

PREGLED POSTUPKA #94664

1 PODACI O NARUČIOCU

Naziv naručioca	NACIONALNA TURISTIČKA ORGANIZACIJA CRNE GORE
PIB	02242508
E-mail	snezana.pavlovic@montenegro.travel
Telefon	077/100-004, 067/241-251
Internet adresa	www.montenegro.travel
Fax	
Adresa	Ulica Slobode 2
Grad	Podgorica
Poštanski broj	81000

2 OSNOVNI PODACI

Opis predmeta javne nabavke	Angažovanje marketinške agencije za oglašavanje za tržište Francuske/ 3. Subject of procurement (name): Employing a marketing agency for advertising
Status	U toku
Vrsta predmeta	Usluge
Vrsta postupka	Jednostavna nabavka
Službenik za javne nabavke	Snežana Pavlović
Kontakt	077/100-004
Datum objave	19.06.2025. 20:35

Napomena	Ponuda se sačinjava na: crnogorski jezik i drugi jezik koji je u službenoj upotrebi u Crnoj Gori, u skladu sa Ustavom i zakonom ili engleskom jeziku . Dokazi sačinjeni na jeziku koji nije jezik ponude, dostaviće se na jeziku na kojem su sačinjeni i u prevodu na jezik ponude od strane tumača, u formi originala ili ovjerene kopije. Ako je ponuđena cijena 0,00 EUR-a prilikom vrednovanja te cijene po kriterijumu cijena uzima se da je ponuđena cijena 0,01 EUR./ The offer is made in:the Montenegrin language and other official languages of Montenegro, in conformity with the Constitution and law Or In English language. Evidence prepared in a language other than the language of the offer must be submitted in the language in which it was prepared and in translation into the language of the offer by an interpreter, as an original or a certified copy. When analyzing the price according to the pricing criterion, if the quoted price is 0.00 EUR, the price is 0.01 EUR.
----------	---

3 FAZE U POSTUPKU

Vrsta faze	Opis	Početak podnošenja	Kraj podnošenja	Datum otvaranja	Status
Zahtjev za podnošenje ponuda	zahtjev za dostavljanje ponuda	19.06.2025 20:35	01.07.2025 09:00	01.07.2025 09:00	U toku

4 DODATNE INFORMACIJE

Predmet javne nabavke se nabavlja	kao cjelina
Posebni oblici javne nabavke	
Okvirni sporazum	Ne
Dinamički sistem nabavki	Ne
Elektronska aukcija	Ne
Elektronski katalog	Ne
Nabavka se sprovodi kao	
Zajednička nabavka	Ne
Centralizovana nabavka	Ne
Nabavka je	
Zelena	Ne
Društveno odgovorna	Ne

5 STAVKE PLANA

Ne postoje definisane stavke plana

6 USLOVI ZA UČEŠĆE U POSTUPKU I ZAHTJEVI U POGLEDU NAČINA IZVRŠAVANJA PREDMETA NABAVKE

Opis	Tip uslova / zahtjeva
U postupku jednostavne nabavke može da učestvuje samo privredni subjekat koji je je upisan u Centralni registar privrednih subjekata ili drugi odgovarajući registar u državi u kojoj privredni subjekat ima sjedište, što se dokazuje dostavljanjem dokaza o registraciji u Centralnom registru privrednih subjekata ili drugom odgovarajućem registru u državi u kojoj privredni subjekat ima sjedište, sa podacima o ovlašćenom licu, odnosno izvršnom direktoru privrednog subjekta. Napomena:ako više privrednih subjekata podnosi zajedničku ponudu, svaki privredni subjekat je dužan da ispunjava ovaj uslov (član 126 stav 8 Zakona o javnim nabavkama)./Only a business entity that is registered in the Central Register of Business Entities or another applicable register in the state where the business entity has its headquarters is eligible to participate in the simple procurement method, which is demonstrated by presenting proof of registration in the Central Register of Business Entities or another appropriate register in the state where the business entity has its headquarters, with information on the authorized person, i.e. the executive director. Note: if multiple business entities submit a joint bid, each business entity must meet this requirement (Article 126, paragraph 8 of the Public Procurement Law).	Uslovi za obavljanje djelatnosti

Privredni subjekat je dužan da posjeduje minimum iskustva na kvalitetnom i uspješnom izvršavanju istih ili sličnih poslova iz oblasti predmeta nabavke što se dokazuje potvrdama izdatih od strane korisnika o pruženim uslugama o kvalitetnom i uspješnom izvršavanju istih ili sličnih poslova iz oblasti predmeta nabavke - iskustvo na kvalitetnom i uspješnom realizovanju minimum 3 usluga tokom prethodnih godina ali ne duže od pet godina, računajući i godinu u kojoj je započet postupak nabavke, koja sadrži opis i vrijednost predmeta nabavke, vrijeme realizacije ugovora i konstataciju da je ugovor blagovremeno i kvalitetno izvršen; i kontakt lice, njegovu mail adresu i telefon, za provjeru podataka iz potvrde. Minimum dvije potvrde moraju biti izdate od strane turističkih organizacija. Pod istim ili sličnim poslovima podrazumjevaju se usluge iz oblasti marketinga u turizmu pojedinačne vrijednosti minimum 18.000 € realizovane na tržištu Francuske. Kao validne potvrde će se uzimati za one usluge koje su realizovane tokom prethodnih 5 godina računajući od roka koji je određen kao rok za dostavljanje ponuda./ The business entity is obliged to have a minimum of experience in the high-quality and successful performance of the same or similar jobs in the field of the procurement subject⁶, which is proven by certificates issued by the user about the services provided, on the high-quality and successful performance of the same or similar jobs in the field of the procurement subject - experience in high-quality and the successful implementation of a minimum of 3 (three) services during the previous years, but no longer than five years, including the year in which the procurement procedure was initiated, which contains the description and value of the procurement object, the time of contract implementation and the statement that the contract was executed in a timely and quality manner⁷ and the contact person, his e-mail address and phone number, to check the data from the confirmation. A minimum of two certificates must be issued by tourist organizations. Under the same or similar jobs are understood services from the field of marketing in tourism with an individual value of at least €18,000 realized on the French market. Services that were realized during the previous 5 years, counting from the deadline set as the deadline for submission of offers will be taken as valid certificates.

Stručna i tehnička sposobnost

Ponuđači su dužni da uz ponudu dostave Izjavu ponuđača o ispunjenosti uslova utvrđenih zahtjevom i nepostojanju sukoba interesa, elektronski potpisanu od strane ovlašćenog lica ponuđača, koja se sačinjava na OBRASCU 2, koji je propisan Pravilnikom o načinu sprovođenja jednostavnih nabavki (Sl.list CG br. 16/23, 20/23, 36/23 ,114/23, 49/24 i 114/24)./Bidders are required to submit, along with their offer, a Bidder's Statement on Compliance with the Requirements Set Forth in the Request and on the Absence of Conflict of Interest, electronically signed by the authorized representative of the bidder. This statement must be prepared using FORM 2, as prescribed by the Rulebook on the Manner of Conducting Simple Procurement Procedures (Official Gazette of Montenegro Nos. 16/23, 20/23, 36/23, 114/23, 49/24, and 114/24).	Obrazac 2
Izjava ponuđača da će u svom timu angažovati lice koje ima aktivno znanje francuskog jezika nivoa C2 shodno DALF - Diplôme approfondi de langue française (Napredna diploma francuskog jezika) ili mu je francuski jezik maternji jezik. NAPOMENA: Izjava mora biti potpisana od strane ovlašćenog lica./The offeror's declaration that he will hire a person in his team who has an active knowledge of the French language at level C2 according to the DALF - Diplôme approfondi de langue française (Advanced French Language Diploma) or whose mother tongue is French. NOTE: The statement shall be signed by an authorized person.	Drugi uslovi
Rok izvršenja ugovora je 1.12.2025.godine./The deadline of the contract's execution is December 1st 2025.	Rok izvršenja ugovora
Mjesto izvršenja ugovora je Francuska,/France is the location of contract execution.	Mjesto izvršenja ugovora
Rok plaćanja je: Plaćanje će se izvršiti po završetku sukcesivnih usluga, i to najkasnije u roku od 30 dana od dana ispostavljanja fakture./The payment terms are as follows: payment is due upon completion of successive services and no later than 30 days from the date of the invoice.	Rok plaćanja
Način plaćanja je: virmanski./The method of payment: bank payment	Način plaćanja

7 KRITERIJUMI ZA IZBOR NAJPOVOLJNIJE PONUDE

Opis
Cijena

8 PREDMET NABAVKE

Procijenjena vrijednost nabavke: 18.000,00 EUR

TEHNIČKA SPECIFIKACIJA PREDMETA NABAVKE

	Opis predmeta nabavke	Bitne karakteristike predmeta nabavke	Količina
1	Izrada plana za oglašavanje sa vremenskim okvirom /Development of an advertising plan with a timeline	• Ponuđač je u obavezi da najkasnije u roku od 10 dana od dana zaključenja ugovora dostavi Naručiocu posla na saglasnost predlog plana oglašavanja, koji uključuje: kanal promocije, format, ciljne grupe, KPI sa vrijednostima, vremenski okvir, druge informacije koje su važne za realizaciju oglašavanja. • Izvršilac je u obavezi da prezentuje Plan oglašavanja predstavnicima Naručioca u trajanju od maksimalno 2 sata. • Naručilac daje saglasnost na plan oglašavanja. /● The Contractor is obliged to submit to the Client, for approval, a draft advertising plan no later than 10 days from the date of contract signing. The plan should include: promotion channels, format, target groups, KPIs with values, timeline, and other relevant information necessary for the implementation of the advertising campaign. ● The Contractor is required to present the Advertising Plan to the Client’s representatives in a session lasting no more than 2 hours. ● The Client provides approval for the advertising plan.	1,00 komplet/set
		2. Oglašavanje • Cilj je unaprijediti prepoznatljivost Crne Gore kao destinacije dostupne tokom cijele godine, ističući njene	

prirodne i kulturne raznolikosti, ponudu avanturističkih aktivnosti, autentična sela, bogatstvo turističkih atrakcija, raznovrsne ture, kulturnu baštinu kao i lokalne običaje i tradiciju.

- Ponuđač je obavezan da realizuje najmanje četiri oglašavanja u vodećim francuskim medijima (štampanim i/ili online, i/ili elektronskim medijima – TV i radio stanicama), koristeći formate oglasnih reklama, advertorijala ili prilagođene formate kojimogu uključivati kombinaciju promotivnog i uredničkog sadržaja, sponzorisanе rubrike, intervjue, reportaže, video sadržaje, gostovanja u emisijama ili druge kreativne formate koji doprinose boljoj vidljivosti i promociji.

- Odabrani mediji treba da ispune sljedeće kriterijume:

Štampani mediji

Minimalna čitanost po izdanju treba biti najmanje 300.000 čitalaca po izdanju i treba biti zadovoljeno najmanje dva od sljedećih kriterijuma:

1. Distribucija ka ciljnoj publici:

- ☐ Najmanje 40% čitalaca starijih od 30 godina sa srednjim do visokim prihodima

- ☐ Distribucija na posebnim lokacijama gdje je velika posjećenost potencijalnih turista (u transportnim sredstvima, hotelima i sl.)

2. Tematska relevantnost:

- ☐ Najmanje 25% sadržaja posvećeno turizmu, destinacijama, kulturi ili životnom stilu

3. Vidljivost kroz kanale medija:

- ☐ Web sajt medija sa minimum 700.000 mjesečnih posjeta iz Francuske

- ☐ Društvene mreže sa minimum 50.000 ukupnih pratilaca

Online mediji

Minimalna posjećenost sajta treba biti najmanje 200.000 posjeta mjesečno i treba biti zadovoljeno najmanje dva od sljedećih kriterijuma:

1. Geolokacija i profil publike:

☐ Najmanje 50% posjetilaca iz Francuske

☐ Publika s interesovanjem za putovanja, kulturu, lifestyle ili luksuz

2. Tematska relevantnost:

☐ Najmanje 30% sadržaja posvećeno turizmu i putovanjima

3. Društvene mreže:

☐ Minimum 50.000 ukupnih pratilaca

☐ Aktivna objava i engagement u vezi sa turizmom

Elektronski mediji (TV i radio)

Tržišni udio u gledanosti/slušanosti treba biti minimum 0,3% udjela u nacionalnoj gledanosti (TV) ili slušanosti (radio) i treba biti ispunjeno najmanje dva od kriterijuma u nastavku.

Profil publike:

☐ Ciljna grupa od najmanje 40% starijih od 30 godina sa interesovanjem za putovanja, kulturu, životni stil

Tematska relevantnost sadržaja:

☐ Emisije koje se tematski odnose na putovanja, destinacije, životni stil, kulturu, gastronomiju

Digitalna dostupnost sadržaja:

☐ Dostupnost snimka ili priloga putem drugih platformi kao što je npr. YouTube.

- Plaćena oglašavanja, gdje je to moguće, treba da budu povezana sa uredničkim sadržajem kako bi se povećala konverzija, bilo kroz istovremeno objavljivanje oglasa i uredničkog teksta u istom izdanju, bilo kroz međusobnu

		podršku sadržaja u različitim izdanjima. Detaljni uslovi i načini realizacije svakog pojedinačnog oglašavanja biće dogovoreni sa Naručiocem prije početka realizacije kampanje na tržištu Francuske. Za svako pojedinačno oglašavanje potrebna je prethodna saglasnost Naručioca na izbor medija, sadržaj i izgled oglasnog rješenja. • Naručilac posla će Izvršiocu dostaviti raspoložive materijale (video i foto materijal) za izradu oglasnih rješenja i potrebne informacije na engleskom jeziku za pripremu tekstualnog sadržaja oglasnih rješenja/advertorijala. Pisanje teksta (copywriting) na francuskom jeziku i grafički dizajn je obaveza Ponuđača. • Ponuđač je u obavezi da garantuje sljedeće ključne pokazatelje uspjeha KPI zavisno od medija koji je izbor oglašavanja: ☐ Oglas u štampanim medijima: čitanost od najmanje 300.000 čitalaca ☐ Pregled oglasa (impresije) u digitalnim medijima: min. 200.000 ☐ Elektronski mediji (TV/radio stanice): 0,3% tržišnog udjela na nacionalnom nivou./ 2. Advertising • The objective is to enhance the visibility of Montenegro as a year-round destination by highlighting its natural and cultural diversity, adventure activity offerings, authentic villages, a wealth of tourist attractions, various tours, cultural heritage, and local customs and traditions. • The Contractor is required to carry out at least four	5,00 komplet/set
--	--	--	------------------

advertising placements in leading French media (print and/or online and/or electronic media – TV and radio stations), using advertising formats, advertorials, or customized formats that may include a mix of promotional and editorial content, sponsored segments, interviews, features, video content, TV/radio appearances, or other creative formats that enhance visibility and promotion.

- Selected media outlets must meet the following criteria:

Print Media

Minimum readership per issue must be at least 300.000 readers, and at least two of the following criteria must be met:

1. Distribution to target audience:

- ☐ At least 40% of readers over the age of 30 with medium to high income
- ☐ Distributed in high-traffic locations visited by potential tourists (e.g., transport hubs, hotels)

2. Thematic relevance:

- ☐ At least 25% of content dedicated to tourism, destinations, culture, or lifestyle

3. Visibility through media channels:

- ☐ Media website with at least 700,000 monthly visits from France
- ☐ Social media presence with a minimum of 50,000 total followers

Online Media

Minimum website traffic must be at least 200.000 visits per month, and at least two of the following criteria must be met:

1. Geolocation and audience profile:

- ☐ At least 50% of visitors from France
- ☐ Audience interested in travel, culture, lifestyle, or luxury

2. Thematic relevance:

- ☐ At least 30% of content dedicated to tourism and travel

3. Social media:

- ☐ At least 50,000 total followers
- ☐ Active posting and engagement related to tourism

Electronic Media (TV and Radio)

Market share in viewership/listenership must be at least 0,3% of the national audience, and at least two of the following criteria must be met:

1. Audience profile:

- ☐ At least 40% of the audience over the age of 30, with an interest in travel, culture, and lifestyle

2. Thematic relevance of content:

- ☐ Programs thematically related to travel, destinations, lifestyle, culture, gastronomy

3. Digital availability of content:

- ☐ Availability of recordings or features on other platforms such as YouTube

- Paid advertisements, where possible, should be linked with editorial content to increase conversion—either by simultaneous publication of advertisements and editorial text in the same edition, or through complementary content in different editions.

Detailed conditions and methods of implementation for each individual advertisement will be agreed upon with the Client before the start of the campaign in the French market. Prior approval by the Client is required for each advertisement regarding media selection, content, and design of the advertising solution.

- The Client will provide the Contractor with available materials (video and photo) and necessary information in English for preparing the written content of the advertisements/advertorials. Text writing (copywriting) in French and graphic design are the responsibility of the Contractor.
- The Contractor is required to guarantee the following key performance indicators (KPIs), depending on the selected media for advertising:

Print media ad: Minimum readership of 300.000

Digital media ad impressions: Minimum 200.000

Electronic media (TV/radio): Minimum 0,3% market share at the national level.

3	Izvještavanje/Reporting	• Izvršilac je u obavezi da dostavi izvještaj o realizovanim aktivnostima i kliping medija sa objavama, dosegom/brojem pregleda./The Contractor is required to submit a report on the implemented activities, along with media clippings of the publications, including reach/view count.	1,00 komplet/set
---	-------------------------	---	------------------