

Projekt sufinancira Europska unija iz Europskog fonda za regionalni razvoj



REPUBLIKA HRVATSKA
ŠIBENSKO - KNINSKA ŽUPANIJA



GRAD DRNIŠ

POVJERENSTVO ZA PROVEDBU NABAVE

KLASA:334-01/20-10/4

URBROJ:2182/06-20-05

Drniš, 11. veljače 2020. godine

ZAINTERESIRANI GOSPODARSKI SUBJEKTI

Predmet: Odgovor na upit zainteresiranog gospodarskog subjekta – dostavlja se

Gospodarski subjekt je postavio upit vezano za ponovljeni postupak nabave Ev.broj: 08/20 - „Usluga promocije i vidljivosti projekta „Natura Drniš - Održivi razvoj drniške prirodne baštine pod ekološkom mrežom Natura 2000“ KK.06.1.2.02.0022 kroz zakup oglasnog prostora“.

U nastavku Naručitelj dostavlja odgovore na pitanja:

Poštovana,

Sukladno našem telefonskom dogovoru, šaljem Vam popis pitanja vezanih za ponovljeni postupak nabave.

„Usluga promocije i vidljivosti projekta „Natura Drniš - Održivi razvoj drniške prirodne baštine pod ekološkom mrežom Natura 2000“ KK.06.1.2.02.0022 kroz zakup oglasnog prostora“

Kako bismo mogli kvalitetno pripremiti ponudu i izbjeći svake nedoumice koje naručitelj traži u provedbi zanima nas sljedeće:

1. Postoje li već Facebook i Instagram stranice projekta Natura 2000 ili bi ih za potrebe oglašavanja trebalo kreirati?

Ne postoje Facebook i Instagram profili za projekt Natura 2000. Postoji samo web stranica <https://natura.drnis.hr/> koja je izrađena u sklopu provedbe projekta „Natura Drniš - Održivi razvoj drniške prirodne baštine pod ekološkom mrežom Natura 2000“. Potrebno ih je kreirati i aktivno ažurirati sukladno planu oglašavanja, odobrenom od strane Naručitelja.

2. Raspolaže li Grad Drniš bazom fotografija koje bi se koristile za potrebe višemjesečnih objava na društvenim mrežama ili bi ih Ponuditelj trebao osigurati?

Da, Grad Drniš raspolaže sa bazom fotografija, koju ćemo odabranom ponuditelju dati na raspolaganje.

“NATURA DRNIŠ – Održivi razvoj drniške prirodne baštine pod ekološkom mrežom Natura 2000“, KK.06.1.2.02.0022

Projekt sufinancira Europska unija iz Europskog fonda za regionalni razvoj

3. Kada su odnosi s javnošću u pitanju, koliko „pozitivnih priča“ je potrebno objaviti tijekom trajanja ugovora ili mjesečno? Je li uvjetovano koliko ovakvih priča mora biti objavljeno u lokalnim, a koliko u nacionalnim medijima?

Nije uvjetovano, ali je potrebno pratiti tijek projektnih aktivnosti i komunicirati svaki novi sadržaj koji je razvijen, te objaviti i pozitivne priče o dosadašnjim aktivnostima, sukladno Dokumentaciji za nadmetanje i istaknutom vremenskom tijeku:

Aktivnost	Projekcija završetka aktivnosti	Pokrivenost	Ciljne skupine
Uređenje hostela	lipanj 2020.	Nacionalna	Domaći i strani posjetitelji, turistički djelatnici
Uređenje biciklističko-pješačke staze na Promini	siječanj 2020.	Nacionalna	Posjetitelji koji preferiraju aktivni odmor, turistički djelatnici, domaći i strani posjetitelji
Mobilna aplikacija Natura Drniš	srpanj 2020.	Nacionalna	Posjetitelji koji preferiraju aktivni odmor, turistički djelatnici, domaći i strani posjetitelji
Izrada interaktivne knjige	Lipanj-srpanj 2020.	Lokalna	Posjetitelji koji preferiraju aktivni odmor, turistički djelatnici, domaći i strani posjetitelji
Postavljen sustav javnih bicikli	Svibanj-lipanj 2020.	Lokalna	Posjetitelji koji preferiraju aktivni odmor, turistički djelatnici, domaći i strani posjetitelji
Završno događanje – prigodno obilježavanje završetka provedbe projekta, utrka na novouređenoj stazi i zabavni događaj	Kolovoz 2020.	Nacionalna	Domaći i strani posjetitelji, turistički djelatnici

Napominjemo kako se od Ponuditelja očekuje da sukladno navedenoj tablici kreira plan oglašavanja koji mora odobriti Naručitelj, također prema dokumentaciji za nadmetanje.

4. Kada kažete da: „Oglašavanje na društvenim mrežama potrebno je ugovoriti u trajanju od najmanje 6 mjeseci, odnosno do kraja provedbe projekta“, na koliko oglasa/tekstova mjesečno mislite, koji je minimum?

Oglašavanje treba biti konstantno do kraja projekta, a broj oglasa/tekstova na društvenim mrežama ovisi o tijeku projektnih aktivnosti i odobrenju plana oglašavanja.

Projekt sufinancira Europska unija iz Europskog fonda za regionalni razvoj

5. U dijelu koji se odnosi na oglašavanje u tiskanim i web medijima, u natječajnoj dokumentaciji stoji sljedeće: Zakup medija izvršio bi se na lokalnim i nacionalnim tiskanim i web izdanjima. Od Ponuditelja se traži da u plan oglašavanja uvrsti zakup na onim portalima koji osiguravaju najveći doseg zadanih ciljnih skupina..... Ova projektna aktivnost se odnosi na zakup tiskanih medija i online portala u trajanju od najmanje četiri mjeseca u vremenu (od ožujka do srpnja) planiranja godišnjih odmora.

Kada spominjete zakup web medija, da li mislite na banner ili na sponzorirani članak?

Da, oglas u vidu banner a i spozoriranog člana ka.

Ukoliko mislite na banner, da li postoje nekakvi uvjeti kakav mora biti?

Banner mora biti vizualno privlačan i jasan i da sadržajno upućuje na svoju osnovnu svrhu, a to je privlačenje ciljne skupine. Također mora biti zadovoljena EU vidljivost na njemu.

Da li banner mora biti konstantno istaknut tijekom četiri mjeseca ili je ponuditelj zadovoljio uvjete natječaja ako primjerice objavi 1 banner mjesečno u trajanju od tjedan dana?

Banner mora biti konstantno objavljen tijekom 4 mjeseca.

Nadalje, je li definirano koliko takvih web „zakupa“ mora biti na nacionalnim a koliko na lokalnim portalima?

Predviđen je zakup na četiri lokalna portala u Šibensko-kninskoj, Splitsko-dalmatinskoj i Zadarskoj županiji – prema izboru ponuditelja.

6. U natječajnoj dokumentaciji stoji: Oglašavanje u tiskanim medijima podrazumijeva zakup medijskog prostora klasičnim oglasom i sponzoriranim člancima – najmanje 4 oglasa u 4 tiskana medija.

Što se smatra klasičnim oglasom?

Da li je riječ o oglasu preko cijele stranice, pola, stranice, četvrtina, osmina?

Riječ je o oglasu preko cijele stranice.

Da li je definirano koliko „klasičnih“ oglasa a koliko sponzoriranih članaka treba biti?

Primjerice, ako Ponuditelj isporuči jedan sponzorirani članak i tri oglasa, da li je ispunio uvjete natječaja?

Nije definirano. Ukoliko Ponuditelj smatra da će na taj način lakše doprijeti do ciljane skupine, onda je opravdano i u skladu sa uvjetima natječaja.

Da li je oglase/članke potrebno objaviti u četiri različita tiskana medija?

Da.

Da li postoji uvjet koliko od njih treba biti lokalnih, a koliko nacionalnih?

Ne postoji.

POVJERENSTVO ZA PROVEDBU POSTUPKA NABAVE