

Pitanja - URBANO OGLAŠAVANJE:

1. Zašto trajanje ugovora nije planirano na 5 godina? Trajanje ugovora na 1 godinu je sa stajališta branše i struke neprihvatljivo. Priroda posla je takva da se oglasne površine prodaju za 12 mjeseci

- trajanje ugovora planirano je na jednu godinu prvenstveno iz razloga jer već u ovoj, prvoj godini koja je predmet natječaja, dajemo u zakup „stara“ vozila (41 autobus), koja nisu u redovnom prometu. Iduće godine autobusa raspoloživih za oglašavanje biti će još manji, a upitno je koliko će tih vozila uopće biti u prometu u narednim godinama.

Stoga zakupodavac ne može garantirati broj dana koji će vozila biti u prometu, a obzirom na to definirao je trajanje ugovora i početna cijenu.

2. U dokumentaciji kažete da zakupoprimac o svom trošku obiljepljuje zamjenski autobus. To nije prihvatljivo jer nije greška zakupoprimca već zakupodavca koji nije u razumnom roku popravio autobus. Mišljenja smo, da u ovom slučaju trebalo bi podijeliti trošak na način da zakupodavac pokriva 50% troška nove produkcije iz službenog cjenika zakupoprimca. Da li Autotrolej prihvaća svoj dio troška u visini 50% cijene produkcije iz cjenika zakupoprimca?

- istu primjedbu na natječaj dali su i iz Info Media Grup-a. Primjedba je prihvaćena te je dokumentacija izmijenjena na način da se trošak obiljepljivanja zamjenskog vozila snosi u o mjeru 50% zakupac, 50% ATR, kao što je bilo i u prethodnom ugovoru.

3. U dokumentaciji Autotrolej navodi da se u svakom slijedećem isključnom krugu godišnja zakupnina podiže za najmanje 10%. Da li se misli na 10% od zadnje licitirane cijene pa povećano 10% ili od početne?

- u svakom isključnom krugu licitirana cijena povećava se 10% od početne cijene, te je to sada izričito navedeno i u natječajnoj dokumentaciji

4. U dokumentacije Autotrolej traži oglašavanje po cijeni od 1 (jednog) eura na 3 (tri) dodatna autobusa koji nisu dani u zakup, za potrebe Autotroleja i vlasnika. Sukladno odredbama Zakona o porezu na dodanu vrijednost nije moguće da Autotrolej traži »gratis« ili ispod svake tržišne cijene (jedan euro) oglašavanja na svojim autobusima jer se izlaže prekršajnoj odgovornosti. Tko će biti u obvezi plaćanja poreznih davanja na oglašavanja po 1 euro, koja je ispod svake tržišne cijene na tržištu, u odnosu na realne tržišne cijene obavljenog posla?

- istu primjedbu na natječaj dali su i iz Info Media Grup-a. Natječajna dokumentacija je izmijenjena i odabrani ponuditelj neće biti u obvezi oglašavati za potrebe zakupodavca.

5. Molimo za točnu informaciju kakva je trenutna popunjenost reklama na autobusima i koji je postupak preuzimanja i plaćanja? Jesu li svi autobusi prazni i preuzimamo li sve površine istovremeno 8 dana od zaključenja natječaja kako je navedeno u natječajnoj dokumentaciji? Ili se autobusi preuzimaju postupno i kakva je dinamika preuzimanja i plaćanja?

- trenutno je na autobusima koji su u natječaju 13 reklama Info Media grupe i 4 reklame Urbanog oglašavanje. Zauzetost ćemo utvrditi primopredajnim zapisnikom i za autobuse koji ne budu na raspolaganju izabranom ponuditelju umanjiti će se

mjesečna zakupnina do njihovog preuzimanja. Način umanjenja je izlicitirana cijena/41 autobus = mjesečna cijena po autobusu).

Prilikom primopredaje priznajemo samo reklame koje se zaista nalaze na autobusima.

6. Molimo vas za precizniju specifikaciju popisa vozila, uključujući marku i model autobusa, registracijski broj i godište proizvodnje.

- u izmijenjenoj dokumentaciji je popisa vozila s markom, modelom i godištem proizvodnje, kao i trenutnom registarskom oznakom.

7. Molimo vas za jasniju definiciju pojma "oglašavanje za potrebe Autotroleja". Uključuje li taj koncept i produkciju oglasa na tri autobusa? Koliko puta godišnje je planirano takvo oglašavanje na autobusima?

- natječajna dokumentacije je izmijenjena i nema obveze oglašavanja za potrebe zakupodavca

8. Namjerava li Autotrolej smanjiti mjesečni najam za autobuse koji neće biti u prometu na temelju mjesečnog izvještaja koji se dostavlja od strane Autotroleja?

- kao što je navedeno u odgovoru na 1. pitanje, obzirom da se radi o vozilima koja nisu u redovnom prometu zakupodavac ne može garantirati broj dana u prometu te stoga neće vršiti obračune i umanjivati zakupninu temeljem mjesečnih obračuna izlaznosti. Stoga je i početna zakupnina utvrđena u godišnjem iznosu od 24.000 EUR. Zakupodavac će stavljati vozila u promet prema svojim potrebama.

9. U dokumentaciji primjećujemo razliku kod uvjeta plaćanja u tekstu dokumentacije i tekstu prijedloga ugovora. Molimo vas za pojašnjenje, koji uvjeti plaćanja su zapravo važeći u ovom slučaju?

- plaćanje je predviđeno za tekući mjesec do 15-tog u mjesecu za tekući mjesec zbog toga jer je zakupnina fiksna i neće se mjesečno utvrđivati prema izlaznosti autobusa

10. Vežano na objavljenu dokumentaciju javnog natječaja za davanje u zakup vanjskih oglasnih površina na autobusima KD Autotrolej d.o.o. (putem licitacije), objavljenog 25.08.2023.g., tražimo dodatna pojašnjenja za dijelove istog kako slijedi:

U 19. članku prijedloga teksta ugovora, obaveza je Zakupodavca nakon isteka ugovorenog vremena ili u slučaju prijevremenog raskida ovog Ugovora ispuniti obavezu zakupa oglasnih površina prema krajnjim kupcima - oglašivačima. Molimo za pojašnjenje stavka 4, članka 19, odnosno da li je taj stavak koji govori o 1 (jednom) godišnjem produženju povezan s ugovorima s oglašavačima ili s ugovorom između Autotroleja i najmoprimca?

- ugovor se zaključuje na razdoblje od 1 godine. U slučaju prijevremenog raskida ugovora ili isteka ugovora zakupodavac će omogućiti zakupcu korištenje autobusa na kojima su prodane kampanje do njihovog isteka, uz obvezu zakupca do dostavi ugovor s trećima iz kojeg će biti vidljivo do kada je ugovorena kampanja. Bez obzira na istek ugovora, zakupcu će biti omogućeno korištenje autobusa do isteka ugovorene kampanje, ali najdulje godinu dana od isteka ugovora.

Pitanja - INFO MEDIA GROUP:

1. Autotrolej ne garantira broj dana u kojima će autobusi biti u prometu

U prijašnjem Javnom natječaju jamčilo se da će autobusi biti 300 dana godišnje u prometu (25 dana mjesečno). To je služilo kao polazna stavka za obračun usluge najma za dane za koje autobusi stvarno prometuju. Molimo Vas da navedenu odredbu vratite u ugovor.

- odgovoreno prethodno

2. Izabrani natjecatelj će vanjske oglasne površine preuzeti u roku od 8 (osam) dana od dana zaključenja ugovora o čemu će se sačiniti primopredajni zapisnik.

Ovdje potrebno dodati da se to odnosi na vozila koja nisu oslikana, postojećim Ugovorom imate oslikana vozila koja imaju ugovoreno razdoblje najma npr. u 2024. god. i daće se ostala vozila sukcesivno preuzimati po isteku najma za ista.

Potrebno je vratiti stavak koji to regulira a glasi:

Izabrani natjecatelj će vanjske oglasne površine preuzimati postepeno, poštujući obveze Autotroleja prema sadašnjim pojedinačnim zakupcima, tj. preuzimat će te oglasne površine sukcesivno kako ističu zakupi oglasnih poruka na tim autobusima. Za broj autobusa/količinu oglasnih površina koje natjecatelj ne može odmah preuzeti, umanjit će se ponuđeni iznos fiksnog zakupa za broj autobusa koji su trenutno zauzeti sa postojećim oglasnim porukama, a puni iznos natjecatelj počinje plaćati tek od onog mjeseca kada preuzme sve autobuse koji su dani na raspolaganje za vanjsko oglašavanje.

- odgovoreno prethodno

3. U slučaju većeg i dužeg kvara zakupljenog autobusa, kojim se smatra kvar zbog kojeg autobus nije u prometu 5 (pet) dana, Autotrolej na zahtjev zakupoprimca mora staviti na raspolaganje zamjenski autobus.

U slučaju iz prethodnog stavka za oblijepljeni autobus zakupoprimac na svoj teret oblijepljuje drugi autobus.

Zakupoprimac ne može biti odgovoran za kvar autobusa niti može utjecati na popravak istog i to je isključivo u domenu Autotroleja. Molim Vas da se stavi odredba i prošlog Javnog natječaja koja glasi: Troškovi oblijepljivanja drugoga autobusa dijele se u omjeru od po 50% između zakupodavca i zakupca.

- odgovoreno prethodno

4. Cijena fiksnog zakupa (bez PDV-a).

Izlicitirana zakupnina plaća se u jednakim mjesečnim ratama do 15. u mjesecu za tekući mjesec

U prijedlogu Ugovora se navodi da se zakupnina plaća se u jednakim mjesečnim ratama do 15. u mjesecu za tekući mjesec, potrebno je uskladiti natječajnu dokumentaciju... plaćanje ili 15. ili 20. u mjesecu...

Takođe, fiksni zakup bez umanjenja izlaznosti vozila nije poslovno korektan, kao što znate mi vršimo uslugu najma i ne možemo našim klijentima po Zakonu o obveznim odnosima fakturirati uslugu koja nije izvršena. Niti je to etički. Npr. Ako bih napravio

paralelu sa najmodavcem stana, zamislite da najmodavac promjeni bravi i zabrani pristup stanu a uredno šalje fakture za najam...

Tako se može desiti da KD Autotrolej parkira sve autobuse (iz priloga natječajne dokumentacije) iz bilo kojeg razloga (kvar, pandemija, rashodovanje) i ostaje fiksni zakup.

Iznos ponude na licitaciji je stvar tržišta i tu će se natjecateljii ponuditelji ali zaista moramo biti u prilici platiti ono što izlicitiramo i da usluga (najam) bude plaćena sukladno sa izvršenjem iste. Najljubaznije vas molimo da da ovaj članak regulirate na način koji je poznat iz prošlog Javnog natječaja i opće prihvatljiv svima:

Zakupodavac iznajmljuje 41 autobus. U slučaju smanjenja broja autobusa za obavljanje usluge javnog prijevoza radi promjene voznog reda može se smanjiti mjesečna cijena zakupa kako slijedi:

Mjesečna cijena zakupa po vozilu = godišnja izlicitirana vrijednost zakupa/41 vozila/12 mjeseci.

Obračun korištenja autobusa izrađuje se mjesečno i služi kao podloga za izradu mjesečne fakture.

U slučaju da je korištenost iznajmljenih 41 autobusa manja od ugovorenih prosječno 25 dana mjesečno (300 dana godišnje) zakupodavac odobravaproporcionalno smanjenje cijene zakupa.

Ugovorena korištenost autobusa/ukupno dana = 41 vozilo x 25 dana mjesečno.

- odgovoreno prethodno

5. Natjecatelj se obvezuje osigurati oglašavanje uz cijenu od 1 EUR na maksimalno 3 (tri) dodatna autobusa, koji nisu dani u zakup, za potrebe Autotroleja i vlasnika

Kao što znate zakupodavac ima određene troškove – COGS i ne može fakturirati oglašavanje za 1 EUR.

Možemo ponuditi fer opciju od 50% popusta za oslikavanje, po aktualnom cjeniku Zakupoprimca na dan upita Zakupodavca

- odgovoreno prethodno

5. Financijska jamstva

Polica osiguranja

Izabrani natjecatelj se obvezuje prije zaključenja Ugovora dostaviti policu osiguranja izvan ugovorne odgovornosti osiguranika s ugovorenim rizikom za štete počinjene trećim osobama.

Molim Vas za pojašnjenje, nemamo iskustva da je nama kao Zakupoprimcu ikada tražena polica osiguranja za štete počinjene za treće osobe...

- prihvaćena primjedba - natječajna dokumentacija je izmijenjena ta zakupac nije u obvezi dostaviti policu osiguranja izvan ugovorne odgovornosti