručnjaka s naznakom pozicije za koju se osoba predlaže,
- naznaku obrazovnih i stručnih kvalifikacija za svaku osobu,
- naznaku poslova na kojima je osoba radila i u kojem vremenskom razdoblju,
- navod ponuditelja da ima ili će imati na raspolaganju sve imenovane stručnjake koji su ili će biti ugovorno vezani za ponuditelja te će biti na raspolaganju ponuditelju za izvršavanje usluga koje su predmet nabave.

Izjava treba biti ovjerena pečatom (za gospodarske subjekte iz zemalja u kojima se pečat koristi) i potpisana od ovlaštene osobe za zastupanje gospodarskog subjekta.

Izjavi je potrebno priložiti presliku diplome svakog od stručnjaka i drugih dokaza kojima se dokazuje stečeno obrazovanje stručnjaka.

Iz životopisa predloženog stručnjaka mora biti jasno vidljivo da imenovana osoba zadovoljava minimalne uvjete stručne sposobnosti te kriterije za bodovanje ukoliko je primjenjivo.

Životopis svakog predloženog stručnjaka mora najmanje sadržavati:

- za godine općeg radnog iskustva:

- naziv i sjedište poslodavca,
- period zaposlenja pri poslodavcu (od – do, mjesec i godina),
- ime i prezime kontakt osobe poslodavca, kontakt e-mail i/ili telefon.

Za specifično iskustvo, relevantne projekte u kojima je stručnjak sudjelovao kao dokaz udovoljavanja kriterijima za bodovanje iz ove Dokumentacije, potrebno je najmanje navesti:

- naziv projekta na kojem je stečeno specifično iskustvo,
- kratki opis projekta na kojem je stečeno specifično iskustvo,
- razdoblje provođenja projekta (od – do, mjesec i godina),
- naručitelj projekta/druga ugovorna strana (naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon),
- ulogu koju je osoba imala na projektu i poslove na kojima je osoba radila u sklopu projekta,
- razdoblje sudjelovanja stručnjaka u provođenju projekta (od – do, mjesec i godina),
- URL adresa na kojoj je vidljiva prva stranica rezultata projekta (ako je primjenjivo) ili obrazloženje zašto se ne navodi URL
- Ostale podatke navedene u životopisu.

Napominje se kako jedna imenovana fizička osoba ne može obavljati više od jedne vedene funkcije stručnjaka.

Sve dokaze sposobnosti koji se prilažu i ponuditelji mogu dostaviti u neovjerenoj preslici osim ako nije drugačije navedeno. Neovjerenom preslikom smatra se i neovjereni ispis elektroničke isprave.

Temeljem članka 268. stavka 1. točke 8. Zakona o javnoj nabavi specifično iskustvo ocjenjuje se u okviru Kriterija za odabir ponude.

4. U Dokumentaciji o nabavi točka 6.6 Kriterij odabira ponuda mijenja i glasi:

6.6. Kriterij odabira ponude

Kriteriji za odabir ekonomski najpovoljnije ponude i njihov relativan značaj navedeni su u tablici u nastavku.

| Kriterij | Postotak | Broj bodova |
|-------------------------------|-------------|-------------|
| Cijena | 30% | 30 |
| Stručnjaci | 70% | 70 |
| Maksimalni broj bodova | 100% | 100 |

Opis kriterija i način utvrđivanja bodovne vrijednosti

Bodovi se zaokružuju na dvije decimale po matematičkom pravilu zaokruživanja na više.

Cijena ponude

Naručitelj kao jedan od kriterija određuje cijenu ponude. Cijena ponude određuje se sukladno točki 6.5 ove Dokumentacije.

Bodovanje – cijena:

Maksimalni broj bodova koji ponuditelj može dobiti prema ovom kriteriju je 30 (slovima: trideset). Onaj ponuditelj koji dostavi ponudu s najnižom cijenom dobit će maksimalni broj bodova.

Bodovna vrijednost prema ovom kriteriju izračunava se prema sljedećoj formuli:

$$P = PI / Pt \times 30$$

Objašnjenje:

P = broj bodova koji je ponuda dobila za ponuđenu cijenu (zaokruženo na cijeli broj)

PI = najniža cijena ponuđena u postupku javne nabave

Pt = cijena ponude koja je predmet ocjene

30 = maksimalni broj bodova.

Stručnjaci

Naručitelj kao drugi kriterij određuje specifično iskustvo ključnih stručnjaka kako bi se osigurala uspješna i pravovremena provedba ugovora o pružanju usluga koje su predmet ove nabave. S obzirom na ozbiljnost i složenost projekta za koje će Naručitelj koristiti usluge koje su predmet ovog postupka javne nabave, kao i predviđeno trajanje provedbe projekta, Naručitelj je stava kako je za uspješnu i pravovremenu provedbu projekta nužno da u pružanju usluga koje su predmet ove nabave sudjeluje ponuditelj, odnosno, ključni stručnjaci sa značajnim općim i specifičnim iskustvom, i to upravo kako je navedeno/trажeno u ovoj Dokumentaciji o nabavi.

Za dokazivanje specifičnog iskustva ključnih stručnjaka koje je predmet bodovanja, ponuditelj prilaže životopis ključnog stručnjaka i radove.

Maksimalni broj bodova koji ponuditelj može dobiti po ovom kriteriju je 70 (slovima: sedamdeset). U nastavku je navedeno na koji će se način bodovati specifično iskustvo ključnih stručnjaka.

| Red. br. | Specifično iskustvo ključnih stručnjaka | Kriterij | Bodovi | Ukupno |
|--|---|--|------------------------------|-----------------------|
| Ključni stručnjak 1 – stručnjak u području vođenja marketinških projekata | | | | |
| 1 | Broj godina radnog iskustva u području vođenja marketinških projekata | Manje od 1 godine Do 2 godine 3 – 4 godine | 0 bodova 2 boda 4 boda | Maksimalno 10 boda |

| | | | | |
|--|---|---|---|-------------------------|
| | | 5 – 6 godina 7 – 8 godina Više od 8 godina | 6 bodova 8 bodova 10 bodova | |
| Ključni stručnjak 2 - stručnjak na poziciji stratega marketinške komunikacije | | | | |
| 1 | Broj godina radnog iskustva na poslovima stratega marketinške komunikacije | manje od 1 godine 1 – 2 godine 3 – 4 godine 5 – 6 godina 7 – 8 godina Više od 8 godina | 0 bodova 2 boda 4 boda 6 bodova 8 bodova 10 bodova | Maksimalno 10 bodova |
| Ključni stručnjak 3 - glavni ilustrator | | | | |
| 1. | Broj godina radnog iskustva u području ilustracije, grafičkog dizajna ili likovne umjetnosti (slikarstvo i grafika) što se dokazuje priloženim životopisom | manje od 1 godine 1 – 2 godine 3 – 4 godine 5 – 6 godina 7 – 8 godina Više od 8 godina | 0 bodova 1 bod 2 boda 3 boda 4 boda 5 bodova | Maksimalno 5 bodova |
| 2. | Broj radova s područja ilustracije, grafičkog dizajna ili likovne umjetnosti (slikarstvo i grafika), što se dokazuje priloženim portfoliom radova u .pdf ili .jpg formatu | Manje od 5 radova 5 – 9 radova 10 – 14 radova 15 – 19 radova 20 – 24 rada 25 i više radova | 0 bodova 1 bod 2 boda 3 boda 4 boda 5 bodova | Maksimalno 5 bodova |
| Maksimalni broj bodova za Ključnog stručnjaka 3: | | | Maksimalno 10 bodova | |
| Ključni stručnjak 4 - glavni animator | | | | |
| 1. | Broj godina radnog iskustva na poslovima video animacije | Manje od 1 godine 1 – 2 godine 3 – 4 godine 5 – 6 godina 7 – 8 godina Više od 8 godina | 0 bodova 1 bod 2 boda 3 boda 4 boda 5 bodova | Maksimalno 5 bodova |
| 2. | Broj završenih projekata na poslovima video animacije | do 2 projekta 3 – 5 projekata 6 – 8 projekata 9 - 11 projekata 12 – 14 projekata 15 i više projekata | 0 bodova 1 bod 2 boda 3 boda 4 boda 5 bodova | Maksimalno 5 bodova |
| Maksimalni broj bodova za Ključnog stručnjaka 4: | | | Maksimalno 10 bodova | |
| Ključni stručnjak 5 - stručnjak iz područja grafičkog dizajna | | | | |
| 1 | Broj godina radnog iskustva u području grafičkog dizajna | Manje od 1 godine 1 – 2 godine 3 – 4 godine 5 – 6 godina 7 – 8 godina Više od 8 godina | 0 bodova 2 boda 4 boda 6 bodova 8 bodova 10 bodova | Maksimalno 10 bodova |
| Ključni stručnjak 6 - stručnjak na poziciji kreativnog direktora | | | | |
| 1 | Broj godina radnog iskustva na poziciji kreativnog direktora | Manje od 1 godine 1 – 2 godine 3 – 4 godine 5 – 6 godina 7 – 8 godina Više od 8 godina | 0 bodova 1 bod 2 boda 3 boda 4 boda 5 bodova | Maksimalno 5 bodova |
| 2 | Broj godina radnog iskustva u industriji oglašavanja | Manje od 1 godine 1 – 2 godine 3 – 4 godine 5 – 6 godina 7 – 8 godina Više od 8 godina | 0 bodova 1 bod 2 boda 3 boda 4 boda 5 bodova | Maksimalno 5 bodova |
| Maksimalni broj bodova za Ključnog stručnjaka 6: | | | Maksimalno 10 bodova | |

| Ključni stručnjak 7 – skladatelj | | | | |
|--|--|---|---|---------------------------------|
| 1. | Broj godina radnog iskustva na poslovima skladatelja (za poslove TV i/ili radijskih reklama i/ili špica i/ili jinglova) što se dokazuje priloženim životopisom | Manje od 1 godine Do 2 godine 3 – 4 godine 5 – 6 godina 7 – 8 godina Više od 8 godina | 0 bodova 1 bod 2 boda 3 boda 4 boda 5 bodova | Maksimalno 5 bodova |
| 2. | Broj TV i/ili radijskih reklama i/ili špica i/ili jinglova, što se dokazuje priloženim popisom TV i/ili radijskih reklama i/ili špica i/ili jinglova | Manje od 5 radova 5 – 9 radova 10 – 14 radova 15 – 19 radova 20 – 24 rada 25 i više radova | 0 bodova 1 bod 2 boda 3 boda 4 boda 5 bodova | Maksimalno 5 bodova |
| Maksimalni broj bodova za Ključnog stručnjaka 7: | | | Maksimalno 10 bodova | |
| Ukupni broj bodova | | | | Maksimalno 70 bodova |

5. U Dokumentaciji o nabavi točka 7.7 Posebni uvjeti za izvršenje ugovora dodaje se dio koji glasi:

S obzirom na opseg i složenost aktivnosti, ponuditelj može po potrebi angažirati i dodatno osoblje (ostali stručnjaci) koje će mu pomoći u izvršenju predmeta nabave. Podatke o tom osoblju (životopis i sl.) nije potrebno prilagati u ponudi; odabrani ponuditelj će ovo osoblje angažirati, ako mu se za tim ukaže potreba, tijekom provedbe ugovora.

Svi troškovi ostalih stručnjaka koje ponuditelj možda planira angažirati za potrebe provedbe ugovora, uz stručnjake koje je naručitelj odredio u dokumentaciji o nabavi kao obvezne, moraju biti uključeni u ponudu ponuditelja odnosno u cijenu izraženu u troškovniku i ponudi u sklopu ovog postupka javne nabave.

Odabrani ponuditelj mora za potrebe provođenja usluga iz predmeta ove nabave osigurati vlastiti prostor koji odgovara zahtjevima i potrebama pojedinih aktivnosti sukladno ovoj Dokumentaciji.

Opremu potrebnu za provođenje usluga iz predmeta ove nabave osigurava odabrani ponuditelj.

Nadalje, odabrani ponuditelj će osigurati da su njegovi stručnjaci adekvatno podržani i opremljeni. Svi izdaci za administrativnu i logističku podršku osoblja, kao i svi ostali troškovi u sklopu izvršavanja usluga iz ovog predmeta nabave moraju biti uključeni u ponudbenu cijenu.

Ponuditelj je dužan ishoditi sve potrebne dozvole, suglasnosti, plaćati sve naknade i doprinose, kao i sve druge elemente potrebne za rad svog stručnog osoblja koje on angažira o svom trošku za izvršenje ovog ugovora.

6. U Dokumentaciji o nabavi Dodatak 2. mijenja se i glasi:

9 DODATAK 2 – Specifikacija predmeta nabave

SPECIFIKACIJA PREDMETA NABAVE

Naručitelj u tablici pobiže opisuje predmet nabave, količinu i dinamiku vremena isporuke.

| R.b. | Stavka | Specifikacija | Količina | Vrijeme isporuke |
|------|--|--|----------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Produkcija animiranog spota u trajanju do 30 sekundi | Za izradu ilustracija i animacije bit će u sklopu ponude potrebno osigurati jednostavno snimanje pokreta osoba iz oba TV spota koristeći rekvizite i dodatno osvjetljenje. <i>Napomena: Za bolje razumijevanje naručitelj upućuje zainteresirane gospodarske subjekte da pogledaju najavu filma Loving Vincent zbog u toj najavi korištene tehnike snimanja</i> | 2 | Studeni 2018. |
| 1.1. | Ilustracija za TVC 1 i TVC 2 | Ilustracija treba izgledati u stilu hrvatske naive, kao da je slikana u tradicionalnoj tehnici slikanja uljem na staklu oponašajući vjerno ovaj slikarski stil korištenje digitalnih tehnika. Ručno slikanje pomoću digitalne tehnike imitira slikarski stil hrvatske naive. | | |
| | Ilustracija ključnih vizuala i predložaka za izradu animacije za TVC | Izrada referentne ilustracije koja će služiti kao ogledni primjer svim ostalim ilustracijama. Ilustracije za tiskane oglase i glavne kadrove animacije (key frame-ove) izrađuje glavni ilustrator. | 2 | Rujan 2018. |
| | Ključna inbetween ilustracija za TVC 1 i TVC 2 | Izrada in between ilustracija – glavni kadrovi animacije. Za svaki TVC izrađuju se tri (3) ključne in between ilustracije. | 6 | Studeni 2018. |
| | Sporedne ilustracije za TVC | Izrada ilustracija – sporednih sličica koje se nalaze između glavnih kadrova animacije. Za svaki TVC procjenjuje se izrada 144 ilustracija (12 sekundi puta 12 sličica po sekundi). | 288 | Studeni 2018. |
| | Grafičko oblikovanje telopa za TVC | Grafičko oblikovanje telopa (grafičke ilustracije na ekranu u formi statične slike) s komunikacijom glavne poruke kampanje, nositelja CERT.hr-a i izvora financiranja. | 2 | Studeni 2018. |
| 1.2. | Animacija spota | Animacija se sastoji od nekoliko dijelova: 1. Snimana referenca pokreta - visoko kvalitetni snimak u 4k rezoluciji, kostimografski stiliziran kako bi animatori mogli odvojiti potrebne elemente anatomije tijekom igranog pokreta. Chromakey tehnika se koristi za odvajanje pozadine od subjekata. 2. Analiza i izdvajanje elemenata pokreta - proces digitalnog obrađivanja referentne snimke i izdvajanja ključnih elemenata igranog pokreta te prenošenje njihovih dvodimenzionalnih projekcija u post-produkcijsku fazu. 3. Rekonstrukcija pokreta u specifičnoj stilskoj tehnici - korištenjem dvodimenzionalne ili trodimenzionalne | 2 | Studeni 2018. |

| | | | | |
|------|---------------------------------------|---|---------|---------------|
| | | animacije, ovisno o potrebi, kreiranje i rekonstrukcija pokreta prenesenih iz referentne snimke u izgledom i dojmom odgovarajuću slikarsku tehniku. Pri tome se vodi računa o animiranim teksturama pojedinih ploha koje moraju zadovoljavati kvalitetu kako bi se neprimjetno uklopile u originalni slikani materijal. | | |
| 1.3. | Audio produkcija | Izrada glazbene podloge za TV oglase. U tu svrhu bit će angažiran skladatelj koji će prema dogovoru s autorom kreativnog koncepta, a u suradnji s drugim glazbenicima izraditi glazbu koja odgovara stilu i svrsi kampanje. Glazbena produkcija obuhvaća snimanje spikera te skladanje, produkciju, miksiranje i mastering autorske glazbe u trajanju do 30 sekundi tj. podrazumijeva kompletnu audio produkciju za projekt (s obzirom da se radi o animaciji). Audio produkcija se odvija u nekoliko koraka sljedećim redoslijedom: skladanje, snimanje pjesme, glazbeni miks, snimanje spikera, broadcasting miks i mastering. Trošak najma studija obuhvaćen je ovim stavkama. | | Studeni 2018. |
| | Skladanje glazbene podloge | Skladanje pjesme po narudžbi naručitelja. Žanr, aranžman i generalni glazbeni "osjećaj" su stavke koje se dogovaraju s autorom kreativnog koncepta. | 1 | Studeni 2018. |
| | Snimanje pjesme | Snimanje glazbenika u tonskom studiju. | 1 | Studeni 2018. |
| | Izrada glazbenog miksa | Skladana pjesma se miksa u tonskom studiju i prilagođava željenom trajanju spota. | 1 | Studeni 2018. |
| | Snimanje spikera | Snimanje spikera (voice over) u tonskom studiju. | 1 | Studeni 2018. |
| | Izrada Broadcasting miksa i Mastering | Broadcasting miks obuhvaća miks gotove pjesme s tonom spikera. Priprema za broadcasting (audio materijali se moraju pripremiti za TV postaje sukladno njihovim audio specifikacijama). | 1 | Studeni 2018. |
| 1.4. | Producent | Producent će organizirati, voditi, koordinirati i nadgledati tijekom rada svih segmenata kampanje. Koordinacija se odnosi na komunikaciju sa svim dionicima - ilustratorima i animatorom, skladateljem, spikerom, te autorom koncepta. Producent prati i regulira tijekom razvoja kampanje unutar dogovorenih rokova i raspoloživog troškovnika. U dogovoru s ilustratorom i animatorom utvrdit će u kojim sekvencama će biti najbolje animirati nacrtane ilustracije te prelaziti na naredni korak produkcije. | 24 sata | |
| 1.5. | Kreativni direktor / redatelj | Kreativni direktor upravlja izvedbenim procesima cijele kampanje, povezuje faze produkcije kampanje. Nadzire produkciju kampanje. | 24 sata | |

| | | | | |
|-----------|--|---|---------|----------------|
| 1.6. | Strateški direktor | Nadzire izvršenje strategije komunikacije. | 12 sati | |
| 2. | Produkcija tiskanih materijala | | | |
| 2.1. | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje ključnog vizuala za tiskane materijale | Ključni vizual 1 za print materijale koji će se koristiti kao prvi motiv u projektno definiranim kanalima komunikacije. Ključni vizual 2 za print materijale koji će se koristiti kao drugi motiv u projektno definiranim kanalima komunikacije. | 2 | Listopad 2018. |
| 2.2. | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak, izrada .pdf i ePub verzije za web - letak kampanje | Letak A5, 2 strane - Papir: kunstdruck 250g/m2 - Tisak: 4/4 - Dimenzije: A5 - Opseg: 2str. - Dorada: rezanje na format | 2 | Listopad 2018. |
| | Tisak i dostava letka kampanje | Tisak i dostava letka na adresu Naručitelja. | 5000 | Listopad 2018. |
| 2.3. | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak roll-up banner | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje roll-up banner s komunikacijom glavne poruke kampanje, nositelja CERT.hr-a i izvora financiranja. Veličina 100x200 | 1 | Listopad 2018. |
| | Tisak, roll-up mehanizam i dostava | Tisak i dostava roll-up banner na adresu Naručitelja. | 2 | Listopad 2018. |
| 2.4. | Brošura 1 | | | |
| | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak, izrada .pdf i ePub verzije za web | Brošura A5 - Papir: kunstdruck 150g/m2 - Tisak: 4/4 - Dimenzije: A5 - Opseg: opseg se utvrđuje prema konkretnom sadržaju, do 32 str. - Dorada: rezanje na format | 1 | Prosinac 2018. |
| | Tisak i dostava brošure 1 | Tisak i dostava brošure na adresu Naručitelja. | 3000 | Prosinac 2018. |
| 2.5. | Brošura 2 | | | |
| | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak, izrada .pdf i ePub verzije za web | .pdf i ePub verzije za web brošure 2 (do 16 str.) | 1 | Prosinac 2018. |
| 2.6. | Brošura 3 | | | |
| | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak, izrada .pdf i ePub verzije za web | .pdf i ePub verzije za web brošure 3 (do 8 str.) | 1 | Prosinac 2018. |
| 2.7. | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak plakata B2 | Plakat B2 - Papir: kunstdruck 150g/m2 - Tisak: 4/0 - Dimenzija: B2 - Dorada: rezanje na format | 1 | |
| | Tisak i dostava | Tisak i dostava plakata na adresu Naručitelja. | 2000 | Studeni 2018. |

| | | | | |
|-----------|---|--|--|---|
| | Tisak plakata s kaširanjem i dostava | Tisak, kaširanje i dostava plakata na adresu Naručitelja. | 100 | Studen 2018. |
| 2.8. | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak - Photo wall | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak i rezanje forex ploča s vizualom kampanje s izrezom za glavu B0 format 140x100 | 1 | |
| | Izrada photo wall i dostava | Tisak, rezanje i dostava | 10 | Prosinac 2018. |
| 2.9. | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje i priprema za tisak - #poruka kampanje | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje, priprema za tisak i rezanje na forex ploči B3 (50x35cm) | 1 | |
| | Izrada #poruka kampanje | Tisak, rezanje i dostava # poruka kampanje | 60 | Studen 2018. |
| 2.10. | Poruka kampanje na gotovim proizvodima | | | |
| | USB-stick | Memorija USB 2.0 Stick, Kapacitet 32GB, tisak poruke kampanje na proizvodu i dostava na adresu Naručitelja | 300 | Prosinac 2018. |
| | Majica hoodica | Majica-hoodica s kapuljačom s tiskanim motivom poruke kampanje, dostava na adresu Naručitelja, više veličina (S - 20, M - 60, L - 60, XL - 60) | 50 | Prosinac 2018. |
| 3. | Web produkcija | | | Listopad 2018. |
| 3.1. | Izrada i produkcija elemenata weba | | | |
| | Wireframe (skica) weba | Definiranje i izrada modela svih potrebnih stranica i elemenata stranica | 1 | Prosinac 2018. |
| | Webdizajn | Responzivni layout, prijedlog predloška početne stranice, predložak unutarnjih stranica, predložak članka, dizajn nekoliko dodatnih modula (galerija, anketa, web obrazac) | 1 | Prosinac 2018. |
| 3.2. | Izrada elemenata za društvene mreže | | | |
| | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje elemenata za društvene mreže | Profilna slika za Facebook, cover slika za Facebook, profilna slika za Twitter, cover slika za Twitter, pozadina za Twitter), prilagodba na format s pisanjem tekstova | 10 | Listopad 2018. – Travanj 2019. |
| 3.3. | Izrada web banner | | | |
| | Idejno, sadržajno i grafičko oblikovanje web banner | Programiranje jednostavnih web banner za portale - Veličine 728x90px (3 flash banner) i 300x250px (2 statična i 2 flash banner) | 8 | Listopad 2018.- Ožujak 2019. |
| 4. | Medijsko oglašavanje – medijski zakup | | | |
| 4.1. | Zakup TV prostora u vremenu 18-22 sata | Emitiranje TVC 1 i 2, u terminu od 18-22 sata, | bruto vrijednosti medijskog prostora prije PDV-a do 300.000,00 HRK | Studen 2018. – Travanj 2019. |

| | | | | |
|------|---|---|-----------|---------------------------------------|
| 4.2. | Zakup WEB prostora - banneri | Web banneri postavljeni na općim Internet portalima i specijaliziranim Internet portalima | 3.620.000 | Studen 2018. – Travanj 2019. |
| 4.3. | Zakup medijskog prostora na društvenim mrežama / video servisima | | | |
| | Plaćeni oglas (promidžbena objava) na društvenim mrežama Facebook | Usluga oglašavanja za postizanje potencijalne vidljivosti do 700.000 korisnika (prema definiranim ciljnim skupinama u komunikacijskoj strategiji) – objava skraćene inačice informativnog videa | 3 | Studen 2018. – travanj 2019. |
| | Twitter kampanja promoviranja objava | Kampanja vrijednosti 20 tisuća HRK, vrijednost oglasnog prostora i upravljanja | 1 | Studen 2018. – travanj 2019. |
| | Oglašavanje na YouTube video servisu | Kampanja vrijednosti 20 tisuća HRK koja uključuje oglašavanje na YouTube video servisu, vrijednost oglasnog prostora i upravljanja | 2 | Studen 2018. – travanj 2019. |
| | Oglašavanje na GDN (Google Display Network) | Kampanja vrijednosti 10 tisuća HRK koja uključuje oglašavanje na GDN (Google Display Network), vrijednost oglasnog prostora i upravljanja | 2 | Studen 2018. – travanj 2019. |

7. U Dokumentaciji o nabavi Dodatak 4. mijenja se i glasi:**DODATAK 4 – PREDLOŽAK ŽIVOTOPISA****ŽIVOTOPIS**

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

Obrazovanje*

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

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

*Prema potrebi dodati tablicu za obrazovanje ili obrisati suvišnu.

Radno iskustvo*

| | |
|---|--|
| Razdoblje zaposlenja (<i>od – do, mjesec i godina</i>) | |
| Poslodavac (<i>naziv, adresa, ime i prezime kontakt osobe poslodavca, kontakt e-mail i/ili telefon</i>) | |
| Radno mjesto | |
| Glavni poslovi i odgovornosti u područjima traženim u točki 4.3.b ove DoN | |
| Dokazi (ovdje pobrojati, preslike u | |

| | |
|--|--|
| prilogu životopisa ako su potrebne) | |
| 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 područjima traženim u točki 4.3.b ove DoN | |
| Dokazi (ovdje pobrojati, preslike u prilogu životopisa ako su potrebne) | |

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

Specifično iskustvo *

| Ključni stručnjak 1 – stručnjak u području vođenja marketinških projekata | Radno iskustvo na području vođenja marketinških projekata - kumulativno (od – do, mjesec i godina) | Naručitelj projekta / druga ugovorna strana (naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon) |
|---|--|---|
| Radno iskustvo (*dodati retke za opis pojedinog radnog iskustva) | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Upisati kumulativni iznos radnog iskustva u formatu broj godina i mjeseci | | |

| Ključni stručnjak 2 – stručnjak na poziciji stratega marketinške komunikacije | Radno iskustvo na poziciji stratega marketinške komunikacije - kumulativno (od – do, mjesec i godina) | Naručitelj projekta / druga ugovorna strana (naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon) |
|--|---|---|
| Radno iskustvo (*dodati retke za opis pojedinog radnog iskustva) | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Upisati kumulativni iznos radnog iskustva u formatu broj godina i mjeseci | | |

| Ključni stručnjak 3 - glavni ilustrator | Radno iskustvo na području ilustracije, grafičkog dizajna ili likovne umjetnosti (slikarstvo i grafika) - kumulativno (od – do, mjesec i godina) | Naručitelj projekta / druga ugovorna strana (naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon) |
|---|--|---|
| Radno iskustvo (*dodati retke za opis pojedinog radnog iskustva) | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Upisati kumulativni iznos radnog iskustva u formatu broj godina i mjeseci | | |

| | |
|--|---|
| | Radovi s područja ilustracije, grafičkog dizajna ili likovne umjetnosti (slikarstvo i grafika) – pobrojati ovdje, a u prilog životopisa dostaviti portfolio u .pdf ili .jpg formatu |
| Radovi s područja ilustracije, grafičkog dizajna ili likovne umjetnosti (*dodati retke za upis pojedinog rada) | 1. |
| | 2. |
| | 3. |
| | . |
| | . |
| Ukupan broj radova | |

| Ključni stručnjak 4 - glavni animator | Radno iskustvo na poslovima video animacije (od – do, mjesec i godina) | Naziv završenog projekta na poslovima video animacije Naručitelj projekta / druga ugovorna strana (naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon) |
|---|--|--|
| Radno iskustvo (*dodati retke za opis pojedinog radnog iskustva) | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Upisati kumulativni iznos radnog iskustva u formatu broj godina i mjeseci | | |
| | Završeni projekti na poslovima video animacije | |
| Završeni projekti na poslovima video animacije (*dodati retke za upis pojedinog rada) | 1. | |
| | 2. | |
| | 3. | |
| | . | |
| | . | |
| Ukupan broj radova | | |

| Ključni stručnjak 5 - stručnjak iz područja grafičkog dizajna | Radno iskustvo na području grafičkog dizajna - kumulativno (od – do, mjesec i godina) | Naručitelj projekta / druga ugovorna strana (naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon) |
|---|---|---|
| Radno iskustvo (*dodati retke za opis pojedinog radnog iskustva) | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Upisati kumulativni iznos radnog iskustva u formatu broj godina i mjeseci | | |

| Ključni stručnjak 6 - stručnjak na poziciji kreativnog direktora | Radno iskustvo na poziciji kreativnog direktora - kumulativno (od – do, mjesec i godina) | Naručitelj projekta / druga ugovorna strana (naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon) |
|---|--|---|
| Radno iskustvo (*dodati retke za opis pojedinog radnog iskustva) | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Upisati kumulativni iznos radnog iskustva u formatu broj godina i mjeseci | | |
| | Radno iskustvo u industriji oglašavanja - kumulativno | Naručitelj projekta / druga ugovorna strana (naziv i |

| | (od – do, mjesec i godina) | sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon) |
|---|----------------------------|--|
| Radno iskustvo (*dodati retke za opis pojedinog radnog iskustva) | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Upisati kumulativni iznos radnog iskustva u formatu broj godina i mjeseci | | |

| Ključni stručnjak 7 - skladatelj | Radno iskustvo na poslovima skladatelja (za poslove TV i/ili radijskih reklama i/ili špica i/ili jinglova) (od – do, mjesec i godina) | Naziv završenog projekta na poslovima skladatelja Naručitelj projekta / druga ugovorna strana (naziv i sjedište, ime i prezime kontakt osobe, kontakt e-mail i/ili telefon) |
|---|---|--|
| Radno iskustvo (*dodati retke za opis pojedinog radnog iskustva) | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| Upisati kumulativni iznos radnog iskustva u formatu broj godina i mjeseci | | |
| | Završeni projekti na poslovima skladatelja | |
| | 1. | |

| | |
|--|----|
| Završeni projekti na poslovnima TV i/ili radijskih reklama i/ili špica i/ili jinglova, što se dokazuje priloženim popisom TV i/ili radijskih reklama i/ili špica i/ili jinglova (*dodati retke za upis pojedinog rada) | 2. |
| | 3. |
| | . |
| Ukupan broj radova | . |

**Prema potrebi izabrati tablicu ovisno o nominaciji stručnjaka, dodati/izbrisati tablicu za nepotrebno specifično iskustvo, dodati potrebne redove*

Ostale relevantne informacije (neobavezno polje)

8. Troškovnik

Naručitelj stavlja ovim Izmjenama na raspolaganje potencijalnim ponuditeljima novi zasebni dokument Troškovnik u .xlsx formatu koji objavljuje u Elektroničkom oglasniku javne nabave. Tako objavljeni Troškovnik čini sastavni dio ove Dokumentacije.

Svi ostali uvjeti ostaju nepromijenjeni.