**UVODNA NAPOMENA: U nastavku slijede pitanja upućena od strane zainteresiranih ponuditelja u projektu SMOPHT 2021.-2025., s pripadajućim odgovorima (u integralnom obliku, na način kako su primljeni/upućeni zainteresiranim ponuditeljima), citirani kronološki, prema datumu upućivanja odgovora (bez navođenja naziva zainteresiranih ponuditelja/zajednica ponuditelja).**

**INTRODUCTORY NOTE: The following are questions asked by the potential bidders in the project SMOPHT 2021-2025, with the corresponding answers (in integral form, in the way they were received / addressed to potential bidders), cited chronologically, according to the date of sending the answers (without specifying names of interested bidders / group of economic operators).**

**++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++++**

1. Za potrebe utvrđivanja tehničke sposobnosti, točka 12.3.Tehnička i stručna sposobnost, podtočka 12.3.1.Tehnička sposobnost, Ponuditelj sposobnost treba dokazati dostavljanjem točno ispunjenog i potpisanog obrasca odnosno Popisa ugovora za usluge koje je ponuditelj izvršio u posljednjih deset godina (Prilog 3.) Uz Popis ugovora ste u predmetnom natječaju kao prilog dostavili i Prilog 4. POTVRDA NARUČITELJA USLUGA O UREDNOM ISPUNJENJU UGOVARA KOJIMA SU PRUŽENE ZNAČAJNE USLUGE NAVEDENE PREDMETOM NABAVE U POSLJEDNJIH DESET GODINA (2010.-2020.). S obzirom na trenutnu epidemiološku situaciju, molimo Vas promjenu tražene točke na način da je dovoljno dokazati Tehničku sposobnost Popisom ugovora (sukladno Prilogu 3.) kojeg pod materijalnom i kaznenom odgovornošću daje osoba po zakonu ovlaštena za zastupanje Ponuditelja. Naime, većina naših klijenata radi od kuće i nismo sigurni da će biti u mogućnosti/biti voljni ići do ureda da bi nam osigurali pečat i potpis na Potvrdi Naručitelja odnosno Prilogu 4. Također, naši podizvoditelji/članovi zajednice gospodarskog subjekta također nisu u mogućnosti ići do ureda skenirati ugovore kao dokaz urednog ispunjenja ugovora kojima su pružene značajne usluge navedene predmetom nabave u posljednjih deset godina a kojima jamčimo da zadovoljavamo uvjete navedene u ovoj točki. Stoga Vas lijepo molimo za razumijevanje te molimo ublažavanje traženih kriterija kako je gore predloženo.

*Imajući u vidu dostatan rok za prikupljanje natječajne dokumentacije, činjenicu da je natječajem omogućena dostava većine dokumenata u preslikama, kao i mogućnost da se kao alternativa obrascu Prilog 4. dostave preslike ugovora o projektu koji je potpisao odgovarajući ovlašteni predstavnik svake od ugovornih strana, ukoliko oni sadržajno odgovaraju, odnosno, sadržavaju sve podatke navedene u obrascu Prilog 4.  (prilikom dostave preslika ponuditelj može zacrniti dijelove koje smatra poslovnom tajnom, npr. cijenu, osobne podatke i sl., a koji ne utječu na dokazivanje sposobnosti iz predmetne točke) od navedenog natječajnog uvjeta nismo u mogućnosti odstupiti. Također, napominjemo kako će se pravovaljanim dokazom smatrati i dokumenti potpisani digitalnim potpisom.*

1. Molim Vas još samo potvrdu kako ćemo, u slučaju slanja skena ugovora, dokazati da su usluge uredno isporučene (rečenicu sadržava template Priloga 4.)

*U slučaju podnošenja preslike ugovora kao reference u predmetnoj točki HTZ može kao dostatan dokaz prihvatiti dodatni e-mail, kojim Naručitelj potvrđuje uredno ispunjenje svakog tako podnesenog ugovora, a zadržava i pravo provjere navedenog direktno s drugom ugovornom stranom.*

*Dodatno, skrećemo vam pažnju na predviđenu mogućnost traženja pojašnjenja ili upotpunjavanja dokumentacije kako je definirano u točki 14.9. natječajne dokumentacije: „U postupku pregleda i ocjene ponuda Naručitelj može pozvati Ponuditelje da u primjerenom roku, koji ne smije biti kraći od 5 niti dulji od 10 kalendarskih dana, pojašnjenjem, ili upotpunjavanjem u vezi s dokumentima traženim u odnosu na postojanje razloga isključenja i uvjeta sposobnosti te certifikata o sukladnosti s određenim normama, ukloni pogreške, nedostatke ili nejasnoće koje se mogu ukloniti, pri čemu se pojašnjenje ili upotpunjavanje u vezi s navedenim dokumentima ne smatra izmjenom ponude, odnosno pojašnjenje ne smije rezultirati izmjenom ponude (ako su ti uvjeti postavljeni u ovoj dokumentaciji za nadmetanje).“*

1. Ljubazno molimo odgovor ukoliko je nositelj ponude kompanija iz inozemstva, kako se u tom slučaju prilaže Jamstvo za ozbiljnost ponude u iznosu od 3%.

*Prema točki 15.1. natječajne dokumentacije, jamstvo za ozbiljnost ponude može biti bjanko zadužnica, ukoliko ponuditelj nije u mogućnosti dostaviti bjanko zadužnicu jamstvo ozbiljnosti ponude može biti novčani polog u korist Hrvatske turističke zajednice.*

*„Točka 15.1.*

*Ponuditelj je dužan dostaviti jamstvo za ozbiljnost ponude u iznosu od 3% procijenjene vrijednosti nabave bez PDV-a. Jamstvo za ozbiljnost ponude iznosi 108.000,00 kn. Jamstvo za ozbiljnost ponude je jamstvo za slučaj odustajanja Ponuditelja od svoje ponude u roku njezine valjanosti, dostavljanja neistinitih podataka, nedostavljanja ili kašnjenja sa dostavom izvornika ili ovjerenih preslika kada je dostava takvih dokaza propisana, ili kada to naknadno zatraži Naručitelj te odbijanja potpisivanja ugovora, odnosno, nedostavljanja jamstva za uredno izvršenje ugovora.*

*Jamstvo za ozbiljnost ponude dostavlja se u neoštećenom izvorniku i mora biti u obliku valjane bjanko zadužnice izdane i popunjene u skladu s važećim zakonskim i pod zakonskim propisima (Ovršnom zakonu i Pravilniku o obliku i sadržaju bjanko zadužnice).*

*Jamstvo za ozbiljnost ponude čini sastavni dio ponude uvezene u cjelinu, a potrebno ga je uložiti u PVC fascikl (zbog obveze vraćanja istog) koji je potrebno osigurati naljepnicom s pečatom Ponuditelja (ako je primjenjivo) od neovlaštenog vađenja sa strane koja je otvorena. Ako se, iz bilo kojeg razloga, pomiče rok za dostavu ponuda, potrebno je sukladno tome uskladiti i važenje jamstva.*

*Umjesto bjanko zadužnice, Ponuditelj može uplatiti novčani polog u traženom iznosu u korist Hrvatske turističke zajednice, IBAN Naručitelja: HR4224020061100957129, Model: 00, Poziv na broj: OIB Ponuditelja uplatitelja, opis plaćanja: Jamstvo za ozbiljnost ponude, SMOPHT.*

*Ako Ponuditelj na ime jamstva za ozbiljnost ponude uplati novčani polog, obvezan je u ponudi dostaviti dokaz o uplati (npr. skenirana potvrda o provedenoj uplati).*

*Naručitelj će odabranom Ponuditelju vratiti jamstvo za ozbiljnost ponude (bjanko zadužnicu ili novčani polog) nakon dostave jamstva za uredno izvršenje ugovora o nabavi (bankarska garancija ili novčani polog), a najkasnije u roku od 10 dana od dana zaprimanja istog ili u drugačijem roku prema dogovoru s odabranim Ponuditeljem.*

*U slučaju da je jamstvo za ozbiljnost bio novčani polog, povrat istog za Ponuditelje koji nisu odabrani izvršit će se u roku od 20 dana od dana donošenja odluke o odabiru, a u slučaju da kao jamstvo Ponuditelj prilaže bjanko zadužnicu istu može osobno preuzeti odmah po donošenju odluke o odabiru. Naručitelj će sve Ponuditelje o donošenju odluke o odabiru obavijestiti putem elektroničke pošte.“*

1. U slučaju konzorcija hrvatskih i stranih kompanija, da li je moguće da strana kompanija dostavi svoj dio dolje navedene dokumentacije na engleskom jeziku, a hrvatske na hrvatskom jeziku:
2. Pravna i poslovna sposobnost
3. Financijska sposobnost
4. Tehnička sposobnost
5. Stručna sposobnost

*Dokumenti kojima se u natječaju dokazuju različiti oblici sposobnosti (pravna i poslovna, financijska, tehnička i stručna sposobnost) mogu se dostaviti na hrvatskom za domaće tvrtke i engleskom jeziku za strane tvrtke.*

1. Thank you very much for providing the English version of the bid. We have studied it carefully. Can we schedule a time for a Zoom conversation about questions? The current structure of the bid doesn’t allow consortium of experts from different countries to participate. We do have  experts that have done global work in 30 countries, but we are not legally binded as one company. We have won already  business from other governments with similar public bids. Since the world’s economy these days is working with different business models, the bid language fits only large companies based in one location. May we discuss? Please advise.

*In accordance with the tender documentation all communication with regard to the subject matter of the procurement and prior to submitting a tender, shall be carried out exclusively in writing, at the e-mail address natjecaj.smopht@htz.hr. The Contracting Entity shall not respond to questions delivered in any different manner or to another email address.*

*If you could please let us know about the questions you had and topics you wished to discuss by e-mail.*

*However, please bear in mind that requirements for economic operators’ (tenderers’) capacity and evidence of capacity in the tender documentation cannot be changed.*

1. Overall Project objectives - We understand that the brand “full of life” was a great success in helping diversify your messaging, away from the “sun and sea” attributes that have been associated with Croatia. Can you share specific areas and categories (wellness, nature, gastronomy…) that you want to prioritize in the years to come, in line with your strategy?

*Information regarding the tourist products could be found in Strategic marketing plan for period 2014 – 2020 which can be accessed on the following webpage* [*http://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/regulativa/strateski-i-programski-dokumenti*](http://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/regulativa/strateski-i-programski-dokumenti)*. New strategic plan should identify selective tourism products which are important or could have significant role in Croatian tourism offer based on maturity of specific tourist products, possibility for their further development, their competitiveness and appeal in current tourist market as well as formulate optimal approach for marketing of those products.*

1. Has the sentiment / OaO or positioning of Croatia by target audience evolved since you’ve introduced the brand “full of life”?

*In the past period, overall awareness of Croatian tourism increased, as well as attractiveness of Croatian tourism offer, resulting in better ability of Croatia to attract new customers and customer segments. Over that period, Croatian tourism registered increase in number of first time visitors, increase in number of dynamic tourists on multi-destination trips, better sociodemographic profile of tourists with more tourists of higher levels of education and income and increase of overall satisfaction with the tourist offer in Croatia.*

1. It is unclear how much you want to evolve the current “Full of life” Brand, and its executions. In particular, can you provide clarity to the 5.3.2 Croatia’s brand identity deliverables and expectations. In short, do you want a full rebrand or brand evolution?

*Based on available data and conducted analysis of brand development over the past period while also taking in account trends in travel & tourism industry, consumer preferences, competitive landscape and other relevant information, Strategic marketing plan should provide clear answer whether Croatian tourism brand should evolve or should completely rebrand and how to approach that goal.*

1. You mention in point 4.1 of your brief that increasing the average per capita tourist spending was a key objective in the 2014-2020 Strategic Marketing Plan. Have you reached your objective? What key initiatives have helped achieve it ?

*The objective was reached, as a result of improvements in the overall tourist product quality (accommodation capacities, diversification of tourist products/proposals, etc.), increased attractiveness and competitiveness of Croatian tourism and marketing initiatives aimed at tourists/markets/market segments with higher purchasing power.*

1. Your brief is very detailed, in terms of deliverables and specific process. Can we recommend a methodology and approach that addresses the different points in the brief, but in a different order ? For example 5.2 Strategic Framework and 5.3 (Re)defining the Croatian tourism brand and the umbrella communication concept can be considered overall brand strategy with a specific methodology to address both 5.2 and 5.3 together.

*The proposal must address all mandatory segments/tasks defined by the tender documentation. If certain segments/tasks are addressed in a different way/order that specified by the tender, such approach should clearly define procedures and outcomes in a manner which leaves no doubt that all mandatory segments/tasks are being adequately addressed by such approach.*

1. Can you please detail what you mean in 5.3.4 “Identification of 10 relevant, internationally recognisable brands” ? How is this different from 5.4.4 “Operational activities of establishing a system of Croatia’s tourism brands” where you mention 5 brands. Are you looking for sub-brands to the national brand, for specific target groups, or activities? On your website, you have 11 different Experience types (nature, beaches, culture & heritage etc….). Are you looking for specific sub-brands for each of these experiences ?

*Article 5.3.4. refers to the brands already existing in the market and, as such, could be utilized to increase perception of value by end-users and the improvement of the image and positioning of Croatian tourism overall. They could be destination brands, tourism service providers brands, or brands related to tourism products, natural and cultural attractions and similar.*

*Article 5.4.4. refers to brands which have a relevant development potential, i.e. could be developed considering the structure of tourist attractions, resources and services Croatia currently offers, with an aim of improving the image of Croatia as a tourist destination and reenforcing the general/national branding concepts/values.*

1. Regarding point 5.3.5 “Proposal of national brand architecture”. Is there currently an endorsement framework between the national brand and local / regional brands? Is there an objective to evolve that framework, or endorse local and regional brands with the national brand ?

*The formal relationship between the tourist boards of a different level is defined by the Act on Tourist Boards and Promotion of Croatian Tourism, but there is no formal branding architecture in place in terms of a common brand development or promotion strategies (other than some joint marketing programs). The proposal must contain a detailed model of the brand architecture aligned with the current state in the domain of the existing branding strategies, i.e. the existing portfolio of developed brands (or developing brands) from the perspective of territorial/destination and product/experience brands, as well as the existing labels/trademarks. The recommendation should correspond to the general umbrella/national marketing strategy and enable optimum integration of lower-level brands into the model defined by the umbrella/national architecture.*

1. Regarding point 5.4.1 “An operational model of redefining the CNTB’s organizational structure”: Can you provide us with the current org chart ? What are the current organizational and governance challenges ?

*The current organizational chart is available here:* [*https://www.htz.hr/en-GB/general-information/about-us*](https://www.htz.hr/en-GB/general-information/about-us)

1. The project aims for a marketing plan that starts in 2021. Can you specify when you would like the final deliverables to be delivered ? Is there an opportunity to leverage this marketing plan for the summer 2021 season ?

*Service provision should commence immediately upon contract execution and should be completed within 200 calendar days from the date of contract execution. Since the contract execution is not expected before March 2021 there is no opportunity to leverage this marketing plan for the summer 2021 season.*

1. Content and Insights - Do you have a brand tracker in place or brand performanceindicators ?

*Yearly brand tracking market research studies are available for the period 2015 to 2020.*

1. Can you share the existing national brand and tourism brand guidelines ? Especially, the “previously defined identity values” that should be the foundation on which the brand will be defined, as stated in the brief. Can you share insights on your key competitor markets - and perhaps by audience type ? Can you share insights on your current target demographics ?

*For all publicly available information regarding the topic in question please refer to the documents available at:* [*https://www.htz.hr/en-GB*](https://www.htz.hr/en-GB)*. Please note that majority of information in the sections „Tourism Information“ and „General Information“ is available only in the Croatian version of the pages and in Croatian language only. Former Strategic marketing plan can be accessed at* [*http://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/regulativa/strateski-i-programski-dokumenti*](http://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/regulativa/strateski-i-programski-dokumenti) *and it contains requested information (available in Croatian language only).*

*Further internal information/data would be available to the tenderer to whom the contract shall be awarded.*

1. Can you specify the research and data you have available for this project, to avoid duplication and redundancy.

*- Brand tracking research 2015 – 2020*

*- Deep dive of main source markets (travel/tourism u&a, triggers and barriers for destinations, other aspect of image not covered by brand tracking study), research conducted from 2015 to 2019*

*- Integrated marketing activities efficiency assessment (communication penetration, ad & PR campaigns recall, ad & PR campaigns liking), 2015 - 2020*

*- TOMAS research profiling tourists visiting Croatia (u&a, expenditure, satisfaction)*

*- Access to eVisitor data providing detailed information about tourist flow in Croatia, data available from 2016*

*- Accommodation benchmarking data for hotels, camping sites, marinas*

1. Proposal Requirements - Can the proposal be submitted in English ?

*In accordance with the Article 14.1. the language in which the tender is drawn up shall be Croatian or English.*

1. What format do you require for the proposal (deck, written proposal etc…)

*Proposal should contain all the mandatory components specified in tender documentation.*

1. We have developed in the past year a unique approach to conducting virtual workshops and collaborative sessions. Can we recommend an approach with virtual meetings (through zoom or other)

*In the course of drawing up the Strategic Marketing and Operational Plan for Croatian Tourism, the Contractors are to organize at least five meetings devoted to discussions and presentations (the first after the execution of the Contract, the subsequent ones after the submission of each of the stage reports and the final report) and be in constant contact with the CNTB with respect to monitoring project implementation in accordance with the defined stages. Under the “normal” circumstances, the meetings were supposed to be held in person. Considering the still ongoing pandemic situation, other options might be considered (in due time).*

1. Zahvaljujemo na prijašnjem odgovoru, ali Vas molimo prema točci 15.1. Jamstvo za ozbiljnost ponude u Natječajnoj dokumentaciji još dodatno pojašnjenje, da li jamstvo može podnijeti samo nositelj zajednice gospodarskih subjekata ili to može učiniti bilo koji član zajednice Ponuditelja.

*Jamstvo za ozbiljnost ponude može podnijeti bilo koji član zajednice.*

1. Molimo Vas pojašnjenje, a prema točci 12.3.1.1. Reference u Natječajnoj dokumentaciji, da li rok od posljednjih deset godina počinje od dana početka ili od dana završetka projekta.

*Rok od deset godina za reference počinje teći od dana završetka projekta.*

1. Ljubazno molimo pojašnjenje prema točci 8 Zajednica gospodarskih subjekata u Natječajnoj dokumentaciji se navodi da ponuda mora biti potpisana od svih članova zajednice dok se u točci 14.1. Podaci koji se odnose na oblik, način izrade i sadržaj ponude navodi da Ponudbeni list (Prilog 1.) sadrži podatke za svakog člana zajednice uz naznaku voditelja zajednice ovlaštenog za komunikaciju s Naručiteljem, ali se potpisivanje ne definira pa bi Vas molili za pojašnjenje da li Prilog 1. u slučaju kada je Ponuditelj zajednica gospodarskih subjekata potpisuje samo nositelj zajednice ili ga potpisuju svi članovi zajednice Ponuditelja.

*Potrebno je da svaki član zajednice Ponuditelja pojedinačno ispuni ponudbeni list te da se istakne tko* *je nositelj zajednice.*

1. (Naziv zainteresiranog ponuditelja uklonjen kao poslovno povjerljiv podatak) is a global consultancy that has been operating on the world stage since1993. During succeeding years, (naziv zainteresiranog ponuditelja uklonjen kao poslovno povjerljiv podatak) has developed an original business model that does not only include full-time employees, but rather, a sophisticated global system of international consultants, hand-picked for specific assignments and clients. Question one: It seems that your tender doesn’t allow our type of consortium to participate in the tender. Is that correct? Question two; Overall, will you be flexible in some of the conditions and terms you present? Honestly, they create problems for experts like us who have worked in many other countries (see below) and never had so many restrictions in one tender. Please let us know.

*Ad. 1. The minimal requirements for economic operators’ (tenderers’) capacity and evidence of capacity a consortium has to meet/submit in order to participate in the Project, are stipulated in detail in the Tender Documentation. Please note, since we don’t have any information regarding the legal/business, financial, technical or professional capacity of your consortium we are not able to comment it, but any consortium able to provide all required evidence is eligible to compete for the Project execution. If any particular requirement or reference needs clarification, we remain at your disposal for further clarification.*

*Ad. 2. Terms and conditions determined by the Tender Documentation are not flexible, or subject to revisions. If your consultancy does not meet the minimal tender requirements on its own, you can still apply as a member of a consortium which would, as a group of economic operators, fully meet the required requirements.*

1. Molimo da nam pojasnite iz Natječajne dokumentacije da li dokaze sposobnosti Ponuditelja koji se dokazuju u slučaju zajednice gospodarskih subjekata pojedinačno potpisuje:

•   Samo onaj član koji pojedinačno tu sposobnost dokazuje, ili

•   Član koji je dokazuje uz potpis nositelja zajednice, ili

•   Samo nositelj zajednice ovlašten za predstavljanje zajednice gospodarskih subjekata prema Naručitelju

 Pitanje postavljamo vezano za sljedeće priloge iz Natječajne dokumentacije:

Izjava o nekažnjavanju iz točke 11.2. – Prilog 2a.

Ostali razlozi isključenja Ponuditelja iz točke 11.4. – Prilog 2b.

Klauzulu o integritetu iz točke 13.- Prilog 7.  Izjava o integritetu

*Za dokumente koje navodite:*

* *Izjava o nekažnjavanju iz točke 11.2. – Prilog 2a.,*
* *Ostali razlozi isključenja Ponuditelja iz točke 11.4. – Prilog 2b.,*
* *Klauzula o integritetu iz točke 13.- Prilog 7.  Izjava o integritetu,*

*potrebno je da svaki član zajednice ponuditelja podnese i potpiše navedene dokumente.*

1. Molimo pojašnjenje iz Natječajne dokumentacije, je li se Prilozi 3., 5. i 6. kojima zajednica Ponuditelja zajednički dokazuje svoju sposobnost po točki 12.3.1.1. i 12.3.2. te točki 14.1. u slučaju da je nositelj zajednice Ponuditelja strana pravna osoba, prilažu na engleskom ili hrvatskom jeziku?

*Prema točki 14.1. jezik na kojem se izrađuje ponuda i prilozi je hrvatski ili engleski.*

1. Molimo pojašnjenje za Prilog 1 – Ponudbeni list: je li svaki član zajednice podatke na Ponudbenom listu koji ispunjava pojedinačno piše za sebe ili na Ponudbeni list svakog člana Zajednice navodimo npr. IBAN, OIB, osobu i adresu za kontakt nositelja zajednice Ponuditelja? Nastavno na ovo pitanje, je li prilažemo Ugovor o konzorciju kojim utvrđujemo međusobna prava i obveze te ovlaštenja nositelja zajednice Ponuditelja uz Ponudu i na koje mjesto da bude s skladu sa Sadržajem ponude iz točke 14.1.?

*Sukladno točki 14.1. svaki član zajednice podnosi zasebno Prilog 1 – Ponudbeni list s traženim podacima o poslovnom subjektu, s time da se dodatno mora naznačiti tko je nositelj, a tko članovi zajednice. Isto je potrebno naznačiti u obrascu „Podaci o ponuditelju“ kod naziva.*

*Točka 8. predviđa Zajednicu gospodarskih subjekata te se mora navesti koji će dio ugovora izvršavati pojedini član zajednice. Ukoliko postoji Ugovor o konzorciju, takav ugovor može se priložiti nakon ponudbenog lista.*

1. We are currently reviewing this tender to see whether it feasible. I just came across clause 15.1 re Tender Security *“The Tenderer shall submit a tendering security in the amount of 3% of the estimated value of the procurement, excluding VAT. The tendering security shall amount to HRK 108,000.00”.* Our question is If we object to this clause are we automatically unable to bid? Just want to make sure before a decision is made.

*Tendering security is a mandatory condition for tendering process.*

1. Prema točki 12.3.1.1. u Natječajnoj dokumentaciji reference se dokazuju Prilogom 3. i Prilogom 4. Naše pitanje je tko potpisuje Prilog 4. – Klijent za kojeg je član zajednice Ponuditelja obavio pružene i navedene usluge ili ga potpisuje sam Ponuditelj? Osim toga, na dnu stoji mjesto za potpis Ponuditelja. Ako Prilog 4. ne potpisuje Klijent, je li ga onda potpisuje samo nositelj zajednice Ponuditelja (pošto se sposobnost iz točke 12.3.1.1. dokazuje kumulativno) ili potpisuju član zajednice Ponuditelja čija je referenca i nositelj zajednice Ponuditelja zajedno?

*Prilog 4. potpisuje Naručitelj (klijent). U inicijalnoj dokumentaciji prilog 4. nije bio ispravan, s današnjim danom objavljen je ispravak dokumentacije te se ispravljeni prilog može preuzeti u okviru revidirane natječajne dokumentacije ili samostalno na poveznici* [*https://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/nabava/poziv-na-dostavu-ponuda-izrada-strateskog-marketinskog-i-operativnog-plana-hrvatskog-turizma-za-razdoblje-2021-2025-smopht*](https://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/nabava/poziv-na-dostavu-ponuda-izrada-strateskog-marketinskog-i-operativnog-plana-hrvatskog-turizma-za-razdoblje-2021-2025-smopht)*.*

1. Ljubazno Vas molimo upute za uplatu novčanog pologa kao Jamstva za ozbiljnost ponude (po točki 15.1.) za slučaj kada ga uplaćuje strana pravna osoba.

*Podaci za uplatu navedeni su u natječajnoj dokumentaciji, u hrvatskoj inačici natječajne dokumentacije - „Ponuditelj može uplatiti novčani polog u traženom iznosu u korist Hrvatske turističke zajednice, IBAN Naručitelja: HR4224020061100957129, Model: 00, Poziv na broj: OIB Ponuditelja uplatitelja, opis plaćanja: Jamstvo za ozbiljnost ponude, SMOPHT.“, odnosno u engleskoj inačici - „the Tenderer may make a cash deposit in the requested amount to the Croatian National Tourist Board, IBAN of the Contracting Entity: HR4224020061100957129, Model: 00, Reference No.: PIN (OIB) of the Tenderer/Payer, Payment description: Tendering Security, Strategic Marketing and Operational Plan for Croatian Tourism.“ Ukoliko su vam potrebni neki dodatni podaci za uplatu molim vas javite nam.*

1. Molimo Naručitelja za potvrdu tumačenja točke 12.3.1.1. – obvezne reference, točka 1. Uvjetom se traže „najmanje 3 reference s područja Strategija i/ili planova destinacijskog marketinga za nacionalnu razinu, provedene u posljednjih 10 godina“. Molimo potvrdu da je prihvatljiva referenca izrađena Strategija/plan iz traženoga područja, od čije je izrade proteklo više od 10 godina, ali se provedba odnosi na razdoblje od posljednjih 10 godina.

*Natječajnom dokumentacijom propisan je zahtjev „najmanje 3 relevantne reference strategija i/ili planova destinacijskog marketinga u Hrvatskoj provedene u posljednjih 10 godina“ koji se dokazuje prilogom 4. natječajne dokumentacije. Kako bi bio ispunjen zahtjev trebaju se navesti reference i kao potvrde tih referenci potrebno je dostaviti potvrde naručitelja usluga o urednom ispunjenju ugovora kojim su pružene usluge navedene predmetom nabave u posljednjih deset godina.*

1. Među uvjetima tehničke sposobnosti koji se odnose na obavezne reference, točkom 1. traže od ponuditelja relevantne reference s područja Strategija i/ili planova destinacijskog marketinga za nacionalnu razinu. Skrećemo Naručitelju pozornost na činjenicu da nacionalni strateški/planski dokumenti u području turizma mogu sadržati poglavlja koja se odnose na destinacijski marketing s pratećim mjerama/preporukama. Time ovi dijelovi dokumenata imaju stratešku i provedbenu vrijednost u području destinacijskog marketinga na nacionalnoj razini. Molimo potvrdu Naručitelja da će kao valjane reference kojima se dokazuje iskustvo s područja Strategija i/ili planova destinacijskog marketinga za nacionalnu razinu prihvatiti strateške dokumente na nacionalnoj razini koje sadrže poglavlja koja se odnose na destinacijski marketing s pratećim preporukama/mjerama, provedene posljednjih 10 godina i koje su izrađene za ministarstva, nacionalne turističke organizacije ili druga tijela nacionalne razine.

*Moguće je koristiti kao referencu dio ili poglavlje strateškog dokumenta na nacionalnoj razini ukoliko je sadržaj takvog poglavlja strategija ili plan destinacijskog marketinga na nacionalnoj razini.*

1. Među uvjetima tehničke sposobnosti koji se odnose na reference, točkom e) ponuditelji mogu navesti reference kojima dokazuju potporu na polju reorganizacije i/ili uspostavljanja nacionalnih ili regionalnih turističkih zajednica (DMO) u posljednjih 10 godina. Budući da Naručitelj želi od ponuditelja dokaz o potpori jačanja učinkovitosti rada turističkih zajednica, predlažemo Naručitelju da izmjenom dokumentacije u širem kontekstu sagleda aktivnosti „jačanja učinkovitosti“ tako da se obuhvate reference u području podrške jačanja učinkovitosti rada turističkih zajednica, formuliranja i provedbe projekata.

*Referenca mora uključivati preporuke za reorganizaciju rada nacionalnih ili regionalnih**turističkih zajednica koje su imale cilj jačanje učinkovitosti rada.*

1. Tablicom „Element 1. Tehnička sposobnost Izvršitelja: najviše 40 bodova“ za prva dva područja rada pod ukupnim brojem referenci stoji „5 (i više)“, ali je iz dokumentacije jasno da broj referenci najviše može iznositi 5. Stoga ukazujemo na potrebu izmjene dokumentacije kako bi se spomenuti uvjeti ujednačili.

*Natječajnom dokumentacijom predviđena je obveza dostave i dokaza 3 reference kako bi se ponuditelj kvalificirao za natječaj, dok dodatne 2 reference donose bodove. Kako bi se ostvario uvjet sudjelovanja u natječaju i ostvarili maksimalni bodovi potrebno je dostaviti ukupno 5 valjanih referenci. Ostavljena je mogućnost dostave više referenci, ali se ne ostvaruju bodovi na 6. i naredne reference.*

1. Na stranici 28 u poglavlju 14.6 Evaluacijska formula je navedeno da će ponderirana ocjena ukupne ponude biti izračunata prema slijedećoj formuli:

X = A x 70% + (Bx100/C) x 30% gdje je:

X – ukupan broj bodova ponude koja se ocjenjuje

A – broj bodova iz tehničke ponude ponuditelja koji se ocjenjuje

B – najviša cijena ponude među svim ponudama

C – stvarna cijena ponude iz ponude ponuditelja koja se ocjenjuje

S obzirom da navedeno: UKUPNO: najviše 100 bodova molimo korekciju evaluacijske formule

*Napomena „Ukupno najviše 100 bodova“ odnosi se na maksimalan broj bodova tehničke ponude, a ne na ukupan broj bodova ponude.*

1. Pod traženim uvjetima stručne sposobnosti za sve stručnjake je navedeno da je potrebno iskustvo u području turizma osim za Stručnjaka za područje potrošačkog segmenta tržišta za kojeg je navedeno da treba imati reference u projektima istraživanja tržišta. Budući da je područje predmeta nabave turizam, molim da se i za ovog stručnjaka iskustvo dokazuje referencama koje su jednako tako iz područja turizma.

*Natječajnom dokumentacijom propisani su uvjeti te se isti ne mogu mijenjati.*

1. Na stranici 24. Pod poglavljem 14.1 Podaci koji se odnose na oblik, način izrade i sadržaj ponude navedeno je slijedeće: „*dokaz o godinama radnog staža (ERPS – Elektronički radno pravni status ili preslika radne knjižice) odnosno drugi dokaz ako navedeni ne postoji u državi sjedišta Ponuditelja*“. Da li se ovaj zahtjev može promijeniti na način da stručnjak dostavi potpisanu izjavu kojom potvrđuje godine radnoga staža.

*Ukoliko nije moguće dokazati godine radnog staža elektroničkim zapisom pravnog statusa ili preslikom radne knjižice, moguće je dostaviti izjavu/potvrdu o radnom stažu koju je izdao poslodavac (poslodavci). HTZ zadržava pravo naknadne provjere izjave kao i mogućnosti potvrde u pojedinoj državi.*

1. Na stranici 24 je pod klauzulom o integritetu navedeno da Izjavu o integritetu potpisuje osoba ili osobe ovlaštene za zastupanje Ponuditelja. Molimo Vas pojašnjenje da li u slučaju predaje ponude u ime zajednice ponuditelja Izjavu o integritetu potpisuju sve osobe ovlaštene za zastupanje ili samo osobe vodećeg člana zajednice ponuditelja.

*Sve osobe koje predstavljaju članice zajednice potpisuju Izjavu o integritetu.*

1. S obzirom da je forma priloga (ponudbeni list) pripremljena na način da je ispunjava samostalni ponuditelj da li je dostupna forma priloga koju popunjava zajednica ponuditelja ili ponuditelj samostalno može modificirati ponudbeni list iz natječajne dokumentacije.

*Svaki član zajednice ponuditelja prilaže ponudbeni list sa svojim matičnim podacima, a dio ponudbenog lista s cijenom ponude je zajednički (istovjetan) svim članovima zajednice.*

1. Da li je dovoljno da ostale priloge (Prilog 3., Prilog 5, Prilog 6) potpiše samo voditelj zajednice ponuditelja ili ih moraju potpisati svi članovi zajednice ponuditelja.

*Svaki član upisuje i potpisuje svoje reference iako je poželjno da nositelj objedini cijeli tim, životopise i reference (što je olakšavajuće nama u pregledu).*

1. U Prilogu 4 je navedeno da ponuditelj potpisuje potvrdu naručitelja usluge o urednom ispunjenju ugovora pa nije jasno na koji način prethodni Naručitelj potpisuje obrazac te da li se na istom treba potpisati i ponuditelj.

*Prilog 4. je ispravljen te se ispravljena verzija priloga može preuzeti s webstranica HTZ-a.* [*http://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/nabava/poziv-na-dostavu-ponuda-izrada-strateskog-marketinskog-i-operativnog-plana-hrvatskog-turizma-za-razdoblje-2021-2025-smopht*](http://www.htz.hr/hr-HR/opce-informacije/nabava/poziv-na-dostavu-ponuda-izrada-strateskog-marketinskog-i-operativnog-plana-hrvatskog-turizma-za-razdoblje-2021-2025-smopht)

1. Ljubazno Vas molim pojašnjenje problema nastalog pri popunjavanju Ponudbenog lista (Prilog 1.). Naime svaki član zajednice gospodarskih subjekata koji zajedno nastupaju kao Ponuditelj mora popuniti vlastiti Ponudbeni list. Voditelj zajednice je strana pravna osoba koja prema Točki 8. natječajne dokumentacije jedina ima ovlast izdavanja računa prema Naručitelju. S obzirom na prijenos porezne obveze jasno je da će voditelj zajednice na svom Ponudbenom listu iskazati PDV/VAT nula i da se cijena s PDV-om neće razlikovati od cijene bez PDV-a. No članovi su pravne osobe sa sjedištem u Hrvatskoj i u sustavu su PDV-a. Ali članovi neće izdavati nikakve račune prema Naručitelju jer tu ovlast ima samo voditelj zajednice Ponuditelja. Hoće li članovi zajednice iskazati cijenu ponude na isti način kao voditelj (dakle PDV je nula i cijena bez PDV-a je jednaka cijeni s PDV-om)? S obzirom da će voditelj na taj način izdavati račune prema Naručitelju po toj logici bi bilo ispravno da cijena bude iskazana na isti način na Ponudbenim listovima članova jednako kao na Ponudbenom listu voditelja. Nadalje, ako su članovi kao domaće osobe i voditelj kao strana osoba svaki u državi svog sjedišta obveznici PDV-a, hoće li članovi i voditelj zaokružiti DA na pitanje jesu li u sustavu PDV-a iako će na fakturama Ponuditelja koje izdaje voditelj zajednice PDV biti nula?

*Svaki član zajednice ponuditelja prilaže ponudbeni list sa svojim matičnim podacima, a dio ponudbenog lista s cijenom ponude je zajednički (istovjetan) svim članovima zajednice. Vezano uz uključenost u sustav PDV isto se smatra osobnim (poslovnim) podatkom Ponuditelja (članova i nositelja) tj. svatko unosi svoj status. Skrećemo pozornost da HTZ nije u sustavu PDV-a (osim jedne djelatnosti) i neprofitna je organizacija.*