

HRVATSKI ZAVOD ZA JAVNO ZDRAVSTVO
ZAGREB, ROCKEFELLEROVA 7
Klasa: 406-09/21-13/82
Ur.broj: 381-13-132-21-3
Zagreb, 02. lipanj 2021. godine

ZAPISNIK O OTVARANJU, PREGLEDU I OCJENI PONUDA

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

PREDMET NABAVE : *Izrada i isporuka kreativnog rješenja s produkcijom televizijskog spota, radijskog spota, novinskih oglasa, plakata, banneri za Nacionalni program ranog otkrivanja raka debelog crijeva.*

VRSTA POSTUPKA: POSTUPAK JEDNOSTAVNE NABAVE

PROCIJENJENA VRIJEDNOST NABAVE: 195.000,00 kn

Sredstva su osigurana u financijskom planu za 2021.

POZIV NA DOSTAVU PONUDE:

Poziv na dostavu ponuda otpremljen je 26. travnja 2021. godine putem elektroničke pošte na slijedeće gospodarske subjekte:

1. Status grupa d.o.o., info@statusg.hr
2. Real Grupa d.o.o., info@realgrupa.com
3. Bruketa&Žinić&Grey d.o.o., info@bruketa-zinic.com
4. 404 agency d.o.o., zagreb@404.agency

Sukladno čl. 5 Pravilnika 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

Vesna Ožanić Šinkovec, struč. spec.oec
Ivana Pinter, dipl.iur.
Ljilja Ljubičić, dipl.ing.
Danijel Trumbetaš, dipl.oec.
Prof.dr.sc. Neven Ljubičić, dr.med.
Ivana Brkić Biloš dr.med.
Izv.prof.dr.sc. Nataša Antoljak, dr.med.

PONUDE SU OTVORILI PREDSTAVNICI NARUČITELJA dana 07. svibnja 2021. godine u sastavu:
Danijel Trumbetaš, dipl.oec., i Vesna Ožanić Šinkovec, struč. spec.oec

Od ovlaštenih osoba certifikat u području javne nabave ima Danijel Trumbetaš, dipl.oec, i Vesna Ožanić Šinkovec, struč. spec.oec

ANALITIČKI PRIKAZ PRAVOVREMENO ZAPRIMLJENIH PONUDA

NAZIV PONUDITELJA	SM studio marketing komunikacije d.o.o. Zagreb, Petrinjska 31, OIB 52844677197	ČETIRI FILM d.o.o., Zagreb, Antuna Baurea 6., OIB 32845765234	BRANDMAMA d.o.o. Zagreb, Varšavska 14, OIB, 51230676954
Broj i datum ponude	39/21 od 05.05.2021. godine	01/2021 od 06.05.2021. godine	BM/HZJZ-2021 od 07.05.2021. godine
Cijena ponude bez PDV-a	164.590,00	180.295,00	99.570,00
Cijena ponude s PDV-om	205.737,50	225.368,75	124.462,50
Cijena ponude bez PDV-a nakon provjere računske ispravnosti	164.590,00	180.295,00	99.570,00
Cijena ponude s PDV-om nakon provjere računske ispravnosti	205.737,50	225.368,75	124.462,50
Računske pogreške u ponudi jesu/nisu pronađene	Nisu pronađene	Nisu pronađene	Nisu pronađene
Ponuda potpisana	DA	DA	DA
Stručna ocjena (zadovoljava/ne zadovoljava)	Zadovoljava	Zadovoljava	Zadovoljava
PONUĐA (Valjana/ nije valjana)	Valjana	Valjana	Valjana

PODACI O ISPUNJENJU TRAŽENIH ZAHTJEVA VEZANO UZ PREDMET NABAVE:

Ponuda ponuditelja SM studio marketing komunikacije d.o.o. Zagreb, dostavljena je sukladno *Pozivu na dostavu ponuda* te ispunjava tražene kriterije za odabir.

Ponuda ponuditelja ČETIRI FILM d.o.o., Zagreb, dostavljena je sukladno *Pozivu na dostavu ponuda* te ispunjava tražene kriterije za odabir.

Ponuda ponuditelja BRANDMAMA d.o.o. Zagreb, dostavljena je sukladno *Pozivu na dostavu ponuda* te ispunjava tražene kriterije za odabir.

- KRITERIJ ZA ODABIR PONUDE: ENP

Kriterij za odabir ponude je ekonomski najpovoljnija ponuda. Naručitelj će koristiti relativni model ocjene ponuda.

Kriterij za odabir ponude su:

- Kreativno rješenje i produkcija – najviše 70%, pri čemu je najveći mogući broj bodova 70
- Cijena – najviše 30%, pri čemu je najveći mogući broj 30 bodova

Najpovoljnija ponuda bit će određena temeljem bodovanja svake od niže navedenih stavki. Bit će izabrana ponuda s najvećim brojem bodova. Maksimalan broj bodova jest 100, a minimalan 0.

Ukoliko dva ponuditelja imaju isti broj bodova, odabrat će se onaj ponuditelj čija je ponuda dostavljena ranije.

A) KREATIVA I PRODUKCIJA

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

Bodovanje: Kreativno rješenje donosi do 70% ukupne ocjene, odnosno 0-70 bodova:

Relevantnost predložene ideje: 0-20 bodova

Originalnost kreativne ideje: 0-30 bodova

Definiranje komunikacijskih kanala:

1-2 kana 4 boda, 3-5 kanal 6 boda, više od 6 kanala 10 bodova

Originalnost komunikacijskih poruka: 0-10 bodova

B) CIJENA

Cijena izvedbe kreativnog rješenja i produkcije donosi do 30% ukupne ocjene, odnosno 0-30 bodova.

Najveći mogući broj bodova dodijelit će se ponudi s najnižom cijenom. Ovisno o najnižoj cijeni ponude ostale ponude dobit će manji broj bodova sukladno formuli:

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

P – broj bodova koji je ponuda dobila za ponuđenu cijenu (zakruženo na cijeli broj)

PI – najniža cijena ponuđena u postupku javne nabave

Pt – cijena ponude koja je predmet ocjene

30 – maksimalan broj bodova

Naziv necjenovnog kriterija	SM studio marketing komunikacije d.o.o.	ČETIRI FILM d.o.o.	BRANDMAMA d.o.o.
Broj bodova za ponuđenu cijenu	99.570,00/164.590,00*30=18,15 bodova	99.570,00/180.925,00*30=16,51 bod	99.570,00/99.570,00*30=30 bodova
Broj bodova za relativnost ideje	20 bodova	10 bodova	10 bodova
Broj bodova za originalnost ideje	25 bodova	5 bodova	29,70 bodova
Broj bodova za definiranje kanala i osnovnih komunikacijskih poruka	10 bodova	6 bodova	6 bodova
Broj bodova za originalnost komunikacijskih poruka	10 boda	3 boda	6 bodova
Ukupan broj bodova	83,15 bodova	40,51 bod	81,70 bodova

Za reativnost ideje ponuditelj SM studio marketing komunikacije dobio je ukupno 60 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 20 bodova.

Za reativnost ideje ponuditelj ČETIRI FILM d.o.o., dobio je ukupno 30 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 10 bodova.

Za reativnost ideje ponuditelj BRANDMAMA d.o.o., dobio je ukupno 30 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 10 bodova.

Za originalnost ideje ponuditelj SM studio marketing komunikacije dobio je ukupno 75 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 25 bodova.

Za originalnost ideje ponuditelj ČETIRI FILM d.o.o., dobio je ukupno 15 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 5 bodova.

Za originalnost ideje ponuditelj BRANDMAMA d.o.o., dobio je ukupno 89 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 29,70 bodova.

Za definiranje kanala i osnovnih komunikacijskih poruka SM studio marketing komunikacije dobio je ukupno 30 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 10 bodova.

Za definiranje kanala i osnovnih komunikacijskih poruka ČETIRI FILM d.o.o., dobio je ukupno 18 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 6 bodova.

Za definiranje kanala i osnovnih komunikacijskih poruka BRANDMAMA d.o.o., dobio je ukupno 18 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 6 bodova.

Za originalnost komunikacijskih poruka SM studio marketing komunikacije dobio je ukupno 30 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 10 bodova.

Za originalnost komunikacijskih poruka ČETIRI FILM d.o.o., dobio je ukupno 9 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 3 boda.

Za originalnost komunikacijskih poruka BRANDMAMA d.o.o., dobio je ukupno 18 bodova, što izračunom jednostavne aritmetičke sredine iznosi 6 boda.

RANGIRANJE VALJANIH PONUDA PREMA KRITERIJU ZA ODABIR

Naziv i sjedište ponuditelja	Broj bodova	Cijena ponude bez PDV-a	Cijena ponude s PDV-om
SM studio marketing komunikacije d.o.o.	83,15 bodova	164.590,00	205.737,50
BRANDMAMA d.o.o.	81,70 bodova	99.570,00	124.462,50
ČETIRI FILM d.o.o.	40,51 bod	180.295,00	225.368,75

Ponuda ponuditelja SM studio marketing komunikacije d.o.o. Zagreb, Petrinjska 31, OIB 52844677197, ostvarila je najveći broj bodova te je ekonomski najprihvatljivija ponuda.

PRIJEDLOG DONOŠENJA ODLUKU O ODABIRU: Ovlašteni predstavnici Naručitelja predlažu donošenje Odluku o odabiru ponuditelja:

SM studio marketing komunikacije d.o.o. Zagreb, Petrinjska 31, OIB 52844677197

Ovlašteni predstavnici Naručitelja:

Vesna Ožanić Šinkovec, struč. spec.oec.



Ivana Pinter, dipl.iur.



Ljilja Ljubičić, dipl.ing.

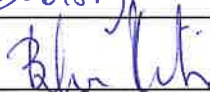


Danijel Trumbetaš, dipl.oec.

Prof.dr.sc. Neven Ljubičić, dr.med.



Ivana Brkić Biloš dr.med.



Izv.prof.dr.sc. Nataša Antoljak, dr.med.



Predmet: Stručna ocjena ponuda za izradu i isporuku kreativnog rješenja s produkcijom televizijskog i radio spota, novinskih oglasa, plakata i bannera za Nacionalni program ranog otkrivanja raka debelog crijeva

Na poziv za dostavu ponude za izradu i isporuku kreativnog rješenja s produkcijom televizijskog i radio spota, novinskih oglasa, plakata i bannera za Nacionalni program ranog otkrivanja raka debelog crijeva ponude su dostavila tri ponuđača:

1. Brandmama
2. SM Marketing
3. 4film

Sve tri dostavljene ponude su uspješno definirale kreativno rješenje a ponuđači su ih zadovoljavajuće prezentirali.

Stručno povjerenstvo, u sastavu: prof.dr.sc. Nataša Antoljak dr.med, prof.dr.sc. Neven Ljubičić, dr.med, i Ivana brkić Biloš dr.med., proučilo je dostavljene ponude i bodovalo ponude prema slijedećim kriterijima za stručni odabir kreative i produkcije (do 70% ukupne ocjene, odnosno 0-70 bodova):

1. Relevantnost predložene ideje: 0-20 bodova
2. Originalnost ideje: 0-30 bodova
3. Definiranje kanala i osnovnih komunikacijskih poruka: 0-10 bodova
4. Originalnost komunikacijskih poruka: 0-10 bodova

Originalnost ideje je najbolja u ponudi ponuđača Brandmama jer pobuđuje pažnju gledatelja da saznaju što je poruka spota, no, ujedno ima najslabiju originalnost komunikacijskih poruka a moguće je da u gledatelja izazove strah i nelagodu. Također je pogrešna asocijacija da se radi o pregledu vida tako da ponuda ima i nisku relevantnost predložene ideje a definira manje kanala i osnovnih poruka od drugog ponuđača (SM marketing).

Kreativa ponuđača SM Marketing dobila je najveći broj bodova jer je postigla maksimum za relevantnost predložene ideje koja jasno prenosi poruku ciljnoj skupini, a definira i najveći broj komunikacijskih kanala te ima najoriginalniju komunikacijsku poruku. Originalnost ideje je bolja od ponuđača 4film, ali nešto lošija od ponuđača Brandmama.

Originalnost ideje ponuđača 4film je najslabija jer je slična korištena u jednom od ranijih spotova. Relevantnost predložene ideje je niska kao i originalnost komunikacijskih poruka a definira manji broj komunikacijskih kanala od ponuđača SM Marketing.

Nakon zbrajanja postignutih ocjena svih troje članova stručnog povjerenstva, najveći broj bodova dobila je ponuda ponuđača SM Marketing. Stručno povjerenstvo donijelo je odluku da se, temeljem iz navedenih kriterija u ponudi, izabere ponuda ponuđača SM Marketing.



stručnu ocjenu sastavila: prof.dr.sc. Nataša Antoljak, dr.med.

Prilog-tablica izračuna bodova

Naziv tvrtke ponuđača	Relevantnost ideje 0- 20 bodova	Originalnost ideje 0-30 bodova	Defin. kom. kanala: 1-2=4 boda, 3-5=6 boda, više od 6=10 bodova	Originalnost komunik. poruka 0-10 bodova	Ukupno bodova (70%)
4 film	11	4	6	4	25
SM marketing	20	25	10	10	65
Brandmama	13	30	6	7	56


 Ivana Brkić Bilos, dr.med.
 spec.epidemiolog

Naziv tvrtke ponuđača	Relevantnost ideje 0-20 bodova	Originalnost ideje 0-30 bodova	Defin. kom. kanala: 1-2=4 boda, 3-5=6 boda, više od 6=10 bodova	Originalnost komunik. poruka 0-10 bodova	Ukupno bodova (70%)
4 film	9	6	6	2	23
SM marketing	20	23	10	10	63
Brandmama	9	30	6	5	50

Antoljak

prof.dr.sc. Nataša Antoljak, dr.med.

Naziv tvrtke ponuđača	Relevantnost ideje 0- 20 bodova	Originalnost ideje 0-30 bodova	Defin. kom. kanala: 1-2=4 boda, 3-5=6 boda, više od 6=10 bodova	Originalnost komunik. poruka 0-10 bodova	Ukupno bodova (70%)
4 film	10	5	6	3	24
SM marketing	20	27	10	10	67
Brandmama	8	29	6	6	49

prof.dr.sc. Neven Ljubičić, dr.med.