

PREGLED POSTUPKA #104317

1 PODACI O NARUČIOCU

Naziv naručioca	TURISTIČKA ORGANIZACIJA OPŠTINE BUDVA
PIB	02410575
E-mail	info@budva.travel
Telefon	033/402-814
Internet adresa	www.budva.travel
Fax	033/402-550
Adresa	Meditranska 8/6 TQ Plaza
Grad	Budva
Poštanski broj	85310

2 OSNOVNI PODACI

Opis predmeta javne nabavke	Media buying Crna Gora - ponovljeni postupak
Status	U toku
Vrsta predmeta	Usluge
Vrsta postupka	Jednostavna nabavka
Službenik za javne nabavke	Šćepan Vavić
Kontakt	darja.marovic@budva.travel;
Datum objave	27.11.2025. 14:00
Napomena	-

3 FAZE U POSTUPKU

Vrsta faze	Opis	Početak podnošenja	Kraj podnošenja	Datum otvaranja	Status
Zahtjev za podnošenje ponuda	Zahtjev za podnošenje ponuda	27.11.2025 14:00	02.12.2025 10:00	02.12.2025 10:00	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

Godina	Opis	Vrijednost nabavke	Vrijednost PDV	Okvirni sporazum	Vrijednost OS	Vrijednost PDV OS	Vrsta postupka
2025	TURISTIČKA ORGANIZACIJA OPŠTINE BUDVA Media buying Crna Gora 79342100 - Usluge direktnog marketinga	12.396,68 EUR	2.603,32 EUR	-	-	-	Jednostavna nabavka

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

Opis	Tip uslova / zahtjeva
U postupku javne nabavke može da učestvuje samo privredni subjekat koji 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, sa podacima o ovlašćenom licu privrednog subjekta.	Uslovi za obavljanje djelatnosti
U roku od 30 dana od dana uredno dostavljene fakture, a na osnovu izvještaja o realizaciji kampanje.	Rok plaćanja
Ponuđač je u obavezi da dostavi ovjerenu i potpisanu izjavu da će u slučaju da bude izabran kao najpovoljniji ponuđač biti saglasan da Naručilac zadržava pravo izmjene perioda, trajanja, načina i obima realizacije kampanje, kao i podjele kampanja na više kraćih, a u okviru planiranog.	Drugi uslovi
Ugovor se potpisuje na period od 12 mjeseci od dana zaključivanja ugovora, ili do utroška ugovorenih sredstava, zavisno koji od ova dva uslova prvi nastupi.	Rok izvršenja ugovora
Na predlog izvršioca i u predviđenom roku, potreban materijal, promotivne video i radio spotove dostavlja Naručilac. Obradu materijala po potrebi vrši Izvršilac.	Drugi uslovi
Sva prava korišćenja promotivnih spotova ostaju u vlasništvu Naručioca. Izvršilac ima pravo korišćenja istih isključivo u svrhu realizacije ugovorenih kampanja.	Drugi uslovi
Ponuđač je dužan da izradi i dostavi media plan na odobrenje Naručiocu, izvrši zakup i obezbijedi emitovanje promotivnih video/radio spotova u skladu sa odobrenim planom.	Drugi uslovi
Po završetku svake kampanje, izvršilac je dužan da naručiocu dostavi tabele sa svim terminima emitovanja (datum, vrijeme, program), potvrde o emitovanju izdate od strane medijskih kuća i izvještaj o realizaciji sa uporednim pregledom planiranih i realizovanih emitovanja.	Drugi uslovi

U cilju jednostavnije komunikacije i operativnosti neophodno je da Ponuđač obezbijedi jednu kontakt osobu koja će komunicirati sa timom Turističke organizacije opštine Budva na svim poslovima vezanim za predmet ove jednostavne nabavke usluga. Kontakt osoba je u obavezi da tražene izmjene izvrši u najkraćem roku i da naručiocu bude na raspolaganju 24 časa dnevno u toku trajanja kampanja, imajući u vidu krizne situacije.	Drugi uslovi
Ciljevi kampanja su promocija turističke ponude Budve, povećanje prepoznatljivosti i interesovanja za manifestacije u organizaciji Turističke organizacije opštine Budva i privlačenje većeg broja posjetilaca tokom važnih zimskih i proljećnih događaja. Ciljna grupa obuhvata domaću i regionalnu publiku, turiste starosti 18–55 godina, ljubitelje putovanja, događaja i zabave. Neophodno je da aktivnosti budu rezultat razumijevanja zadatih ciljeva i potreba Turističke organizacije opštine Budva.	Drugi uslovi
Virmanski	Način plaćanja
Izjava ponuđača o ispunjenosti uslova utvrđenih zahtjevom i nepostojanju sukoba interesa, potpisana od strane ovlašćenog lica ponuđača, data na Obrascu 2, preuzimanjem na posebnom aplikativnom dijelu elektronskog sistema javnih nabavki definisana Članom 9 stav 10 Pravilnika o načinu sprovođenja jednostavnih nabavki (“Službeni list Crne Gore”, br. 16/23, 20/23, 36/23, 114/23, 49/24 i 114/24).	Obrazac 2
Privredni subjekat je dužan da posjeduje iskustvo na kvalitetnom i uspješnom izvršavanju sličnih poslova iz oblasti predmeta nabavke (usluge medijske kampanje) a što se dokazuje potvrdama izdatim od strane korisnika o kvalitetnom i uspješnom izvršavanju sličnih poslova iz oblasti predmeta nabavke - iskustvo na kvalitetnom i uspješnom realizovanju sličnih usluga i to minimum tri reference sličnih projekata (medijske kampanje) a u prethodnih 3 godine, računajući i godinu u kojoj je započet postupak javne nabavke, koje sadrže opis i vrijednost predmeta nabavke, vrijeme realizacije ugovora, konstataciju da je ugovor blagovremeno i kvalitetno izvršen i podatke o kontakt osobi za provjeru istinitosti podataka.	Stručna i tehnička sposobnost
U slučaju objektivnih okolnosti koje onemogućavaju emitovanje na planiranom mediju ili u planiranom okviru, naručilac može, na predlog izvršioca, odobriti zamjenu medija ekvivalentnog dometa i relevantnosti, kao i promjenu okvira tako da broj emitovanja video odnosno radio spota ostane isti.	Drugi uslovi

7 KRITERIJUMI ZA IZBOR NAJPOVOLJNIJE PONUDE

Opis
Cijena

8 PREDMET NABAVKE

Procijenjena vrijednost nabavke: 12.396,68 EUR

TEHNIČKA SPECIFIKACIJA PREDMETA NABAVKE

	Opis predmeta nabavke	Bitne karakteristike predmeta nabavke	Količina
1	Kampanja "Doček Nove 2026 godine" - Zakup medijskog prostora za emitovanje tv spotova na TV Vijesti	Medij: TV Vijesti; Period kampanje: Decembar 2025; Trajanje spota - 40 sekundi; Trajanje video spotova može odstupati ±5 sekundi Trajanje kampanje i minimalan broj emitovanja: 7 dana x 2 emitovanja dnevno = ukupno 14 emitovanja; Napomena: Primetime emitovanje	1,00 kampanja
2	Kampanja "Doček Nove 2026 godine" - Zakup medijskog prostora za emitovanje tv spotova na TV Prva	Medij: TV Prva; Period kampanje: Decembar 2025 ; Trajanje spota - 40 sekundi;Trajanje video spotova može odstupati ±5 sekundi Trajanje kampanje i minimalan broj emitovanja: 10 dana, ukupno 25 emitovanja; Napomena: primetime i non-primetime emitovanje.	1,00 kampanja
3	Kampanja "Doček Nove 2026 godine" - Zakup medijskog prostora za emitovanje radio spotova na Radio S	Medij: Radio S; Period kampanje: Decembar 2025; Trajanje spota - 40 sekundi; Trajanje radio spotova može odstupati ±5 sekundi; Trajanje kampanje i minimalan broj emitovanja: 30 dana x 3 emitovanja dnevno = ukupno 90 emitovanja; Napomena: Primetime emitovanje	1,00 kampanja

4	Kampanja "Doček Nove 2026 godine" - Zakup medijskog prostora za emitovanje radio spotova na DRS (Drugačija radio stanica) radiju	Medij: Drugačija radio stanica; Period kampanje: Decembar 2025; Trajanje spota - 40 sekundi; Trajanje radio spotova može odstupati ± 5 sekundi; Trajanje kampanje i minimalan broj emitovanja: 30 dana x 4 emitovanja dnevno = ukupno 120 emitovanja; Napomena: Primetime emitovanje	1,00 kampanja
5	Kampanja "Karneval 2026 godine" - Zakup medijskog prostora za emitovanje tv spotova na RTCG	Medij: RTCG; Period kampanje: April 2026; Trajanje spota - 40 sekundi; Trajanje video spotova može odstupati ± 5 sekundi Trajanje kampanje i minimalan broj emitovanja: 7 dana x 2 emitovanja dnevno = ukupno 14 emitovanja; Napomena: Primetime emitovanje	1,00 kampanja
6	Kampanja "Karneval 2026 godine" - Zakup medijskog prostora za emitovanje tv spotova na PINK M televiziji	Medij: PINK M televizija; Period kampanje: April 2026 ; Trajanje spota - 40 sekundi; Trajanje video spotova može odstupati ± 5 sekundi; Trajanje kampanje i minimalan broj emitovanja: 10 dana, 25 emitovanja = ukupno 30 emitovanja; Napomena: primetime i non-primetime emitovanje	1,00 kampanja
7	Kampanja "Karneval 2026" - Zakup medijskog prostora za emitovanje radio spotova na Radio S	Medij: Radio S; Period kampanje: April 2026; Trajanje spota - 40 sekundi; Trajanje radio spotova može odstupati ± 5 sekundi; Trajanje kampanje i minimalan broj emitovanja: 30 dana x 3 emitovanja dnevno = ukupno 90 emitovanja; Napomena: Primetime emitovanje	1,00 kampanja
8	Kampanja "Karneval 2026" - Zakup medijskog prostora za emitovanje radio spotova na ELMAG radiju	Medij: Radio ELMAG; Period kampanje: April 2026; Trajanje spota - 40 sekundi; Trajanje radio spotova može odstupati ± 5 sekundi; Trajanje kampanje i minimalan broj emitovanja: 30 dana x 4 emitovanja dnevno = ukupno 120 emitovanja; Napomena: Primetime emitovanje	1,00 kampanja