



HZJZ

HRVATSKI ZAVOD
ZA JAVNO ZDRAVSTVO
Rockefellerova 7
HR-10000 Zagreb
T: +385 1 4863 222
F: +385 1 4863 366
p.p. 161
www.hzjz.hr

Datum: 12.02.2021.
Klasa: 406-09/21-13/27
Ur.broj: 381-13-132-21-4
Broj poziva U 14/21

Naručitelj Hrvatski zavod za javno zdravstvo, Zagreb, OIB: 75297532041 na temelju odredbi iz članka 15.st.1. Pravilnika o postupku provođenja jednostavne nabave dana 12. veljače 2021. godine donosi

ODLUKU

kojom se odabire ponuda br. 01/2021 od 08.02.2021. ponuditelja **Media front d.o.o., Studeni breg 34 , 10000 Zagreb, OIB:50078674156**

O b r a z l o ž e n j e

Predmet nabave: **Vođenje kampanje „Misli na druge, cijepi se!“ na društvenim mrežama HZJZ**

Procijenjena vrijednost nabave (bez PDV-a): 195.000,00 kn
Cijena odabrane ponude (bez PDV-a): 188.000,00 kn
Cijena odabrane ponude (s PDV-om): 235.000,00 kn

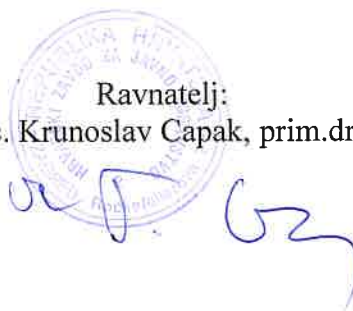
Zakon o javnoj nabavi (NN 120/16) sukladno čl. 12. st. 1. ne primjenjuje se za nabavu čija je procijenjena vrijednost manja od 200.000 kn bez PDV-a.

Način izvršenja: Ugovor

Ravnatelj:
Doc.dr.sc. Krunoslav Capak, prim.dr.med

Dostaviti:

1. Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o.
2. Media front d.o.o.
3. Digital link d.o.o.
4. Spread d.o.o.
5. Pismohrana



HRVATSKI ZAVOD ZA JAVNO ZDRAVSTVO
ZAGREB, ROCKEFELLEROVA 7

Klasa: 406-09/21-13/27
Ur.broj: 381-13-132-21-3
Zagreb, 12. veljače 2021. godine

ZAPISNIK O OTVARANJU, PREGLEDU I OCJENI PONUDA

NARUČITELJ: HRVATSKI ZAVOD ZA JAVNO ZDRAVSTVO, ZAGREB, ROCKEFELLEROVA 7, OIB
75297532041

PREDMET NABAVE:

Vođenje kampanje „Misli na druge, cijepi se!“ na društvenim mrežama HZJZ

VRSTA POSTUPKA: POSTUPAK JEDNOSTAVNE NABAVE

PROCIJENJENA VRIJEDNOST NABAVE: 195.000,00 kn bez PDV-a.

Sredstva su osigurana u financijskom planu za 2021. godinu.

POZIV NA DOSTAVU PONUDE: Poziv na dostavu ponuda otpremljen je 02. veljače 2021. godine putem elektroničke pošte na slijedeće gospodarske subjekte:

1. Digital link d.o.o.,
2. Media front d.o.o.
3. Spread d.o.o.
4. www.hziz.hr

sukladno Pravilniku o postupku provođenja jednostavne nabave Klasa:011-02/07-10/14, Ur.br: 381-10-100-17-1 od 05. srpnja 2017. godine i Izmjeni i dopuni Pravilnika o postupku provođenja jednostavne nabave Klasa: 012-04/18-10/5 urbroj:381-10-19-6 od 28. od lipnja 2018. godine.

ČLANOVI STRUČNOG POVJERENSTVA

1. Ina Štander, dipl.oec. – ovlaštteni predstavnik
2. Ljilja Ljubičić, dipl.ing. – ovlaštteni predstavnik
3. Danijel Trumbetaš, dipl.oec. - ovlaštteni predstavnik
3. Ivana Pinter, dipl.iur. - ovlaštteni predstavnik
4. Goran Džidić, mag.nov. – ovlaštteni predstavnik

PONUDE SU OTVORILI PREDSTAVNICI NARUČITELJA dana 08. veljače 2021. godine u sastavu:
Danijel Trumbetaš dipl.oec. i Ljilja Ljubičić, dipl.ing.chem.

Od ovlaštenih osoba certifikat u području javne nabave imaju:
Danijel Trumbetaš, dipl.oec., Ina Štander, dipl.oec. i Ljilja Ljubičić, dipl.ing.

ANALITIČKI PRIKAZ PRAVOVREMENO ZAPRIMLJENIH PONUDA

NAZIV PONUDITELJA (prema rednom broju iz upisnika o zaprimanju ponuda)	Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. Medveščak 23/1 10000 Zagreb OIB: 16459070414	Media front d.o.o. Studeni breg 34 10000 Zagreb OIB:50078674156	Digital link d.o.o., Bosanska 9, 10000 Zagreb OIB: 9041776030	Spread d.o.o., Vale Vouka 17A, 10000 Zagreb OIB:40042339401
Broj i datum ponude	U 14/21 od 08.02.2021.	01/2021 od 08.02.2021.	2 od 08.02.2021.	11/02/21 od 08.02.2021.
Cijena ponude bez PDV-a	136.000,00 kn	188.000,00 kn	192.000,00 kn	195.000,00 kn
Cijena ponude s PDV-om	174.000,00 kn	235.000,00 kn	240.000,00 kn	243.750,00 kn
Ponuda potpisana	DA	DA	DA	DA
Ponuda je izrađena sukladno zahtjevima i uvjetima Poziva	DA	DA	NE	NE
Stručna ocjena (zadovoljava/ne zadovoljava)	Zadovoljava	Zadovoljava	Nije primjenjivo	Nije primjenjivo
PONUĐA (Valjana/ nije valjana)	Valjana	Valjana	Nije valjana	Nije valjana

PODACI O ISPUNJENJU TRAŽENIH ZAHTJEVA VEZANO UZ PREDMET NABAVE

Ponuda ponuditelja Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. je prihvatljiva. Ponuditelj Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. ispunjava tražene kriterije za odabir.

Ponuda ponuditelja Media front d.o.o. je prihvatljiva. Ponuditelj Media front d.o.o. ispunjava tražene kriterije za odabir.

Ponuda ponuditelja Digital link d.o.o. nije prihvatljiva. Ponuditelj Digital link d.o.o. nije dostavio ponudu sukladno zahtjevima i uvjetima poziva na dostavu ponude. Ponuda nije izrađena na način da tvori cjelinu - nije uvezana u cjelinu na način da se onemoguću naknadno vađenje ili umetanje listova ili dijelova ponude, nisu numerirane stranice. Naručitelj ponuda nije cjelovita i ne ispunjava tražene kriterije za odabir te se ne uzima u daljnje razmatranje i ocjenu.

Ponuda ponuditelja Spread d.o.o. nije prihvatljiva. Ponuditelj Spread d.o.o. nije dostavio ponudu sukladno zahtjevima i uvjetima poziva na dostavu ponude. Ponuda nije izrađena da tvori cjelinu - nije uvezana u cjelinu na način da se onemogući naknadno vađenje ili umetanje listova ili dijelova ponude, nisu numerirane stranice. Naručitelj ocjenjuje da ponuda nije cjelovita i ne ispunjava tražene kriterije za odabir te se ne uzima u daljnje razmatranje i ocjenu.

Slijedom gore navedenog, u daljnje razmatranje i ocjenu uzimaju se samo ponuda broj U 14/21 od 08.02.2021. ponuditelja Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o., te ponuda broj 01/2021 od 08.02.2021. ponuditelja Media front d.o.o.

PODACI O RAČUNSKOJ ISPRAVNOSTI PONUDE

Nije bilo računске pogreške.

KRITERIJ ZA ODABIR PONUDE : Ekonomski najpovoljnija ponuda

Kriterij	Broj bodova
Cijena	30 bodova
Broj referenci vođenja javno-zdravstvenih kampanja na društvenim mrežama u protekle dvije godine	10 bodova
Broj referenci državnog i/ili javnog sektora o vođenju društvenih mreža u protekle dvije godine	10 bodova
Iskustvo stručnjaka (voditelja projekta) u vođenju složenih javnih i nacionalnih kampanja	10 bodova
Kreativni koncept	40 bodova
UKUPNO	100 bodova

Formula: $U = C + RJZ + RDS + IS + KK$

U = ukupan broj bodova

C = broj bodova koji je ponuda dobila za ponuđenu cijenu

RJZ = Broj referenci vođenja javno-zdravstvenih kampanja na društvenim mrežama u protekle dvije godine

RDS = Broj referenci državnog i/ili javnog sektora o vođenju društvenih mreža u protekle dvije godine

IS = Iskustvo stručnjaka (voditelja projekta) u vođenju složenih javnih i nacionalnih kampanja

KK = Kreativni koncept

Necjenovni kriterij:

- **Broj referenci vođenja javno-zdravstvenih kampanja na društvenim mrežama u protekle dvije godine**

Maksimalni broj bodova: 10 bodova

Vrijednosni kriterij: Ponudama će se dodijeliti bodovi prema slijedećoj tablici:

Broj referenci vođenja javno-zdravstvenih kampanja na društvenim mrežama u protekle 2 god.	
3 i više javno-zdravstvenih kampanja	10 bodova
2 javno-zdravstvene kampanje	5 bodova
1 javno-zdravstvena kampanja	0 bodova

Minimalno 1 Referenca vođenja javno-zdravstvenih kampanja na društvenim mrežama u protekle dvije godine, kontakt osobe za svaku referencu.

Ponuditelj uz ponudu prilaže izjavu o broju referenci vođenja javno-zdravstvenih kampanja na društvenim mrežama u protekle dvije godine s navedenim kontakt osobama za svaku referencu.

- **Broj referenci državnog i/ili javnog sektora o vođenju društvenih mreža u protekle dvije godine**

Maksimalni broj bodova: 10 bodova

Vrijednosni kriterij: Ponudama će se dodijeliti bodovi prema slijedećoj tablici:

Broj referenci državnog i/ili javnog sektora o vođenju društvenih mreža u protekle dvije godine	
11 i više društvenih mreža	10 bodova
9-10 društvenih mreža	5 bodova
8 društvenih mreža	0 bodova

Minimalno 8 referenci državnog i/ili javnog sektora o vođenju društvenih mreža u protekle dvije godine.

Ponuditelj uz ponudu prilaže izjavu o broju referenci državnog i/ili javnog sektora o vođenju društvenih mreža u protekle dvije godine s navedenim kontakt osobama za svaku referencu.

- **Iskustvo stručnjaka (voditelja projekta) u vođenju složenih javnih i nacionalnih kampanja**

Maksimalni broj bodova: 10 bodova

Vrijednosni kriterij: Ponudama će se dodijeliti bodovi prema slijedećoj tablici:

Iskustvo stručnjaka (voditelja projekta) u vođenju složenih javnih i nacionalnih kampanja	
5 i više kampanja	10 bodova
2-4 kampanje	5 bodova
1 kampanja	0 bodova

Minimalno jedna kampanja u vođenju složenih javnih i nacionalnih kampanja.

Ponuditelj uz ponudu prilaže životopis stručnjaka (voditelja kampanje) i izjavu o vođenju složenih javnih i nacionalnih kampanja koja sadrži popis projekata/nacionalnih kampanja.

- **Kreativni koncept**

Maksimalni broj bodova: 40 bodova

Uspješno definirano kreativno rješenje na temelju dostavljenih prijedloga ponuditelja. Ocjenu uspješnosti Stručno povjerenstvo donijet će temeljem niže navedenih kriterija.

Vrijednosni kriterij: Ponudama će se dodijeliti bodovi prema slijedećoj tablici:

Kreativni koncept	
Relevantnost predložene ideje	0 - 20 bodova
Originalnost kreativne ideje	0 - 10 bodova
Originalnost komunikacijskih poruka	0 - 10 bodova

Ponuda koja ima najveći ukupan broj bodova proglasit će se ekonomski najpovoljnijom ponudom. Ako su dvije ili više valjanih ponuda jednako rangirane prema kriteriju za odabir ponude, Naručitelj će odabrati onu ponudu koja je zaprimljena ranije.

Za odabir je dovoljna jedna prihvatljiva ponuda. Nije dopuštena varijanta ponuda.

TABLICA IZRAČUNA BODOVA:

PONUĐITELJ		Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o.	Media front d.o.o.
Redni broj	Kriterij	Broj bodova	Broj bodova
1.	Cijena $P = P_i / P_r * 30$	30	22,23
2.	Broj referenci vođenja javno-zdravstvenih kampanja	10	10
3.	Broj referenci državnog i/ili javnog sektora	10	10
4.	Iskustvo stručnjaka	10	10
5.	Kreativni koncept - Relevantnost predložene ideje	$(10+10+20+20)/4 = 15$ bodova	$(20+20+20+20)/4 = 20$ bodova
6.	Kreativni koncept - Originalnost kreativne ideje	$(4+5+5+6)/4 = 5$ bodova	$(7+5+8+8)/4 = 7$ bodova
7.	Kreativni koncept - Originalnost komunikacijskih poruka	$(3+3+4+5)/4 = 3,75$ bodova	$(8+7+10+10)/4 = 8,75$ bodova
UKUPAN BROJ BODOVA		83,75	87,98

Temeljem izračuna za cjenovni kriterij ponuditelj Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. je dobio 30 bodova a ponuditelj Media front d.o.o. 22,23 bodova

Za necjenovni kriterij broj referenci vođenja javno-zdravstvenih kampanja ponuditelju Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. i ponuditelju Media front d.o.o. dodijeljeno je po 10 bodova.

Za necjenovni kriterij broj referenci državnog i/ili javnog sektora o vođenju društvenih mreža u protekle dvije godine ponuditelju Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. i ponuditelju Media front d.o.o. dodijeljeno je po 10 bodova.

Za necjenovni kriterij iskustvo stručnjaka (voditelja projekta) u vođenju složenih javnih i nacionalnih kampanja ponuditelju Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. i Media front d.o.o. dodijeljeno je 10 bodova.

Temeljem izračuna srednje vrijednosti bodova za necjenovni kriterij Kreativni koncept - Relevantnost predložene ideje ponuditelj Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. je dobio 15 bodova a ponuditelj Media front d.o.o. 20 bodova

Temeljem izračuna srednje vrijednosti bodova za necjenovni kriterij Kreativni koncept - Originalnost komunikacijskih poruka ponuditelj Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. je dobio 5 bodova a ponuditelj Media front d.o.o. 7 bodova

Temeljem izračuna srednje vrijednosti bodova za necjenovni kriterij Kreativni koncept - Originalnost komunikacijskih poruka ponuditelj Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. je dobio 3,75 bodova a ponuditelj Media front d.o.o. 8,75 bodova

Prema kriteriju za odabir ponude ponuditelj Paradigma Integrirane komunikacije d.o.o. ima ukupno 83,75 bodova a Media front d.o.o. ima ukupno 87,98 bodova.

Ponuditelj Media front d.o.o. je dao ekonomski najpovoljniju ponudu.

PRIJEDLOG DONOŠENJA ODLUKU O ODABIRU

Ovlašteni predstavnici Naručiitelja predlažu donošenje Odluke o odabiru ponuditelja:

Media front d.o.o., Studeni breg 34 , 10000 Zagreb, OIB:50078674156

Ovlašteni predstavnici Naručiitelja:

Ina Štander, dipl.oec. _____

Danijel Trumbetaš, dipl.oec. _____

Ljilja Ljubičić, dipl.ing. _____

Ivana Pinter, dipl. iur _____

Goran Džidić, mag.nov. _____

HRVATSKI ZAVOD ZA JAVNO ZDRAVSTVO
ZAGREB, ROCKEFELLEROVA 7
Zagreb, 12.02.2021.

Predmet: **Ocjena prikladnosti ponuda za predmet nabave:**

U 14/21 Vođenje kampanje „Misli na druge, cijepi se!“ na društvenim mrežama HZJZ

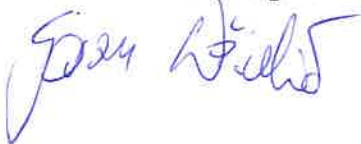
Na temelju članka 197. Zakona o javnoj nabavi imenovan sam kao predstavnik naručitelja koji imaju utjecaj na odlučivanje i/ili druge radnje u vezi postupka javne nabave: Vođenje kampanje „Misli na druge, cijepi se!“ na društvenim mrežama HZJZ

Na stručnu ocjenu pristigle su dvije ponude ponuditelja:

1. Paradigma- integrirane komunikacije d.o.o.
2. Media front d.o.o.

Obje pristigle ponude odgovaraju traženim karakteristikama te su kao takve stručno prihvatljive.

Za Povjerenstvo:
Goran Džidić, mag.nov.



Hrvatski zavod za javno zdravstvo

Rockefellerova 7, 10000 Zagreb

Predmet: Bodovanje – Vođenje kampanje "Misli na druge – cijepi se!" na društvenim mrežama HZJZ-a

Ponuditelj: Media Front d.o.o.

1. Relevantnost predložene ideje

Predložene ideje su relevantne i u skladu su sa zahtjevima HZJZ-a. Dodjeljujem maksimalnih 20 bodova.

2. Originalnost kreativne ideje

Ideje su kreativne i obuhvaćaju široku populaciju, posebno one najugroženije skupine. Ljudske priče tj. dijeljenje iskustva "običnih" ljudi te uključivanje celebrityja su dobre ideje. Potrebno je razmotriti reduciranje frekventnosti objava. Dodjeljujem 8 od maksimalnih 10 bodova.

3. Originalnost komunikacijskih poruka

Poruke su jasne, jednostavne, lako pamtljive. Ciljane skupine su dobro pogođene. Fokus je na povratku na "stari" način života, što smatram efikasnim rješenjem. Kampanja je širokog opsega i uključuje sve komunikacijske kanale kojima se HZJZ služi. Pozitivna stvar je uključivanje stručnjaka za Google analytics te uključivanje informativnih portala u kampanju. Dodjeljujem maksimalnih 10 bodova.



Goran Džidić

Ravnateljstvo

Odsjek za informiranje i mrežne stranice

HRVATSKI ZAVOD ZA JAVNO ZDRAVSTVO

Rockefellerova 7, HR-10000 Zagreb, www.hzjz.hr

+385 1 4863 349



HZJZ

Hrvatski zavod za javno zdravstvo

Rockefellerova 7, 10000 Zagreb

Predmet: Bodovanje – Vođenje kampanje "Misli na druge – cijepi se!" na društvenim mrežama HZJZ-a

Ponuditelj: Paradigma – integrirane komunikacije d.o.o.

1. Relevantnost predložene ideje

Prezentirane ideje su relevantne i obuhvaćaju zahtjeve HZJZ-a. Dodjeljujem maksimalnih 20 bodova.

2. Originalnost kreativne ideje

Fokus na "povratak na staro" je vrlo dobra ideja, kao i ideja o angažmanu celebrityja. Smatram kako su ideje kreativne, međutim postoji prostor za doradu istih. Naime, određeni segmenti nisu u skladu sa zahtjevima HZJZ-a. Predloženi primjeri infografika su relativno komplicirani za širu javnost, vizuali bi trebali biti kvalitetniji, jednostavniji i lako pamtljivi. Dodjeljujem 5 od maksimalnih 10 bodova.

3. Originalnost komunikacijskih poruka

Komunikacijske poruke treba doraditi. Iako su osobe starije životne dobi obuhvaćene u prezentaciji, kronični bolesnici, kao jedna od najranjivijih skupina, izostavljeni su, što smatram propustom. Također, komunikacijske poruke bi trebale uključiti više emocija. Dodjeljujem 4 od maksimalnih 10 bodova.



Goran Džidić
Ravnateljstvo

Odsjek za informiranje i mrežne stranice
HRVATSKI ZAVOD ZA JAVNO ZDRAVSTVO
Rockefellerova 7, HR-10000 Zagreb, www.hzjz.hr

+385 1 4863 349



HZJZ

BODOVANJE - kreativni koncept

Ponuditelj: MediaFront d.o.o.

1.RELEVANTNOST PREDLOŽENE IDEJE

Smatram da će predložena ideja polučiti dobar učinak kod svih dobnih skupina zbog toga jer sadrži zanimljive i informativne poruke. Smatram da će u potpunosti ostvariti cilj kampanje. Dodjeljujem 20/20 bodova.

ORIGINALNOST KREATIVNE IDEJE –

Ideja se oslanja na već provedene aktivnosti. Dodjeljujem 5/10 bodova.

ORIGINALNOST KOMUNIKACIJSKIH PORUKA –

Tri komunikacijske poruke su inovativne i nisu do sada korištene. Dodjeljujem 7/10 bodova.

Ponuditelj: PARADIGMA – INTEGRALNE KOMUNIKACIJE d.o.o.

RELEVANTNOST PREDLOŽENE IDEJE –

Ideja je relevantna, ali ne toliko zanimljiva i informativna. Dodjeljujem 10/20 bodova.

ORIGINALNOST KREATIVNE IDEJE –

Ideja se oslanja na već provedene aktivnosti. Dodjeljujem 5/10 bodova.

ORIGINALNOST KOMUNIKACIJSKIH PORUKA –

Sve komunikacijske poruke su već prisutne na društvenim mrežama. Dodjeljujem joj 3 od maksimalnih 10 bodova.

Danijel Trumbetaš



BODOVANJE - kreativni koncept

Ponuditelj: MediaFront d.o.o.

RELEVANTNOST PREDLOŽENE IDEJE –

Predloženu ideju smatram u potpunosti relevantnom jer je usmjerena na sve dobne skupine, informativnim, edukativnim i zanimljivim porukama. Smatram da će u potpunosti ostvariti cilj kampanje. Dodjeljujem joj maksimalnih 20 bodova.

ORIGINALNOST KREATIVNE IDEJE –

Ideja uspješno koristi do sad provedene medijske aktivnosti. Sviđa mi se korištenje do sad provedenih aktivnosti u daljnjim porukama kampanje. Dodjeljujem joj 7 od maksimalnih 10 bodova.

ORIGINALNOST KOMUNIKACIJSKIH PORUKA –

Predložene su tri komunikacijske poruke za koje smatram da će postići dobar učinak kod svih dobnih skupina. Poruke su inovativne i različite od poruka koje su kroz razne aktivnosti, do sad, komunicirale. Dodjeljuje 8 od maksimalnih 10 bodova.



Ina Štander

BODOVANJE - kreativni koncept

Ponuditelj: PARADIGMA – INTEGRALNE KOMUNIKACIJE d.o.o.

RELEVANTNOST PREDLOŽENE IDEJE –

Ideja je relevantna, ali ne nudi nove poruke. Dodjeljujem joj 10 od maksimalnih 20 bodova.

ORIGINALNOST KREATIVNE IDEJE –

Predložena ideja u velikoj mjeri oslanja se na do sad provedene i komunicirane aktivnosti. Nedostaje originalnosti. Dodjeljujem joj 4 od maksimalnih 10 bodova..

ORIGINALNOST KOMUNIKACIJSKIH PORUKA –

Sve predložene poruke već su dostupne na društvenim mrežama. Nedostaje originalnosti. Dodjeljujem joj 3 od maksimalnih 10 bodova.



Ina Štander

Hrvatski zavod za javno zdravstvo

Rockefellerova 7, 10000 Zagreb

Zagreb, 12.02.2021.

Predmet: Bodovanje – Vođenje kampanje "Misli na druge – cijepi se!" na društvenim mrežama HZJZ-a

Ponuditelj: Media front d.o.o.

1. Relevantnost predložene ideje

Ideje obuhvaćaju zahtjeve danih specifikacija. Dodjeljujem maksimalnih 20 bodova.

2. Originalnost kreativne ideje

Ideje su originalne, obuhvaćaju sve ciljane skupine i odgovaraju ciljevima HZJZ-a u kampanji "Misli na druge - cijepi se!". Dodjeljujem 8 od maksimalnih 10 bodova.

3. Originalnost komunikacijskih poruka

Komunikacijske poruke su jednostavne i prate sličan obrazac, iako se razlikuju. Smatram kako se radi o kvalitetnom planu postizanja željenih učinaka. Dodjeljujem 10 od maksimalnih 10 bodova.

Ponuditelj: Paradigma – integrirane komunikacije d.o.o.

1. Relevantnost predložene ideje

Ideje obuhvaćaju zahtjeve danih specifikacija. Dodjeljujem maksimalnih 20 bodova.

2. Originalnost kreativne ideje

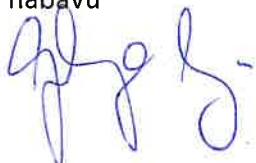
Smatram da ideje koje su ponuđene kao rješenje neće pobuditi interes ciljanih skupina u mjeru u kojoj je to potrebno. Dodjeljujem 6 od maksimalnih 10 bodova.

3. Originalnost komunikacijskih poruka

Iako se komunikacijske poruke mogu jasno iščitati, ponuđeno je potrebno doraditi. Komunikacijskim porukama nedostaje originalnosti. Dodjeljujem 5 od maksimalnih 10 bodova.

Ljilja Ljubičić, dipl.ing.chem.

Odjel za nabavu



UPISNIK O ZAPRIMANJU PONUDA

EVIDENCIJSKI BROJ NABAVE:KLASA: 406-09/21-13/27, UR.BR.381-13-132-20-2

Predmet nabave: Vođenje kampanje „Misli na druge, cijepi se“ na društvenim mrežama
HZJZ

BROJ POZIVA-U-14/21

Rok za dostavu ponuda:08.02.2021. U 11:00 SATI

Redoslijed zaprimanja

Red. broj	PONUĐITELJ	DATUM	VRIJEME	NAPOMENA
1.	ANONIMNO	08.02.2021.	10,15	
2.	ANONIMNO	08.02.2021.	10,18	
3.	DIGITAL LINK d.o.o.	08.02.2021.	10,30	
4.	SPREAD doo	08.02.2021.	10,36	
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				

*prilikom zaprimanja na omoćnicama ubilježiti redni broj ,datum i vrijeme zaprimanja

ponuda prema redoslijedu zaprimanja

*na zahtjev ponuditelja izdati potvrdu o zaprimanju ponude

*ponude su predane ovlaštenim predstavnicima naručitelja na postupak otvaranja ponuda s/bez

Nazočnosti ponuditelja, dana 08.02.2021. U 11,00 SATI

Srećko Turigap