



REPUBLIKA HRVATSKA
DUBROVAČKO-NERETVANSKA ŽUPANIJA
GRAD DUBROVNIK

Upravni odjel za poslove gradonačelnika
KLASA: 406-01/18-02/163
URBROJ: 211/01-08-03-18-3
Dubrovnik, 21. kolovoza 2018.

ZAINTERESIRANIM GOSPODARSKIM
SUBJEKTIMA
putem www.dubrovnik.hr

POZIV NA DOSTAVU PONUDE

Naziv predmeta nabave: Usluga izrade vizualnog identiteta Lazareta i vizualnog identiteta štandova u Lazaretima

Naručitelj Grad Dubrovnik, Pred Dvorom 1, 20000 Dubrovnik, OIB: 21712494719, pokrenuo je postupak jednostavne nabave za izradu Usluga izrade vizualnog identiteta Lazareta i vizualnog identiteta štandova u Lazaretima, a za koji sukladno članku 12. stavku 1. Zakona o javnoj nabavi („Narodne novine“ broj 120/16) nije obavezan provesti jedan od postupaka propisan Zakonom o javnoj nabavi, s obzirom da je procijenjena vrijednost predmeta nabave manja od 200.000,00 kn odnosno 500.000,00 kn bez PDV-a.

Ovim putem pozivamo zainteresirane gospodarske subjekte na dostavu ponude sukladno sljedećim uvjetima i zahtjevima:

1. OPIS PREDMETA NABAVE

1.1. Predmet nabave: Usluga izrade vizualnog identiteta Lazareta i vizualnog identiteta štandova u Lazaretima.

1.2 Tehnička specifikacija predmeta nabave:

Ovaj predmet nabave podijeljen je u dvije grupe:

- Grupa A: Vizualni identitet Lazareta
- Grupa B: Vizualni identitet (oblikovanje) štandova u Lazaretima

Ponuditelji se mogu prijaviti za samo jednu od grupa ili za obje grupe predmeta nabave, u kojem slučaju dostavljaju odvojene ponude za pojedine grupe.

Projekt se u svakoj od skupina provodi (izvodi) u dvije faze: **fazi natjecanja** i **fazi izvedbe**. Objе faze su obuhvaćene ovim natječajem i pokrивene predviđenim iznosima naknade, a od odabranih ponuditelja se očekuje da, za grupu za koju se prijavljuju, u cijelosti izvrše sve predviđeno ovim natječajem te predaju ukupnu traženu dokumentaciju.

1. OBLIKOVANJE VIZUALNOG IDENTITETA LAZARETA

Treba predložiti rješenja za:

- Lazareti - kreativna četvrt Dubrovnika (puni naziv)
- Lazareti - Creative Hub of Dubrovnik (puni naziv na engleskom jeziku)
- Lazareti (skraćeni naziv)

Predložena rješenja moraju podjednako dobro funkcionirati u sve tri varijante

Pri izradi vizualnog identiteta Lazareta potrebno je prvenstveno voditi računa o kulturno-umjetničkoj i društvenoj namjeni prostora. Ovaj vizualni identitet treba stvoriti prepoznatljiv i jedinstven okvir otvarajući prostor različitim specifičnim oblicima i načinima komunikacije te prezentacije sadržaja. Treba na suvremen način promišljati komunikaciju u javnom prostoru upućujući na specifičnu kulturnu funkciju te uzimajući u obzir različitost dionika (ARL, Deša, Lero, Lindo...) i sadržaja (izložbe, koncerti, predstave...) informirajući o njima, a ne dominirajući nad njima. Poželjno je zadatku pristupiti uzimajući u obzir te promišljeno koristeći i/ili reinterpetirajući tradicionalne (povijesne, urbane, etnološke) elemente, specifične teme i forme na nov i komunikativan način, preoblikujući ih i dovodeći u odnose koji potiču propitivanje i razmišljanje.

Pored toga treba voditi računa i o mogućim alternativnim oblicima korištenja prostora poput primjerice organiziranja manjih kongresa, konferencija ili svečanih događanja te komercijalnog korištenja u dijelu kompleksa na platou za ugostiteljske ili trgovačke sadržaje koji su komplementarni osnovnim sadržajima i funkciji Lazareta kao društveno-kulturnog centra.

Oblikovanje vizualnog identiteta podrazumijeva idejni i izvedbeni projekt osnovnih grafičkih standarda, sustava komunikacije i sredstava za promociju te prostornu uporabu vizualnog identiteta (jednostavna signalizacija). Ovo se provodi (izvodi) u dvije faze: fazi natjecanja i fazi ugovorene izvedbe.

1. faza - NATJEČAJ

U prvoj fazi ili fazi natjecanja prezentacija prijedloga rješenja treba sadržavati elemente vizualnog identiteta predstavljene u karakterističnim odnosima te primjere karakterističnih primjena i na taj način pružiti temelj za razumijevanje predloženog rješenja. Prezentacija mora sadržavati:

- kratko tekstualno obrazloženje koncepta
- oblikovanje znaka / logotipa ili sustava
- odabir tipografije
- definiciju boja

Pored ovih osnovnih parametara vizualnog identiteta u prezentaciju je potrebno uvrstiti nekoliko primjera uporabe vizualnog identiteta **u digitalnom formatu** (web stranici, društvenim mrežama, na info kiosku...), **na tiskanim materijalima** (posjetnica, memorandum, koverta...), **sredstvima promocije** (plakat, pozivnica, naslovnica kataloga...) i **u prostoru** (natpis na ulazu, označavanje u prostoru, jednostavna signalizacija...). Ova rješenja ne trebaju biti konačne, izvedbene prirode već trebaju poslužiti jednostavnijem razumijevanju sustavnog promišljanja uspostave vizualnog identiteta. Isto tako, nije bitna

njihova količina ukoliko je iz 3 do 4 primjera moguće shvatiti sve kapacitete predloženog koncepta.

Ukoliko je to za specifično rješenje ili razumijevanje istog potrebno natjecatelji mogu, ali ne moraju sugerirati odabir materijala i tehnika tiska.

Natječajna dokumentacija (prezentacija idejnih rješenja) predavat će se ispisana (u A3 formatu) te u digitalnom formatu (pdf).

2. faza – IZVEDBA

U drugoj fazi potrebno je izraditi priručnik grafičkih standarda korištenja vizualnog identiteta sa jasno definiranim odnosima znak/logotip, načinima korištenja istih, dopuštenim umanjenjima (te eventualnim korekcijama za umanjena), dopuštenim aplikacijama identiteta te ostalim stavkama koje osiguravaju ispravno korištenje postavljenog vizualnog identiteta. U knjigu standarda treba uključiti sve aplikacije identiteta koje su navedene:

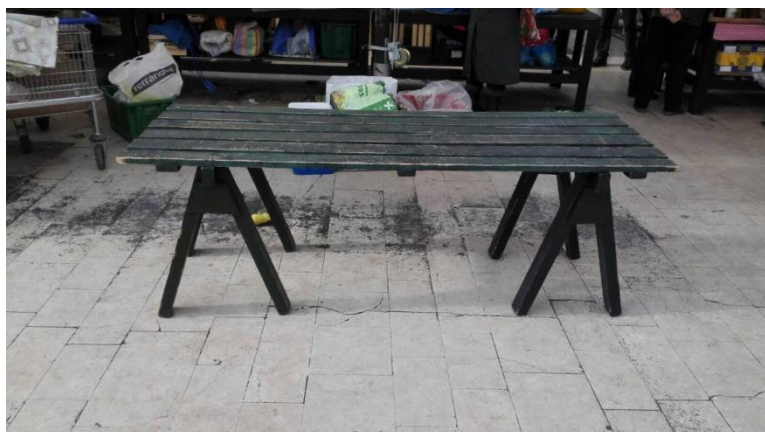
- memorandum
- kuverta
- posjetnica
- pečat
- oznake izlaza/ulaza, sanitarnog čvora, namjene prostora, numeriranja lađa
- pozivnica (idejno rješenje tipsko - osnovni layout)
- brošura A5 (prijedlog naslovnice i 2 tipske stranice)
- plakat B1 (idejno rješenje tipsko - osnovni layout)
- letak (idejno rješenje tipsko - osnovni layout)
- Facebook cover page
- prijedlog uporabe vizualnog identiteta na naslovnici web stranice
- prijedlog uporabe vizualnog identiteta na naslovnici i stranicama na info kiosku
- prijedlog uporabe vizualnog identiteta na digitalnom newsletteru

Priručnik grafičkih standarda predaje se u digitalnom formatu. Digitalni format priručnika grafičkih standarda pretpostavlja knjigu u pdf formatu te zasebne mape u kojima se nalaze svi elementi vizualnog identiteta koje naručitelj mora moći samostalno koristiti (memorandum i sl.), dok se kod materijala za koje je potrebna razrada (plakat, posjetnica i sl.) predaje u formatu koji odgovara upotrebi (otvoreni vektorski format: .ai, .eps, .pdf).

2. OBLIKOVANJE ŠTANDA U LAZARETIMA

Grad Dubrovnik u Lazaretima želi nastaviti manifestaciju “Dani kreativnih i kulturnih industrija” te će za potrebe sajma koji se odvija u sklopu te manifestacije koristiti štandove za čije se oblikovanje raspisuje ova nabava. Do sada su se “Dani kreativnih i kulturnih industrija” odvijali jednom godišnje dok se po završetku ovog projekta planira uvesti dodatnih 5 tjedana tijekom ljetnih mjeseci kako bi ova manifestacija, usmjerena prema gostujućoj populaciji (turistima) postigla međunarodnu vidljivost.

Štandovi će se koristiti i na drugim manifestacijama koje bi se odvijale u ili ispred Lazareta poput sajma tradicionalnih obrta, gastro sajмова ili predstavljanja lokalnih OPG-ova, a na njima će se prodavati autohtoni proizvodi i suveniri inspirirani kulturnom baštinom.



Primjer tradicijskog dubrovačkog štanda je sklopivi banak na zelenoj placi (tržnica) na Gundulićevoj poljani, 200x70 cm.

Natječajni rad tj. oblikovno rješenje treba zadovoljavati uvriježene profesionalne standarde.

Očekuje se originalno i po mogućnosti inovativno rješenje koje zadovoljava funkcionalne i ergonomске zahtjeve, odnosno treba biti prilagođeno specifičnoj svrsi te svakom korisniku bez obzira na njegovu dob, spol i specifične potrebe. **Konačni proizvod trebao bi biti jednostavan i jeftin za izvedbu, lagano sklopiv, rasklopiv i skladišten pri čemu treba voditi računa da pri skladištenju ne zauzima previše prostora.** Posebno treba voditi računa o sigurnoj upotrebi u svim fazama korištenja.

Dizajnirani proizvod trebao bi biti ekološki promišljen uz svjesnu brigu o održivom razvoju pojedinca i okruženja – dakle, poželjno je da je rješenje odraz promišljenog i argumentiranog korištenja lokalno raspoloživih tehnologija i materijala te da tako promovira održivost u ekonomskom i ekološkom smislu.

Potičemo upotrebu lakših i prirodnih materijala poput primjerice drva, ali ne isključujemo upotrebu drugih materijala, ukoliko je autor/ kreativni tim svojim rješenjem tako predvidio.

Poželjno je da rješenje na originalan i suvremen način (dakle - ne doslovno) interpretira ili korelira s postojećom kulturnom baštinom i lokalnim tradicijama.

Prezentacija idejnog rješenja štanda treba sadržavati nacрте predstavljene u karakterističnim odnosima s naznačenim dimenzijama, ergonomskim karakteristikama, opisom materijala, te

prikazom tehničkih rješenja spajanja (montaže) i odlaganja (spremanja), te primjerom karakteristične primjene u prostornoj vizualizaciji kao temelj za razumijevanje kvaliteta predloženog rješenja.

1. faza - NATJEČAJ

Natječajni rad treba sadržavati:

- prikaz koncepta s kratkim tekstualnim opisom
- razradu i prikaz elemenata od kojih se sastoji (ukoliko se sastoji od više elemenata koji se sklapaju u cjelinu)
- vizualizacije i/ili modele, odnosno 3D prikaz rješenja u boji (moguće je vizualizaciju prikazati crtežom rukom, pomoću računala ili kombinacijom, prema afinitetu i odabiru autora)
- osnovne dimenzije (tlocrt, nacrt, bokocrt, presjek sa opisom materijala)
- opis predviđene tehnologije, materijala i sl.

2. faza – IZVEDBA

U drugoj, izvedbenoj fazi potrebno je predati detaljne tehničke nacрте i specifikacije kako bi se odabrano rješenje moglo izvesti.

1.3. Količina predmeta nabave: propisana je projektnim zadatkom, koji je sastavni dio ovog Poziva na dostavu ponude (PRILOG I). Prilikom ispunjavanja Troškovnika (PRILOG III) ponuditelj ukupnu cijenu stavke izračunava kao umnožak količine stavke i cijene stavke.

1.4. Procijenjena vrijednost nabave:

Grupa A (vizualni identitet Lazareta): **76.000,00 kn** (bez PDV-a)

Grupa B (vizualni identitet/oblikovanje štanda u Lazaretima): **56.398,89 kn** (bez PDV-a)

1.5. Evidencijski broj predmeta nabave: 111-09/18J

2. UVJETI NABAVE

2.1. Način izvršenja: ugovor o izvršenju usluge, a nakon provedenog postupka nabave u kojem će se odabrati rad koji će sadržavati

- prikaz koncepta s kratkim tekstualnim opisom
- razradu i prikaz elemenata od kojih se sastoji (ukoliko se sastoji od više elemenata koji se sklapaju u cjelinu)
- vizualizacije i/ili modele, odnosno 3D prikaz rješenja u boji (moguće je vizualizaciju prikazati crtežom rukom, pomoću računala ili prema afinitetu i odabiru autora)
- osnovne dimenzije (tlocrt, nacrt, bokocrt, presjek sa opisom materijala)
- opis predviđene tehnologije, materijala i sl.

U drugoj, izvedbenoj fazi potrebno je predati detaljne tehničke nacрте i specifikacije kako bi se odabrano rješenje moglo izvesti.

Predajom rada autori pristaju na uvjete natječaja, javno izlaganje, publiciranje i izvođenje rada.

Ponuditelj je autor natječajnog rada i pridržava autorska prava u svezi s njim. Ponuditelji sudjelovanjem u natječaju pristaju na prijenos prava korištenja rada. Radovi nakon završetka postupka nabave arhivska dokumentacija i ne vraćaju se ponuditeljima.

2.2. Rok početka i završetka izvršenja usluge: Početak izvršenja usluge odmah nakon sklapanja ugovora, a završetak izvršenja usluge u roku od 30 dana od dana potpisa ugovora.

2.3. Rok valjanosti ponude: 30 dana od isteka roka za dostavu ponuda i mora biti naveden na obrascu ponude – Ponudbeni list (PRILOG II). Ponude s kraćim rokom valjanosti bit će odbijene.

2.4. Mjesto izvršenja usluge: Dubrovnik

2.5. Rok, način i uvjeti plaćanja: plaćanje se vrši nakon u potpunosti izvršene usluge, sukladno ugovornim odredbama

2.6. Cijena ponude: Cijena ponude piše se brojkama u apsolutnom iznosu i izražava se za cjelokupni predmet nabave. Cijena ponude mora biti izražena u kunama.

Jedinične cijene iz ponude su fiksne i nepromjenjive za cijelo vrijeme trajanja ugovora o izvođenju radova/izvršenju usluge ili isporuke robe. Sve troškove koji se pojave izvan deklariranih cijena ponuditelj snosi sam. U cijenu ponude bez poreza na dodanu vrijednost moraju biti uračunati svi troškovi i popusti.

2.7. Kriterij odabira ponude: Ekonomski najpovoljnija ponuda.

Kriterij za odabir za grupu A i grupu B je ekonomski najpovoljnija ponuda.

Naručitelj će između prihvatljivih ponuda sposobnih Ponuditelja odabrati ekonomski najpovoljniju ponudu na temelju sljedećih kriterija: Kvalitete rada i cijene.

Kriteriji za odabir ekonomski najpovoljnije ponude

Redni broj	Kriterij	Broj bodova	
1.	Cijena ponude	10	
2.	Kvaliteta rada	Promišljenost	30

		Originalnost i Inovativnost	30
		Funkcionalnost i primjenjivost	30
Maksimalni broj bodova			100

2.7.1. Cijena ponude

Predmetni kriterij određuje se temeljem cijene prihvatljive ponude, sa PDV-om, iskazane u Ponudbenom listu.

Maksimalan broj bodova: 10 bodova

Vrijednosni kriterij: najniža cijena ponude sa PDV-om ostvarit će maksimalan broj bodova. Ponuda s najniže ponuđenom cijenom dobiva 10 bodova, a ostale ponude se boduju prema formuli:

$$C_{bb} = (C_{min}/C_{pp}) \times 10$$

Pri čemu su:

C_{bb} – broj bodova po kriteriju cijene

C_{pp} – cijena iz promatrane ponude

C_{min} – najniža ponuđena cijena ponuda

2.7.2. Kvaliteta rada

Predmetni kriterij određuje se kao kriterij kvalitete rada koji se boduje prema, inovativnosti i originalnosti, a koje predstavlja visoke strukovne standarde, promišljenosti u pristupu temama te funkcionalnosti i primjenjivosti.

Maksimalan broj bodova: 90 bodova

Vrijednosni kriterij: ponude će se uspoređivati i bodovati prema kriteriju inovativnosti i originalnosti, promišljanjima autora prema zadanoj temi te funkcionalnosti i primjenjivosti. Navedeni kriterij će ocjenjivati neovisni članovi Stručnog povjerenstva posebno zaduženi za ocjenu kvalitete rada.

VIZUALNI IDENTITET LAZARETA- KRITERIJI OCJENJIVANJA

KVALITETA RADA	Objašnjenje	Ocjena	Bodovi
PROMIŠLJENOST	U ovom dijelu naručitelj će ocijeniti promišljenost u pristupu temi.	<p>Odlično: Rješenje demonstrira novo i temeljito promišljanje problema kroz vizualnost te omogućuje višestruke razine doživljaja vizualnog identiteta kao smislenog i kreativnog.</p> <p>Predloženo rješenje nastavlja dugu tradiciju elegantnog, a jednostavnog, minimalističkog estetskog oblikovanja koje daje naslutiti suvremenu epohu, ali je i nadilazi ostavljajući dojam 'bezvremenskog' dizajna kojim se nematerijalna kulturno-umjetnička baština dodatno obogaćuje.</p> <p>Također, rješenje kroz tzv. 'Wow efekt' intuitivno stvara kod promatrača osjećaj novostvorene vrijednosti koja inspirira i s kojom se želi poistovjetiti.</p>	30
		<p>Dobro: Predloženo rješenje je vizualno promišljeno, smisleno i kreativno, no interpretativno nije slojevito.</p> <p>Ponuditelj je ponudio rješenje koje ispunjava visoke, no ne i najviše, standarde stručnog promišljanja zadatka. Stoga, usprkos novostvorenoj vrijednosti, ne inspirira tj. ne izaziva tzv. 'Wow efekt' kod promatrača.</p> <p>Ukupan dojam prijave je dobar, ali ne i odličan.</p>	15
		<p>Slabo: Ponudeno rješenje slabo ispunjava visoke standarde stručnog promišljanja projektnog zadatka te se po svojim estetskim karakteristikama kreće unutar 'generičkih' kreativnih rješenja, što ga čini manje prepoznatljivim, stoga i manje inspirativnim promatračima. Stvoreni dojam jest da je ponudeno rješenje po</p>	5

KVALITETA RADA	Objašnjenje	Ocjena	Bodovi
		<p>svojoj promišljenosti daleko ispod značaja institucije koju predstavlja.</p> <p>Ponuđeno rješenje po svojim estetskim karakteristikama tek djelomično odgovara projektnom zadatku što ostavlja slab ukupan dojam prijave.</p>	
ORIGINALNOST i INOVATIVNOST	U ovom dijelu naručitelj ocjenjuje originalnost i inovativnost rada prema visokim strukovnim standardima.	<p>Odlično: Zaobilazeći utabane kreativne rute i klišeje, ali i različitost radi različitosti same, rješenje najvišom razinom estetskog oblikovanja pomiče granice očekivanog, a njegova <i>differentia specifica</i> svjedoči konstantnu i ambicioznu potrebu ljudskog duha za smislenijim, maštovitijim, duhovitijim, ljepšim - boljim svijetom odnosno boljim životom u istom.</p>	30
		<p>Dobro: Predloženo rješenje je vizualno atraktivno i kreativno no propušta promovirati kreativnost na najvišoj razini originalnosti i inovativnosti tj. pomicati granice očekivanog i inspirirati promatrače, što se od jednog kreativnog centra i očekuje.</p> <p>Ponuđeno rješenje previše asocira na neka od ikoničkih svjetskih dizajnerskih promišljanja, a koja u <i>Globalnom selu</i> digitalne epohe, ambicioznom kreativnom centru, nudi slabu utjehu u stavu 'nešto takvo još nije viđeno kod nas'.</p> <p>Ponuđeno rješenje tek djelomično odgovara zahtjevima iz projektnog zadatka što slabi ukupan dojam prijave te je stoga on tek dobar no ne i odličan.</p>	15
		<p>Slabo: Ponuđeno rješenje slabo ispunjava visoke standarde originalnosti i inovativnosti stručnog vizualnog oblikovanja projektnog zadatka, te se po svojim estetskim karakteristikama kreće unutar 'generičkih' kreativnih rješenja, što</p>	5

KVALITETA RADA	Objašnjenje	Ocjena	Bodovi
		<p>ga čini manje atraktivnim te stoga i slabo inspirativnim promatračima. Stvoreni dojam jest da je ponuđeno rješenje po svojoj originalnosti i inovativnosti daleko ispod značaja institucije koju predstavlja.</p> <p>Predloženo rješenje po svojim estetskim karakteristikama tek djelomično odgovara projektnom zadatku što ostavlja slab ukupan dojam prijave.</p>	
FUNKCIONALNOST i PRIMJENJIVOST	<p>U ovom dijelu naručitelj ocjenjuje funkcionalnost i primjenjivost pristiglih prijedloga.</p>	<p>Odlično: Rješenje vizualnog identiteta nudi komunikacijski sustav s kapacitetom za raznorodne primjene, te jednako dobro funkcionira u tradicionalnim (tisak i tiskovine) i novim medijima (digitalne online platforme) te kao prostorna intervencija, sukladno pojedinim tehnološkim specifičnostima medija.</p> <p>Rješenje vizualnog identiteta, također pokazuje izniman potencijal za atraktivnu multimedijalnu prezentaciju kroz dinamične prikaze, (grafičku animaciju video spotova i gif fileova) na socijalnim mrežama i drugim dinamičnim digitalnim medijima dostupnim prvenstveno, ali ne i isključivo, na pametnim telefonima.</p>	30
		<p>Dobro: Vizualni identitet nudi komunikacijski sustav s kapacitetom za raznorodne primjene, koji nešto bolje funkcionira u nekom od medija (tradicionalnim i novim medijima) i/ili se ne može jednostavno prevesti u prostornu intervenciju bez značajnog gubitka vlastite kvalitete.</p> <p>Ponuditelj je ponudio rješenje koje tek djelomično odgovara zahtjevima funkcionalnosti i primjenjivosti raspisanim projektnim zadatkom te je stoga on tek dobar no ne i odličan.</p>	15

KVALITETA RADA	Objašnjenje	Ocjena	Bodovi
		<p>Slabo: Vizualni identitet ne nudi komunikacijski sustav s kapacitetom za raznorodne primjene, koji bi jednako dobro funkcionirao u tradicionalnim i novim medijima sukladno njihovim tehnološkim specifičnostima i/ili se ne može jednostavno prevesti u prostornu intervenciju bez značajnog gubitka vlastite kvalitete.</p> <p>Ponuđeno rješenje slabo odgovara zahtjevima funkcionalnosti raspisanim projektnim zadatkom i kriterijima struke te je stoga njegova primjena u predviđenim kulturno-umjetničkim aktivnostima Lazareta izuzetno ograničena.</p>	5

VIZUALNI IDENTITET (OBLIKOVANJE) ŠTANDA - KRITERIJI OCJENJIVANJA

KVALITETA RADA	Objašnjenje	Ocjena	Bodovi
		<p>Odlično: Oblikovanje (vizualnog identiteta) štanda demonstrira novo i temeljito konceptualno promišljanje zadatka te omogućuje višestruke razine doživljaja štanda u prostoru kao praktičnog, promišljenog i kreativnog.</p> <p>Predloženo rješenje štanda nastavlja dugu tradiciju elegantnog, a jednostavnog, minimalističkog estetskog oblikovanja koje daje naslutiti suvremenu epohu, ali je i nadilazi ostavljajući dojam 'bezvremenskog' dizajna kojim se kulturno-umjetnička baština dodatno obogaćuje.</p> <p>Rješenje stvara kod promatrača osjećaj novostvorene vrijednosti koja inspirira i s kojom se želi poistovjetiti.</p>	30
PROMIŠLJENOST	U ovom dijelu naručitelj će ocijeniti promišljenost u pristupu temi.	<p>Dobro: Predloženo oblikovanje štanda je konceptualno donekle promišljeno,</p>	15

KVALITETA RADA	Objašnjenje	Ocjena	Bodovi
		smisljeno i kreativno. Ponuditelj je ponudio rješenje koje ispunjava visoke, no ne i najviše, standarde stručnog promišljanja zadatka. Stoga, usprkos novostvorenoj vrijednosti, ne inspirira promatrača.	
		Slabo: Ponuđeno rješenje oblikovanja štanda slabo ispunjava visoke standarde stručnog promišljanja projektnog zadatka te se po svojim estetskim karakteristikama kreće unutar 'generičkih' kreativnih rješenja, što ga čini manje prepoznatljivim, stoga i manje inspirativnim promatračima. Stvoreni dojam jest da je ponuđeno rješenje po svojoj promišljenosti daleko ispod značaja institucije kojoj je namijenjen.	5
ORIGINALNOST i INOVATIVNOST	U ovom dijelu naručitelj ocjenjuje originalnost i inovativnost rada prema visokim strukovnim standardima.	Odlično: Zaobilazeći utabane kreativne rute i klišeje, ali i različitost radi različitosti same, predloženo rješenje štanda najvišom razinom estetskog oblikovanja i funkcionalnošću pomiče granice očekivanog, a njegova <i>differentia specifica</i> svjedoči konstantnu i ambicioznu potrebu jednog kreativnog centra za jednostavnijom, smislenijom, maštovitijom, ljepšom - boljom prezentacijom svojih planiranih sadržaja i aktivnosti.	30
		Dobro: Predloženo rješenje oblikovanja štanda je vizualno atraktivno i kreativno no ne dostiže najvišu razinu originalnosti i inovativnosti tj. ne inspirira promatrače, što se bi se od jednog kreativnog centra i očekivalo. Ponuđeno oblikovanje štanda previše asocira na neka od ikoničkih svjetskih dizajnerskih i arhitektonskih promišljanja, a koja u <i>Globalnom selu</i> digitalne epohe, ambicioznom kreativnom centru, nudi	15

KVALITETA RADA	Objašnjenje	Ocjena	Bodovi
		slabu utjehu u stavu 'nešto takvo još nije viđeno kod nas'.	
		Slabo: Ponuđeno rješenje oblikovanja štanda slabo ispunjava visoke standarde originalnosti i inovativnosti projektnog zadatka, te se po svojim estetskim karakteristikama kreće unutar 'generičkih' kreativnih rješenja, što ga čini manje atraktivnim te stoga i slabo inspirativnim promatračima. Stvoreni dojam jest da je ponuđeno rješenje po svojoj originalnosti i inovativnosti daleko ispod značaja institucije kojoj je namijenjen.	5
FUNKCIONALNOST i PRIMJENJIVOST	U ovom dijelu naručitelj ocjenjuje funkcionalnost i primjenjivost pristiglih prijedloga.	Odlično: Dizajnirani štand je svojom funkcionalnošću i ergonomičnošću prilagođen specifičnoj svrsi i svim korisnicima bez obzira na dob, spol i specifične potrebe istih. Konačni proizvod jednostavan je i jeftin za izvedbu, ekološki osviješten, lagano (ra)sklopiv i skladišten uz minimalno zauzimanje prostora, te siguran za upotrebu.	30
		Dobro: Dizajnirani štand uzima u obzir većinu zahtjeva raspisanih projektnim zadatkom no ne i sve ključne npr. premda je štand svojom funkcionalnošću i ergonomičnošću prilagođen specifičnoj svrsi i svim korisnicima bez obzira na dob, spol i njihove specifične potrebe, nije siguran za upotrebu. U drugom ilustrativnom primjeru, štand je pak jednostavan i jeftin za izvedbu, pa čak i ekološki osviješten, ali nije lagano (ra)sklopiv i skladišten uz minimalno zauzimanje prostora. Ponuditelj je ponudio rješenje koje tek djelomično odgovara zahtjevima funkcionalnosti i primjenjivosti raspisanim projektnim zadatkom te je stoga on tek dobar no ne i odličan.	15

KVALITETA RADA	Objašnjenje	Ocjena	Bodovi
		<p>Slabo: Dizajnirani štand ne uzima u obzir više ključnih zahtjeva raspisanih projektnim zadatkom, npr. štand svojom funkcionalnošću i ergonomičnošću nije prilagođen specifičnoj svrsi i svim korisnicima bez obzira na dob, spol i specifične potrebe istih i/ili nije siguran za upotrebu. Nadalje npr. štand nije jednostavan niti jeftin za izvedbu te nije lagano (ra)sklopiv i skladišten uz minimalno zauzimanje prostora.</p> <p>Ponučeno rješenje slabo odgovara zahtjevima funkcionalnosti raspisanim projektnim zadatkom i kriterijima struke te je stoga njegova primjena u predviđenim kulturno-umjetničkim aktivnostima Lazareta izuzetno ograničena.</p>	5

2.8. Dokumentaciju koju je ponuditelj obvezan dostaviti uz ponudu:

2.8.1. Biografija

Ponuditelj je dužan u digitalnom i/ili printanom obliku predati biografiju te popis strukovnih nagrada i postignuća (ukoliko postoje) kojima dokazuje dosad stečeno iskustvo iz područja oblikovanja vizualnih komunikacija i/ili produkt dizajna i/ili prostornog oblikovanja.

2.8.2. Dokaz o stručnoj sposobnosti:

- preslika diplome ili potvrda o upisu/pohađanju studija dizajna / akademije likovnih umjetnosti / grafičkog fakulteta / arhitektonskog fakulteta u RH ili inozemstvu
ili
- potvrda o članstvu u jednoj od strukovnih udruga
ili
- ponuditelj može odgovarajuće profesionalno iskustvo dokazati i putem portfolija s najmanje 3 realizirana rada relevantna za projektni zadatak, u obliku digitalne mape u pdf formatu (time potvrđuje svoju kompetentnost i suvereno vladanje profesionalnim standardima te vrstu i kompleksnost projekata u kojima je dosada sudjelovao)

2.8.3. Dokaz sposobnosti za obavljanje profesionalne djelatnosti:

Za pravne osobe:

- izvadak iz sudskog, obrtnog, strukovnog ili drugog odgovarajućeg registra države sjedišta kojim ponuditelj dokazuje upis u sudski, obrtni, strukovni ili drugi odgovarajući registar države sjedišta – ne stariji od 90 dana od dana objave Poziva na dostavu ponuda
- dokaz o ispunjenju obveze plaćanja dospjelih poreznih obveza kao i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje – potvrda Porezne uprave o stanju duga ne starija od 30 dana od dana objave Poziva za dostavu ponuda.

Za fizičke osobe:

- potvrda Porezne uprave o stanju duga kojom se dokazuje da ponuditelj nema duga prema Republici Hrvatskoj, ne starija od 30 dana od dana objave Poziva za dostavu ponuda

3. SASTAVNI DIJELOVI PONUDE

Ponuda se izrađuje na hrvatskom jeziku i latiničnom pismu, a treba sadržavati:

- Ponudbeni list (pravilno ispunjen i potpisan od strane ponuditelja) - PRILOG II,
- Dokumente iz toč. 2.8.
- Troškovnik – PRILOG III.

Ponuda se piše **neizbrisivom tintom** (pisano rukom ili ispisom putem štampača) u prilogu koje se nalazi idejno rješenje vizualnog identiteta Lazareta i idejno rješenje za oblikovanje štanda.

Sve tražene dokumente koji se dostavljaju u ponudi ponuditelj može dostaviti u neovjerenoj preslici, pri čemu se neovjerenom preslikom smatra i neovjereni ispis elektroničke isprave.

4. NAČIN DOSTAVE PONUDE

Ponuda se dostavlja na Ponudbenom listu koji se nalazi u privitku ovog Poziva na dostavu ponude, a koji je potrebno u cijelosti ispuniti i potpisati od strane ovlaštene osobe ponuditelja sa priložima.

Naručitelj neće prihvatiti ponudu koja ne ispunjava uvjete i zahtjeve vezane uz predmet nabave iz ovog Poziva.

4.1. Rok za dostavu ponude: krajnji rok za dostavu ponude je

24. rujna 2018. godine do 10:00 sati, bez obzira na način slanja i dostave.

4.2. Način dostave ponude: ponuda se predaje neposredno na urudžbeni zapisnik Naručitelja ili preporučenom poštanskom pošiljkom na adresu Naručitelja, u zatvorenoj omotnici na kojoj mora biti naznačeno:

na prednjoj strani ponude: **Grad Dubrovnik, Pred Dvorom 1, 20000 Dubrovnik**

PONUĐA ZA NABAVU

Naziv predmeta nabave: Usluga izrade vizualnog identiteta Lazareta i vizualnog identiteta štandova u Lazaretima

Grupa A / Grupa B

Evidencijski broj nabave: 111-09/18J

"NE OTVARAJ"

na poledini:

Naziv i adresa ponuditelja

Ponuditelj samostalno određuje način dostave ponude i sam snosi rizik eventualnog gubitka odnosno nepravovremene dostave ponude.

4.3. Mjesto dostave ponude: Grad Dubrovnik, Pred Dvorom 1, 20000 Dubrovnik.

Otvaranje ponuda provode ovlaštene osobe za provedbu postupka jednostavne nabave i nije javno.

Ponuda pristigla nakon isteka roka za dostavu ponuda neće se otvarati te će se kao zakašnjela ponuda vratiti ponuditelju koji ju je dostavio.

Naručitelj će o postupku otvaranja i pregleda ponuda sastaviti zapisnik o otvaranju, pregledu i ocjeni ponuda.

5. BITNI UVJETI ZA IZVRŠENJE UGOVORA O NABAVI

Odabrani ponuditelj je u obvezi izvršiti predmet nabave sukladno roku, kvaliteti, uvjetima i pojedinačnim cijenama navedenima u ponudi ponuditelja, ponudbenom troškovniku i u skladu s uvjetima ovog Poziva na dostavu ponude.

Bitni uvjeti ugovora su:

- oblik ugovora: pisani, potpisan i ovjeren pečatom odgovornih osoba ugovornih strana,
- ugovorne strane: Naručitelj (Grad Dubrovnik) i odabrani ponuditelj (Izvođač/Isporučitelj/Izvršitelj),
- predmet nabave:;
- sastavni dio ugovora: odabrana ponuda ponuditelja sukladno Pozivu na dostavu ponude (projektni zadatak i ponudbeni troškovnik),
- mjesto izvršenja predmeta nabave: sukladno Pozivu na dostavu ponude,
- cijena, način, uvjeti i rok plaćanja predmeta nabave: sukladno Pozivu na dostavu ponude,
- rok početka i završetka izvođenja radova: sukladno Pozivu na dostavu ponude.
- Izjava o prelasku nagrađenog rada u vlasništvo naručitelja

6. OSTALO

6.1. Osobe zadužene za kontakt s ponuditeljima:

Ime i prezime: Helena Galjer

e-mail: hgaljer@dubrovnik.hr

Ime i prezime: Pero Mrnarević

e-mail: pmrnarevic@dubrovnik.hr

6.2. Obavijest o rezultatima provedenog postupka nabave:

Naručitelj neće prihvatiti ponudu ukoliko ne ispunjava uvjete i zahtjeve vezane uz predmet nabave iz ovog Poziva i zadržava pravo odbiti ponudu i poništiti ovaj postupak ukoliko dostavljena ponuda ne odgovara svrsi nabave ili ako prelazi osigurana sredstva, odnosno u drugim opravdanim slučajevima (npr. profesionalni propust) prema odluci Naručitelja.

Na temelju rezultata pregleda i ocjene ponuda od strane ovlaštenih osoba za provedbu postupka jednostavne nabave, Naručitelj odabire odnosno prihvaća ponudu u roku do najduže 10 dana od dana isteka roka za dostavu ponude. Pisanu obavijest o rezultatima nabave (o odabiru ponude ili odbijanju iste i poništenju postupka nabave) Naručitelj dostavlja ponuditelju putem elektroničke pošte, faksom ili preporučenom poštanskom pošiljkom s povratnicom.

Protiv odluke o odabiru ili odluke o poništenju nije moguće izjaviti žalbu.

6.3. Posebne odredbe:

Na ovaj postupak ne primjenjuju se odredbe Zakona o javnoj nabavi.

Naručitelj zadržava pravo poništiti ovaj postupak nabave u bilo kojem trenutku, odnosno ne odabrati ponudu, a sve bez ikakvih obveza ili naknada bilo koje vrste prema ponuditelju.

Ovlaštene osobe za provedbu postupaka
jednostavne nabave

Prilozi Pozivu na dostavu ponude:

1. Projektni zadatak (PRILOG I),
2. Ponudbeni list (PRILOG II),
3. Troškovnik (PRILOG III).

PRILOG I

PROJEKTNI ZADATAK

NABAVA USLUGE IZRADE VIZUALNOG IDENTITETA LAZARETA I NABAVA USLUGE VIZUALNOG IDENTITETA ŠTANDOVA U OKVIRU PROJEKTA „LAZARETI – KREATIVNA ČETVRT DUBROVNIKA“ (KK. 06.1.1.01.075)

EVIDENCIJSKI BROJ NABAVE: 111-09/18J

Struktura projektnog zadatka:

- I. UVOD
 1. OPĆE INFORMACIJE O KOMPLEKSU LAZARETA
 2. PROJEKT „LAZARETI – KREATIVNA ČETVRT DUBROVNIKA“ – OPIS I CILJEVI PROJEKTA
- II. PROJEKTNI ZADATAK
 1. VIZUALNI IDENTITET LAZARETA
 2. OBLIKOVANJE ŠTANDA U LAZARETIMA
- III. ZAHTJEVI ZA PONUDITELJA
- IV. KRITERIJI VREDNOVANJA RJEŠENJA I ODABIRA PONUDITELJA

I. UVOD

1. OPĆE INFORMACIJE O KOMPLEKSU LAZARETA

Izvadak iz: «Plana upravljanja spomeničkim kompleksom Lazareta 2016. – 2020.», Grad Dubrovnik, Upravni odjel za kulturu i baštinu; Institut za razvoj i međunarodne odnose – IRMO, autori: Ana Žuvela, Daniela Angelina Jelinčić, Sanja Tišma i Veronika Šulić

Opće informacije

Karantenski sklop Lazareta smješten je na Pločama, na istočnoj strani dubrovačke gradske jezgre. Postavljen je tako da čini bitan dio urbanističkog sklopa gradske luke s okolnim utverdama, a predstavlja jedan od najznačajnijih spomenika zdravstvene kulture u Republici Hrvatskoj (sredinom 14. stoljeća donesena prva odluka o utemeljenju karantene u povijesti europskog zdravstva vjerojatno potaknuta pandemijom kuge). Jedna je od rijetkih potpuno sačuvanih karantenskih građevina i jedina je takva na europskom dijelu Mediterana. To je jednostavna građevina, visoka jednu etažu, a duga preko sto metara i izvana donekle slični gradskim zidinama. Sklop Lazareta sastoji se od pet jednako organiziranih odjeljenja od po dvije zgrade i dvorišta među njima, tj. od deset dvorana (lađa) između kojih se nalazi pet unutarnjih dvorišta (tzv. badžafera), s dvjema kućicama na kat na ulazu i kraju lazareta. Pri tom su tri istočna odjeljenja nešto duža od ostalih. Svako od njih podijeljeno je u tri dijela koje se sastoji od dvorišta i dvije izdužene pravokutne lađe. Sa sjeverne strane je visok ogradni zid, a s južne se pruža niz manjih zgrada (Baće i Viđen, 2013).



Slika bočnog presjeka Lazareta iz 2013. godine, autora dr.sc. Željka Pekovića, s ucrtanom namjenom kakva je tada bila planirana.¹

Nakon prestanka potrebe za prvotnom karantenskom funkcijom, kompleks je imao različite funkcije (skladišta, klaonica, konjušnica, tržnica, ugostiteljski i zabavni sadržaji) no nikada nije ponovno zaživio kao jedinstvena cjelina. Zbog svog povijesnog značaja te očuvanosti baštine predstavlja potencijalno izuzetno vrijedan kulturni i turistički resurs grada Dubrovnika. Kao nepokretno pojedinačno kulturno dobro, spomenik kulture Lazareti upisan je i u Registar kulturnih dobara Ministarstva kulture Republike Hrvatske što predstavlja njegov kulturni i povijesni značaj. Također, Lazareti se nalaze u obuhvatu prostora povijesne jezgre koji je od 1979. godine uvršten u UNESCO-ov registar Svjetske kulturne baštine. Pored samih Lazareta, tu je i cijeli niz drugih kulturnih i turističkih resursa i atrakcija koje se nalaze u gradu Dubrovniku, a upisane su u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske što uvećava njegov kulturni, povijesni, društveni, estetski, a onda i gospodarski odnosno turistički potencijal.

¹Preuzeto u studenom 2015. s mrežnog izvora <http://www.dulist.hr/kako-ce-ubuduce-izgledati-lazareti/30720/>



Znanost: okolina – klima, hidrologija, geologija i geomorfologija, tlo – opis kontekstualnih datosti

Dubrovnik karakterizira blaga mediteranska klima s toplim i sušnim ljetima i ugodnim zimama. Ima više od 250 sunčanih dana u godini, s prosječnom godišnjom temperaturom od 17° C, dok je prosječna temperatura u zimskim mjesecima 9° C, a ljetna prosječna temperatura oko 26° C. Sezona kupanja u moru traje od travnja do listopada. Salinitet mora iznosi 38 promila².

Zbog dužine dana i prevage vedrog vremena insolacija je najduža tijekom ljeta. U godini je 250 sunčanih dana, a 109 kišnih od kojih je 14 u tijeku ljeta. Karakteristični vjetrovi su bura (vjetar puše od sjevera k jugu), jugo (topli vjetar koji donosi kišu puše s juga k sjeveru), maestral (sjeverozapadni vjetar koji puše s mora na kopno u priobalju u ljetnim mjesecima), šilok (jugoistočni vjetar).

Godišnje je najveća izmjerena količina oborina u studenom mjesecu s prosječnom količinom od 198 mm. Smještaj kompleksa Lazareta na samoj morskoj obali doprinose izloženosti južnim i jugoistočnim vjetrovima koji s pomoću jakih morskih valova donose slanu na zidove kompleksa i time razaraju materijalnu strukturu građevine. Stijenje u neposrednoj blizini kompleksa je vapnenačkog podrijetla, a sklop Lazareta građen je na kamenom žvcu. Sa zapadne strane Lazareta smješten je park s mediteranskim biljem planika, oleandri i pinusa.

² Podaci preuzeti u srpnju 2016. s mrežnog izvora <http://www.dubrovnik.in/hr/klima.htm>

Kultura: antropologija, etnografija, povijest

Kompleks Lazareta smješten je istočno od gradskog ulaza Ploče, a vizualno svojim monumentalnim korpusom čini predgrađe gradske luke i njenog fortifikacijsko obrambenog sklopa. Lazareti predstavljaju vrhunski spomenik arhitektonske i zdravstvene kulture sačuvan do danas. Izgrađeni su na morskoj obali koja razvedenim stijenjem anulira direktne udare valova na zide građevine. Građeni su u nizu od pet dvostrukih visokih dvorana s unutrašnjim dvorištima bađoferima, dok svaka lađa ima zasebno prizemnu kuću kojoj je ulaz s gornje razine odnosno interne komunikacije odijeljene od nekadašnjeg karavanskog puta visokim zidom definiranim 1784. godine koji je u središtu imao vrata toliko visoka da je i konjanik mogao proći kroz njih³. U ravnini sjevernog pročelja Lazareta je visoki zid s ulazima za svako dvorište koji imaju polukružni nadvoj. Južni zidovi lađa (dvorana) nemaju otvora prema moru, osim kružnog kamenog odvoda za otpadne vode, a u bađoferima (dvorištima) na središnjem dijelu južnoga zida prema moru nalaze se otvori velikih dimenzija koji su vjerojatno služili za utovar robe s brodova. Pokrov svih lađa i kuća izveden je kupom kanalicom s razlikom da su lađe pokrivene na tri vode s nekoliko krovnih prozora belvederskog tipa (ovisno o dužini lađe), a kuće prizemnice su pokrivene na četiri vode i visinom dominiraju iznad krovništa lađa koji na njihovom južnom zidu završava. U središnjem dijelu svakoga bađafera je kameno stubište koje spaja visinsku gornju zonu ulaznog dijela sa donjim dijelom dvorišta. Lađe su rastvorne prema dvorištima sa šest ili pet zidanih kamenih lukova i središnjim stupovima. Lađe su raspoređene u parovima, a svaki par (dvije lađe) spojene su međusobno s otvorima u zidu tako da se može uspostaviti donja linearna komunikacija kroz sve lađe. Kompleks Lazareta je građen u dvije faze s tim da je gradnja započela na istočnom dijelu i prilagođavala se terenu, pa tako imamo tri para duljih lađa izgrađenih do 1630. godine i dva para nešto kraćih lađa izgrađenih do 1648. godine. Svaka dvorana (lađa) odijeljena je zidom u začelnom sjevernom dijelu s dva zidana kamena luka i središnjim stubom, a u tom dijelu ima uspostavljeni montažni međukat sa sedreno križnim svodovima. Iz arhivske građe izdvajamo nazive za pojedine lazarete i pomoćne građevine, pa tako imamo Lazzaretto della cera (Lazaret za vosak), Cassucia del Corriere (kurirova kućica), Bagjafer detto na gustirni, Bagjafer sotto Jemini, Bagjaver detto na smokvi. Južno vanjsko zidno platno koje omeđuje kompleks Lazareta perforirano je jedino otvorima unutrašnjih dvorišta, istočno zidno platno je puno i stepenasto se spušta tako da slijedi teren nad kojim je izgrađeno, dok je zapadno recentno otvoreno na vanjsko stubište komunikacije s stjenovitom obalom Komarde.

Dubrovnik je svoj gospodarski napredak temeljio na trgovini koja je okupljala veliki broj stranih putnika i trgovaca s ciljem trgovanja različitim roba iz udaljenih krajeva koji su bili i potencijalni prenositelji svakojakih zaraznih bolesti. Brojnim zakonskim mjerama nastojalo se sustavno i promišljeno djelovati na sprječavanju širenja zaraze. Prvu uredbu donosi Veliko vijeće 23. srpnja 1377. godine koja glasi: "Veniens de locis pesti feris non intret Regusinum vel districtum " odnosno; "Došljacima iz kužnih mjesta zabranjuje se ulaz u Dubrovnik ili okolice". Došljaci su tako ispočetka morali prije ulaska u grad boraviti 30 dana, a kasnije i 40 dana (po tom je broju karantena i dobila ime quaranta, lat. četrdeset), na za to određenim mjestima, da bi se vidjelo hoće li se kod njih razviti bolest.

Ukoliko bi kuga ipak prodrla na područje Republike, ali ne i u sam Grad, tada su se vrata Grada zatvarala i ulaz u Grad bio je onemogućen bilo kome iz okolice gdje je harala kuga,

³Danas je ogradni zid Lazareta "utopljen" u cestu sa sjeverne strane, a vrh zazidanih vrata s lučnim nadvojem nazire se u građi.

pod prijetnjom smrću. Ukoliko bi se kuga javila prvo u Gradu, stanovništvo bi se iselilo iz Grada, a grad bi čuvalo 10 patricija dok epidemija ne bi prošla. Onaj za koga bi se otkrilo da je unio kugu u Grad, bio bi najoštrije kažnjen bez obzira na stalešku pripadnost. Karantena se isprva nalazila u Cavtatu, na obližnjim otocima Mrkanu, Bobari i Sv. Petru. Od 1430. godine lazaret se nalazio na Dančama ispred Dubrovnika, a kasnije na otoku Lokrumu preko puta Dubrovnika. Godine 1590. lazaret se gradi kraj vrata od Ploča, a njegovim proširenjem od 1627. do 1647. godine poprima čvrstu organizaciju i konačni izgled. Za cjelokupnu gradnju Lazareta utrošeno je iz republičke blagajne 17.293,58 zlatnih dukata. Konverzijom u današnji novac trošak bi iznosio 1.587.130,97 Eura⁴.

Karantena (Lazareti) u Dubrovniku djelovali su kao zdravstvena institucija u nadležnosti pet vlastelina Officiali alla Sanità. koji su primjenjivali izvanredne mjere nadzora nad kretanjem građana i stranaca na kopnu i moru. Samo upravljanje Lazaretima bilo je povjereno kapetanu Lazareta i njegovu zamjeniku koji su u vrijeme svoje nadležnosti stanovali u prostorima Lazareta. Sustavno su bilježene sve protuepidemijske mjere zdravstvene službe u posebnoj knjizi Libro deli Signori Chazamorti. U tu knjigu su zdravstveni službenici upisivali dolaske ljudi s kopna i mora zajedno s robom koju su dopremili, te pri dolasku jamčili da nisu prispjeli iz krajeva koji su zaraženi (Z. Blažina Tomić, 2007). U neposrednoj blizini Lazareta bio je smješten han gdje je stanovao osmanski emin koji je obavljao dužnosti za osmansku državu i štitio svoje podanike koji su se poslom zatekli u Republici i jedan dio vremena boravili u Lazaretima. Država je kontinuirano skrbrila o održavanju Lazareta, a posljednji veći građevni zahvat zabilježen je u 1784. godini. U Pomorskom muzeju Dubrovačkih muzeja izloženi su artefakti alata za raskušivanje robe, te pojedine sanitetske odredbe.

Padom Dubrovačke Republike i francuskom okupacijom Lazareti se neko vrijeme koriste u vojne svrhe skladištenja, ali ubrzo se ponovo ukazuje potreba za uspostavljanjem zdravstvene službe i osniva se Zdravstveno povjerenstvo te se izdaje pravilnik o funkcioniranju Lazareta s njihovom izvornom namjenom unutar zdravstvene brige. U Lazaretima se izvorna funkcija zdravstvene institucije obavljala sve do 1872. godine. Ovu dataciju potvrđuje upotreba Lazareta za zbrinjavanje velikog broja izbjeglica iz dubrovačkog zaleđa za vrijeme Hercegovačkog ustanka tijekom 1875-1876. godine.

Građevni kompleks Lazareta bio zanimljiv inženjeru Lorenzu Vitelleschiju koji donosi njegov prvi nacrt iz 1827. godine. Vodeći se ovim nacrtom i najranijim fotografijama ne mogu se uočiti izmjene u građevnom sklopu Lazareta. Pod kraj 19. stoljeća kompleks se upotrebljava za skladištenje, a 1878. godine požarom je uništena jedna zgrada koja je ubrzo obnovljena i vraćena u funkciju skladišta, dok se prva dvorana i dvorište koriste za klaonicu.

Početak 20. stoljeća Lazareti su u vojnom posjedu (Vojni erar Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca), no Općina dubrovačka nastoji izvršiti zamjenu posjeda te ustupa sklop domobranske vojarne u Gružu za kompleks Lazareta. Kada općina preuzima Lazarete,

⁴Dukat je zlatni novac, čije je kovanje počelo u Veneciji 1284. godine. Njegova težina je varirala kroz stoljeća da bi se od 1526. godine ustalila na 3,494 grama sve do pada Mletačke Republike. U Dubrovačkoj Republici dukat je bio srebrni novac koji se počeo kovati tek od 1723. godine, stoga se arhivski podaci o računima u zlatnim dukatima odnosi na mletački novac. Izračunom gramaže mletačkih zlatnika i pretvorbom u suvremenu cijenu grama zlata na tržištu dolazimo do izračuna od 1.587.130,97 eura. Uzete su srednje karatne vrijednosti zlata.

izdaje natječaj za idejno rješenje obnove Lazareta koji su već tada u ruševnom stanju, te planira izgraditi hotelski kompleks, javno zimsko kupalište i tomu slično. Nekoliko je renomiranih tadašnjih arhitekata dalo različita rješenja. No, postupno se budi svijest o značenju Lazareta kao kulturno-povijesnoj vrijednosti i odustaje se od novogradnje, a Lazareti se šezdesetih godina 20. stoljeća obnavljaju. Od kraja sedamdesetih godina do početka devedesetih godina 20. stoljeća Lazareti su imali društveno- kulturnu, te turističko-ugostiteljsku namjenu. No, nakon Domovinskog rata dolazi do zastoja u komercijalnom korištenju Lazareta i ukazuje se potreba za ponovnom obnovom cjelokupnog kompleksa. Posljednja obnova započinje 2012. godine, a završava u još nepotpunom obliku tijekom 2015. godine.

Arhitektonski integritet utilitarnosti

Kompleks Lazareti je sačuvao svoj izvorni arhitektonski sklop strogo funkcionalno organiziranih zgrada jednostavnih neožbukanih pročelja, visokih razdijeljenih zidova s ulaznim vratima na sjeveru koja vode u unutarnje dvorište prema jugu (orijentacija prema morskoj obali) silaskom niz stubište u nižu razinu s lađama koje su bočno rastvorene arkadnim trjemovima. Sve zidne plohe su građene neobrađenim kamenjem i nisu prebojane. Lađe su građene u parovima, a međusobno su povezane prolazima unutar korpusa razdjelnih zidova, dok u sjevernom dijelu svih lađa jednodnostorni monokorpus se prekida pregradnim zidom koji je perforiran s dva visoka luka iza kojih je prostor nadsvođen križnim svodovima građeni od sedre. Gornji objekti koji se javljaju u nizu sjevernog zida u nivou glavne prilazne komunikacije kompleksa, visinom su ujednačeni osim krajnjeg zapadnog koji je jednokatnica, a formirani su kao jednodnostorni, te zadržavaju širinu donjih lađa. Otvori gornjih objekata imaju pravilni ritam ujednačeno oblikovanih prozora, a između se uspostavlja zid koji zatvara dvorišta s većim otvorom u sredini, ali s gvozdеном заштитом. Od značajnijih elemenata infrastrukture iz vremena karantene izdvajaju se povijesni zahodi i ložišta, kameno pilo u dvorištu druge lađe te ugrađeni kameni blok na južnom platnu zida s morske strane s reljefom križa.

U oblikovanju prostora naglašen je utilitarni karakter, prvenstveno u formiranju cjeline i unutarnjoj organizaciji prostora, te u krajnjoj redukciji dekorativnih elemenata, što ne isključuje koncept usklađenosti i estetskog oblikovanja cjeline kao i čitkost pripadnosti stilskom izrazu vremena u kojem je nastao. Sve ove vrijednosti kompleks Lazareta je sačuvao do danas i jedinstven je kao takav na području Europe.

Ljudski utjecaji: vlasništvo i trenutno korištenje

Grad Dubrovnik zadržava vlasnička prava i dužnosti nad kompleksom Lazareta, stoga i odgovornost za potpisivanje ugovora s korisnicima prostora te određivanje načina kako će se prostor koristiti. Iako je određen prema prostoru (broju lađa), profilima korisnika i tipovima aktivnosti koje se u prostoru odvijaju, temeljni imperativ i etos u korištenju prostora Lazareta je cjelovita polivalentnost i dostupnost prvenstveno između glavnih korisnika, ali i ostalih potencijalnih korisnika srodnih interesa i djelatnosti. Trenutno je tako prostor u spomeničkom kompleksu Lazareta prvenstveno kulturne odnosno društvene namjene: ustupljen je na dugoročno korištenje organizacijama civilnog društva: Art radionici Lazareti⁵, Studentskom

⁵Tijekom vremena, mijenjali su se brojni koncepti, ideje korištenja i vizije za razvoj Lazareta uz više ili manje konkretnog utjecaja na moduse uporabe i upravljanja. Krajem 1990.-ih godina vođeni su intenzivni pregovori udruge Art Radionica Lazareti (ARL) s Gradom Dubrovnikom u kojima se nudi koncept korištenja prostora Lazareta koji svojom kvalitetom odgovara razini suvremenih europskih kulturno-umjetničkih centara uz resurse

teatru Lero te humanitarnoj i mirotvornoj organizaciji DEŠA – Dubrovnik. Uz njih, u Lazaretima prostore koristi i gradska Ustanova Folklorni ansambl Linđo.

Prostor Lazareta identificiran je kao ključan infrastrukturni razvojni projekt čija će se konačna namjena i programski sadržaji planirati i razviti kroz projekt pripreme kandidature Dubrovnika za Europsku prijestolnicu kulture vodeći računa o izvedbeno-produkcijskim potrebama i mogućnostima, kao i potrebi osiguranja prostora za uspostavu društveno-kulturnog centra u najužem središtu grada te razvoj kulturnog i društvenog poduzetništva.

Unatoč vidljivom potencijalu, trenutna namjena spomenika kulture Lazareti nije na zadovoljavajući način valorizirana te zasad ne može na odgovarajući način i u potpunosti udovoljiti standardima suvremenog kulturnog stvaralaštva⁶ i društveno odgovornog kulturnog poduzetništva, a onda i potrebama diferenciranog/diversificiranog turističkog tržišta. U okviru kandidature Dubrovnika za Europsku prijestolnicu kulture, predviđene su takve namjene Lazareta koje moraju zadovoljiti visoke standarde kako bi takav spomenik kulture mogao imati značajnu ulogu u promjeni percepcije kulture kao značajnog razvojnog resursa što se očituje ne samo u segmentu kulture već i u obrazovanju, poduzetništvu, turizmu, znanosti itd. pa je Lazarete nužno značajnije pozicionirati kao razvojni resurs Grada, Županije, ali i šire.

Prijedlog kulturno-umjetničkog odnosno društvenog programa/sadržaja prostora Lazareta

Djelatna i sadržajna supstanca prostora Lazareta u obliku društveno-kulturnog centra prvenstveno se generira „odozdo“ tj. od strane korisnika prostora te se usklađuje sa zahtjevima koji dolaze „odozgo“ tj. od strane vlasnika prostora. No, u samom središtu, pogotovo dugoročnog, planiranja moraju se postaviti potrebe zajednice koje su artikulirane kako „odozgo“ u formi Programa javnih potreba u kulturi Grada Dubrovnika odnosno RH, tako i „odozdo“ budući da „programi nastaju na temelju preferencija ljudi koji ih vode, sposobnostima ljudi koji ih provode, a ovisi i o vanjskim pritiscima, nekoj široj politici države ili grada te o artikuliranim interesima i potrebama građana. Tu slobodu ne valja shvatiti kao neki apsolut nego djelovanje u određenom okviru“ (Mišković, 2015.).

Lazareti su programski već „obilježen“ prostor temeljem dugogodišnjih aktivnosti i profila organizacija koje prostor već koriste. U tom smislu, Lazareti su sadržajni hibrid između suvremenih umjetničkih i kulturnih praksi s naglaskom na kritičku i diskurzivnu dimenziju, društveno-kulturnog poduzetništva i institucionalnih formi njegovanja nematerijalne kulturne baštine kroz amaterski folklorni ansambl. Navedeni sadržajni opseg proteže se na točno pola prostora kompleksa. Preostala polovica prostora, „programira“ se unutar kulturno-umjetničkih inicijativa i projekata proizašlih iz procesa pripreme kandidature Dubrovnika za Europsku prijestolnicu kulture (EPK) 2020. godine.

za programski razvoj centra (rezidencijalni umjetnički centar, umjetničke škole itd.). Slijedom tog prijedloga, 2000. godine, Grad Dubrovnik sklapa s Art Radionicom Lazareti ugovor o dugoročnom korištenju prostora na period od 25 godina.

⁶Značenja i definicije suvremenog kulturnog stvaralaštva u ovom tekstu nisu ograničena na specifične suvremene umjetničke prakse, izričaje ili estetsko-poetička opredjeljenja, pravce i žanrove. Suvremeno kulturno stvaralaštvo obuhvaća kulturne i umjetničke prakse koje nastaju u suvremenom, sadašnjem trenutku vremena te kao takve podrazumijevaju, između ostalog, suvremene standarde umjetničke produkcije u smislu tehnoloških i komunikacijskih mogućnosti i opreme u prostorima u kojima takva vrsta stvaralaštva nastaje i/ili izvodi.

Temeljni koncept za prvih pet lađa Lazareta jest da postanu mjesto-katalizator suradnje umjetnosti i znanosti uz jaku prisutnost programa za zajednicu. Konceptualni okvir gradi se na sljedećim značajkama: umjetničko vodstvo; konceptualni integritet; stručnost; obrazovanje; inkluzivnost; održivost; fokus na zajednici; međunarodna suradnja i vidljivost, a razlaže se po sljedećim oblicima djelovanja: stvaralaštvo suvremenih umjetničkih i kulturnih praksi; društveno i kulturno poduzetništvo; inovativno programiranje i društvene inovacije; eksperimentalnost i sustvaranje.

Vizija

Spomenički kompleks Lazareti u Dubrovniku je zaštićen, kontinuirano održavan i održiv objekt kulturne baštine koji, integracijom i povezivanjem najrazličitijih korisnika i njihovih programa i aktivnosti, teži postati međunarodno relevantnim snažnim i otvorenim središtem umjetničkog stvaralaštva, žive kulture i društvenog djelovanja u neposrednoj lokalnoj i široj internacionalnoj zajednici.

Misija

Lazareti promiču ideju simbioze kulturne baštine i suvremenog umjetničko-kulturnog stvaralaštva u praksu, s ambicijom da u tom nastojanju postanu međunarodni primjer uspjeha, posebno u polju participativnog/sudioničkog upravljanja. Lazareti su mjesto u kojem se svi društveno odgovorni oblici suvremenog, kulturnog, umjetničkog i društvenog stvaralaštva podržavaju i realiziraju čineći time Lazarete prostorom živog i dinamičnog kulturnog rada Dubrovnika i njegove šire okolice.

Održivo korištenje i vizija za budućnost

Iako su Lazareti samostalno kulturno dobro koje ima svoju kulturnu, društvenu pa i gospodarsku funkciju, vezani su uz dubrovački urbani, kulturni, društveni i turistički teritorij. Stoga se održivi razvoj kompleksa mora osigurati s aspekata njegove:

- fizičke zaštite,
- kontinuiteta u sadržajnoj društveno-kulturnoj namjeni prostora,
- kroz ekonomsku aktivnost objekta uz usklađivanje sadržaja korisnika Lazareta te
- potencijalno i uz specifične oblike tržišta turizma.

Fizička zaštita tiče se prvenstveno konzervatorskih poslova i opisana je u poglavlju Mehanizmi zaštite i obnove.

Kako bi se osigurao jasan identitet kompleksa u kulturno-povijesnom, ali i u suvremenom kulturnom smislu, najam prostora Lazareta mora uvijek slijediti zadane elemente kulturno-umjetničke odnosno društvene svrhe poštujući već spomenute **kriterije polivalentnosti, participativnosti, fluidnosti i fleksibilnosti**. To osigurava dinamičnost u korištenju prostora Lazareta koja se mora osiguravati ne samo raznolikom kvalitetom i kvantitetom ponuđenih sadržaja, nego i komunikacijom, razmjenom i suradnjom samih korisnika i sadržaja. Istovremeno, takva suradnja rezultira konsenzusom u programskom i financijskom planiranju te zajedničkoj promociji identiteta Lazareta.

Lađe u prizemlju i međukatovima pojedinog objekta imaju svoju kulturno-umjetničku odnosno društvenu namjenu. Gornji dio Lazareta, tj. visoka prizemlja lađa trebala bi se dodijeliti korisnicima lađa za komercijalne aktivnosti kako bi se postiglo održivo korištenje objekta. Sve lađe (prizemlja) trebale bi imati komercijalni dodatak osnovnim aktivnostima koji bi doprinosili

samom sadržaju te financijskoj neovisnosti aktivnosti koje se odvijaju unutar prostora. Komercijalne komponente sadržaja mogu predložiti sami korisnici uz suglasnost Grada odnosno Savjeta, a prve kategorije komercijalne djelatnosti u prostorima Lazareta koje bi se trebale podržati su: prateća ugostiteljska djelatnost, muzejsko-galerijska prodaja, prodaja autohtonih gastro-suvenira i rukotvorina, knjižara itd. Kako bi se postigla identitetska, ali i ekonomska održivost objekta, nužno je da se budući privremeni najam prostora za komercijalne sadržaje dodjeljuje putem javnog natječaja, a prema prethodno propisanim kriterijima. U Annexu je predstavljen prijedlog kriterija koje je moguće još dodatno razraditi. Prijedlog dodjele najma za prostore Lazareta donosi Savjet spomeničkog kompleksa Lazareti, a konačnu odluku donosi Grad Dubrovnik kao vlasnik te, kako se navodi u UNESCO-voj metodologiji izrade planova upravljanja za lokalitete Svjetske kulturne baštine⁷, ima moralnu obvezu prihvaćanja tog prijedloga. Iznad svega, nužno je planirati i financijsko poslovanje čitavog objekta kako bi se osigurala njegova ekonomska održivost. Spomenuti Savjet može davati mišljenje i o ovom aspektu poslovanja uz prijedloge izvora financiranja pro-futuro.

Posljednji navedeni aspekt održivosti manifestira se u turističkim aktivnostima. Turizam je najviše zainteresiran za održivost resursa jer je resurs temelj njegova razvoja. Konceptija održivog razvoja turizma uvjetuje zaštitu i održivost svih turističkih resursa i temelji se na zadovoljenju potreba sadašnjih, ali i budućih generacija. Pri osiguravanju održivosti resursa nužno je pronaći ravnotežu i u zadovoljenju potreba turista kako bi i njihovo iskustvo imalo zadovoljavajuću razinu kvalitete pa je, stoga, u Lazaretima nužno ponuditi programe koji će odgovarati kvalitetnom iskustvu za specifična turistička tržišta, a koji se tiču kreativne, inovativne, a moguće i participativne ponude (npr. aktivnosti kreativnog turizma). Odgovorni i održivi razvoj turizma podrazumijeva **pravo** na turizam i na slobodu turističkih kretanja, zadovoljenje ekonomskih, društvenih i estetskih potreba, uz održavanje karakteristika prirodnog i društvenog okruženja i kulturno-povijesnog nasljeđa (UNWTO). Pored toga, načela održivog razvoja grada postavljena su u Agendi 21), a ona su izuzetno važna i za turizam (UNCED, 1992). Temelje se na ekološkoj, sociokulturnoj i ekonomskoj održivosti.

U slučaju upravljanja Lazaretima, ključna pitanja održivog turizma tiču se:

- razmatranja turističkog potencijala lokaliteta (nosivost) i upravljanje kulturno-turističkim lokalitetom,
- kontrole tijeka budućih turističkih posjetitelja,
- kontrole turističkog iskustva koje za posljedicu ima kontrolu aktivnosti turista.

Paralelno s određivanjem namjene svih prostora u Lazaretima, potrebno je izračunati nosivost pojedinih prostora te ukupnog prostora u odnosu na sadržaje koji se nude. To je preduvjet kako za kontrolu tijeka posjetitelja tako i za kontrolu turističkog iskustva. Kontrolu tijeka posjetitelja moguće je postići ponudom raznolikih i jednako dinamičnih sadržaja pa je stoga nužno promišljati o sadržajima na razini čitavog objekta Lazareta, dakle holistički. Zbog same činjenice da je Dubrovnik visoko prepoznatljivo kulturno i turističko središte Hrvatske nužno je u Lazaretima pružiti takve komercijalne usluge koje će održavati odmak od unificiranih tipova konvencionalnih usluga za masovni turizam, ali i kvalitetu turističkog

⁷Preuzeto s mrežnog izvora

https://www.unesco.de/fileadmin/medien/Dokumente/Bibliothek/Management_Plan_for_World_Heritage_Sites.pdf (21.travnja 2016.)

iskustva. S obzirom da spomenički kompleks Lazareti ima potencijal „rasterećenja“ najfrekventnijih lokacija u povijesnom središtu obzirom na svoj položaj, za očekivati je kako bi namjena prostora Lazareta u skoroj budućnosti mogla postati značajna točka profilirane kulturne ponude koja bi privlačila specifičan tip posjetitelja. Tako bi, uz značajan financijski doprinos samom kompleksu Lazareta, a posredno i Gradu Dubrovniku (kroz razvoj poduzetništva, poreznu politiku, otvaranje novih radnih mjesta), komercijalna namjena prostora dodatno pomogla djelomičnoj regulaciji turističkog prometa, mogućnostima da posjetitelji dožive suvremeno kulturno iskustvo Dubrovnika tj. novom ponudom kako za građane tako i za posjetitelje Dubrovnika, kao i novom uređenju prostora. Nužno je, međutim da namjena prostora ima **kulturno-umjetničku i društvenu vrijednost**, kako u svrhu poboljšavanja usluga za same građane Dubrovnika, tako i za njegove posjetitelje. To ujedno ne znači i cjenovno nepristupačne sadržaje za korisnike budući da je misija Lazareta prvenstveno kulturna, a to, prema pravilima struke podrazumijeva obrazovanje i podizanje svijesti o kulturi, dok je njegova ekonomska valorizacija sekundarna.

U tom smislu, predlaže se namjena prostora za sadržaje koji promoviraju lokalnu, regionalnu i nacionalnu kulturu ili način života čime se osigurava kvaliteta života građana odnosno potencijal promocije grada/županije/zemlje. Dosadašnja su istraživanja⁸ pokazala kako visoki potencijal u tom smislu ima sektor kulturnih/kreativnih industrija, kulturnog turizma i agroekologije. Stoga se kao komercijalni sadržaji namjene prostora predlažu oni vezani uz kulturni turizam i kulturne/kreativne industrije, knjižnica koja će u okviru svojih prostora imati i ugostiteljsku ponudu, a u kojoj će se prodavati prijevod hrvatske književnosti objedinjeni jednom mjestu, prodajna galerija suvremene dubrovačke umjetnosti; oni vezani uz kulturni turizam i agroekologiju kao npr. vinoteka koja će služiti kao prodajno i degustacijsko mjesto vina dubrovačke regije; odnosno oni vezani uz ugostiteljstvo kao npr. prodajni kafić te slowfood restoran prema uzoru na domaće/strane primjere prakse. Valja, međutim naglasiti kako se pod dizajnerskim proizvodima koji imaju istinsku snagu promocije grada/županije/zemlje smatraju vrhunski suvremeni proizvodi dizajnerske struke, a ne rukotvorine (kao npr. sapuni od sala i sl.). Ukoliko se radi o autohtonim rukotvorinama, onda se podrazumijeva da imaju promišljen oblik vizualnog oblikovanja i načina kako komuniciraju svoju autentičnost i sadržaj. Kada govorimo o prodajnoj galeriji suvremene dubrovačke umjetnosti, svakako je potreban oprez kako definiranje „suvremene dubrovačke umjetnosti“ ne bi korespondiralo sa suvenirskim kičom pa se predlaže suradnja s Art radionicom Lazareti s obzirom da je ta organizacija fokalna točka dubrovačkog suvremenog stvaralaštva.

Širi okvir turističkog poslovanja mora uključiti i lokalnu zajednicu; naime, jedan od načina minimizacije negativnih učinaka turizma je nastojanje da lokalna zajednica dijeli osjećaj vlasništva nad vlastitom baštinom. Stoga je bitno u objektu organizirati takve programe koji će prvenstveno biti zanimljivi lokalnoj zajednici i koji će trajati tijekom čitave godine, dok turistički programi imaju važnu, ali sekundarnu vrijednost. U tom je smislu važno lokalnim kreatorima i organizatorima omogućiti održavanje i predstavljanje njihovih programa i

⁸a) Jelinčić, Daniela Angelina; Žuvela, Ana (2010). *Zagreb kao kulturni proizvod: Studija potencijala razvoja grada kroz kulturne/kreativne industrije*. Zagreb: Institut za međunarodne odnose.

b) Jelinčić, Daniela Angelina; Žuvela, Ana; Polić, Mario (2012). *Zagreb kao kulturni proizvod: Akcijski plan poticanja razvoja kulturnih/kreativnih industrija u gradu Zagrebu*. Zagreb: Institut za međunarodne odnose.

c) Rašić Bakarić, Ivana; Bačić, Katarina; Božić, Ljiljana (2015). *Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Ekonomski institut.

događanja u prostorima Lazareta no prema kriterijima koji će odgovarati identitetskim elementima kompleksa odnosno čija je kulturna kvaliteta visoka. Osjećaj participacije i doprinosa životu grada od strane lokalnih stanovnika osigurava se i kroz gospodarsku valorizaciju kompleksa, koja je vidljiva u korištenju prostora obrta i malih poduzetnika. U tom smislu potrebno je jasno definirati takve vrste aktivnosti u prostorima komercijalne namjene Lazareta, kako bi se osigurala zaštita spomenika, promocija njegovog identiteta, odnosno njegova financijska održivost. Također, buduće turističko poslovanje Lazareta mora biti usklađeno s turističkom politikom Grada Dubrovnika što podrazumijeva i nesmetani tijek svakodnevnih aktivnosti lokalnog stanovništva.

Održivi razvoj podrazumijeva i ekološku održivost pa se u tom smislu predlažu aktivnosti koje ne štete okolišu i prirodnim resursima u poručuju kompleksa i okolice. Takav je razvoj moguće promišljati i kroz aktivnosti energetske efikasnosti objekta odnosno kroz tzv. zeleno poslovanje, bez štetnih utjecaja poslovanja na okoliš.

U smislu institucionalne održivosti, već je spomenuta potrebna financijska održivost objekta koju će se djelomice osiguravati kroz komercijalno poslovanje, ali i kroz druge izvore projektnog financiranja. Važno je, također osigurati transparentno i postojano upravljanje objektom od strane vlasnika u suradnji s korisnicima prostora te lokalnim, regionalnim i nacionalnim nositeljima razvoja u planiranju sadržaja i događanja, već prema odabranom modelu predloženom ovim Planom. Iako nije obvezujuća, osim u moralnom smislu, ovdje je važna i uloga Savjeta spomeničkog kompleksa Lazareti koji predlaže uspostavu pravnog okvira djelovanja i upravljanja Lazaretima odnosno poslovanje objekta na godišnjoj odnosno višegodišnjoj razini. U tom smislu mogu biti poticajni primjeri prakse sličnih objekata koji postoje u nas i u svijetu.

Potencijalna publika

Podaci o broju korisnika programa/publike postojećih korisnika prostora, pokazuju da prosječno u Lazarete dolazi cca. 24.000 ljudi/korisnika i sudionika u programima na godišnjoj razini⁹ što je više od polovice čitave populacije grada Dubrovnika. Stoga se može zaključiti da Lazareti već imaju dokazani potencijal privlačenja publike i sudionika u programima čemu se moraju pridodati potencijali iz neposredne okoline: 630 učenika srednje škole Gimnazija Dubrovnik, 152 učenika viših razreda osnovne škole Marin Getaldić te 621 učenik srednje Turističke i ugostiteljske škole Dubrovnik (ukupno 1403 osobe u rasponu od 10 do 18 godina, tj. najbolji potencijal za stvaranje budućih sudionika i korisnika kulturnih programa, ne samo Lazareta). Također, unutar povijesnog centra nalazi se Umjetnička škola Luka Sorkočević, čiji su učenici redoviti polaznici obrazovnih i kulturnih programa u Lazaretima.

Središnja ciljna skupina korisnika programa u Lazaretima je mlađa populacija što potvrđuje i jaka edukacijska komponenta u svim predloženim programima za prostore kulturnog centra u Lazaretima. Dodatno, Lazareti se nalaze na cesti/pješačkoj trasi od povijesnog centra do ruba užeg dijela grada (predio Zlatnog potoka, Svetog Jakova i ex. Hotela Belvedere) na kojoj se, u udaljenosti od jednog kilometra nalaze četiri hotela s pet zvjezdica¹⁰ čime se sadržaj Lazareta otvara specifičnom profilu potencijalne publike, a koja je, po osnovnim i zastarjelim podjelama, dijametralno suprotna od lokane publike iz neposrednog okruženja. Naime, osim što je okrenutost lokalnoj zajednici temeljno obilježje kulturnog centra uopće,

⁹Navedeni broj publike rezultat je zбоја podataka о publici koje su dobiveni od postojećih korisnika prostora i njihovih programskih suradnika.

¹⁰Hotel Villa Dubrovnik; Hotel Villa Orsula Dubrovnik; Hotel Grand Villa Argentina i Hotel Excelsior.

suvremena tumačenja kulturne publike odmiču se od segregiranih skupina obožavatelja opere i klasične glazbe odnosno elektronike i turbo-folka, a sukladno istaknutom društvenom statusu i hijerarhiji - današnju publiku čine tzv. svejedi¹¹ odnosno ljudi koji imaju kapacitet konzumacije repertoara od visoke kulture do pop glazbe i televizijskih sapunica. Stoga se strategije planiranja programa ne trebaju ciljano usmjeravati prema profilu posjetitelja više platežne moći (čime bi se ograničila dostupnost programa za lokalnu publiku prosječnih ili nižih financijskih sposobnosti) već se trebaju usmjeriti na podizanje umjetničkih, kulturnih i intelektualnih kapaciteta zajednice, uključujući posjetitelje, ali ne i primarno se baveći njima.

¹¹„Segregirane skupine publike *kultiviranih poznavatelja* umjetničkih formata elitne kulture, koji su se prepoznavali po strogom razlikovanju npr. opere od soap-opere su u izumiranju dok se razvija publika, kako ih je američki sociolog Richard A. Petersen (1992.) naziva, *kulturnih svejeda*. Kulturnim svejedima definira se publika koja "ima prostora u svom repertoaru za operu i *heavy metal* ili *punk*, za 'visoku umjetnost' i *mainstream* televiziju, za Samuela Becketta i TerryPrachetta" (Baumann, 2011.:2; Bell i Oakley, 2015.:36). Koncept kulturnih svejeda vezuje se za populacije razvijenih zemalja zapada te za napuštanje snobovskog elitizma svojstvenog okruženju mainstream kulturnog stvaralaštva u korist novonastajućih vrijednosti tolerancije (Warde, Wright i Gayo – Cal., 2007)“(Žuvela, 2016...:48).

“Lazareti – kreativna četvrt Dubrovnika” – opis i ciljevi projekta

Grad Dubrovnik nositelj je projekta „Lazareti – kreativna četvrt Dubrovnika“ KK.06.1.1.01.075 prijavljenog na natječaj Priprema i provedba Integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine, a za koji je 11. srpnja 2017. godine potpisan ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava Europske unije između Grada Dubrovnika, Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije te Središnje agencije za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije

Naziv projekta: Lazareti – kreativna četvrt Dubrovnika

Prijavitelj: Grad Dubrovnik

Partneri: Zavod za obnovu Dubrovnika

Turistička zajednica grada Dubrovnika

Razvojna agencija Grada Dubrovnika DURA

Deša Pro d.o.o.

Udruga Deša – Dubrovnik

Art radionica Lazareti

Studentski teatar Lero

Folklorni ansambl Lindo

Dubrovačka ART udruga bez granica

Artur Sebastian Design

Ukupni prihvatljivi troškovi projekta određeni su na maksimalno 30.944.625,74 kuna, od čega Europska unija kroz Europski fond za regionalni razvoj sufinancira 25.995.571,00 kuna. Projekt se provodi u razdoblju od 17. studenoga 2015. godine do 17. prosinca 2018. godine.

Kratki opis projekta:

Projekt Lazareti – kreativna četvrt Dubrovnika osmišljen je kroz jedanaest komponenti. Dobivenim sredstvima obnovit će se tri lađe spomeničkog kompleksa Lazareti te će se nabaviti oprema potrebna za izvođenje kulturno-turističkih programa, zanimljivih lokalnom stanovništvu i turistima. Projektni tim educirat će se o načinu upravljanja kulturnim dobrima, što će u konačnici osigurati kvalitetno upravljanje i financijsku te sadržajnu održivost. Nositelj projekta je Grad Dubrovnik, a njegovi partneri su javne institucije, privatni i civilni sektor.

Kroz projekt će se voditi i briga o okolišu, uvođenjem obnovljivih izvora energije u vanjsku rasvjetu, instalaciju tri pametne klupe i zamjenu rasvjetnih tijela u LED rasvjeti. Projekt je prilagođen osobama s posebnim potrebama, na način da će se turistički vodiči educirati o modelima vođenja osoba s invaliditetom, a izradit će se i maketa Lazareta koja će služiti slijepim osobama za doživljaj kulturne baštine.

Opći cilj projekta Lazareti - kreativna četvrt Dubrovnika je unaprjeđenje upravljanja kulturnom baštinom, kao doprinos održivom razvoju na lokalnoj i regionalnoj razini, kroz valorizaciju objekata kulturne baštine te proširenje kulturno-turističkih sadržaja vezanih uz kulturnu baštinu grada Dubrovnika.

Specifični cilj ili svrha projekta Lazareti - kreativna četvrt Dubrovnika je da Grad Dubrovnik, zahvaljujući obnovi i opremanju kulturno spomeničkog kompleksa Lazareti, njegovim stavljanjem u kulturno-turističku funkciju te povezivanjem s ostalim kulturnim dobrima, postane prepoznatljiva kulturno-povijesna destinacija tijekom cijele godine te time stvori temelje za provedbu Integriranog razvojnog programa destinacije.

Rezultati:

1. Obnovom i opremanjem spomeničkog kompleksa Lazareti stvorit će se svi infrastrukturni uvjeti za kvalitetno održavanje novo razvijenih i unaprijeđenih kulturno-turističkih sadržaja;
2. Razvit će se i uspostaviti kulturni, znanstveni, obrazovni i turistički sadržaj i proizvodi za posjetitelje unutar Integriranog razvojnog programa
3. Uspostavit će se čvrsta i kvalitetna suradnja između javnog, privatnog i civilnog sektora, kroz turističku valorizaciju kulturne baštine;
4. Dubrovnik kao turistička destinacija bit će kvalitetno promoviran na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini.

U sklopu projekta "Lazareti – kreativna četvrt" planirane su aktivnosti nabave usluge izrade vizualnog identiteta Lazareta te nabave usluge vizualnog identiteta štandova u Lazaretima.

II. PROJEKTI ZADATAK

Ovaj predmet nabave podijeljen je u dvije grupe:

- Grupa A: Vizualni identitet Lazareta
- Grupa B: Vizualni identitet (oblikovanje) štandova u Lazaretima

Ponuditelji se mogu prijaviti za samo jednu od grupa ili za obje grupe predmeta nabave.

Projekt se u svakoj od skupina provodi (izvodi) u dvije faze: **fazi natjecanja** i **fazi izvedbe**. Objе faze su obuhvaćene ovim natječajem i pokrivene predviđenim iznosima naknade, a od odabranih ponuditelja se očekuje da, za grupu za koju se prijavljuju, u cijelosti izvrše sve predviđeno ovim natječajem te predaju ukupnu traženu dokumentaciju.

1. OBLIKOVANJE VIZUALNOG IDENTITETA LAZARETA

Treba predložiti rješenja za:

- Lazareti - kreativna četvrt Dubrovnika (puni naziv)
- Lazareti - Creative Hub of Dubrovnik (puni naziv na engleskom jeziku)
- Lazareti (skraćeni naziv)

Predložena rješenja moraju podjednako dobro funkcionirati u sve tri varijante

Pri izradi vizualnog identiteta Lazareta potrebno je prvenstveno voditi računa o kulturno-umjetničkoj i društvenoj namjeni prostora. Ovaj vizualni identitet treba stvoriti prepoznatljiv i jedinstven okvir otvarajući prostor različitim specifičnim oblicima i načinima komunikacije te prezentacije sadržaja. Treba na suvremen način promišljati komunikaciju u javnom prostoru upućujući na specifičnu kulturnu funkciju te uzimajući u obzir različitost dionika (ARL, Deša,

Lero, Lindo...) i sadržaja (izložbe, koncerti, predstave...) informirajući o njima, a ne dominirajući nad njima. Poželjno je zadatku pristupiti uzimajući u obzir te promišljeno koristeći i/ili reinterpetirajući tradicionalne (povijesne, urbane, etnološke) elemente, specifične teme i forme na nov i komunikativan način, preoblikujući ih i dovodeći u odnose koji potiču propitivanje i razmišljanje.

Pored toga treba voditi računa i o mogućim alternativnim oblicima korištenja prostora poput primjerice organiziranja manjih kongresa, konferencija ili svečanih događanja te komercijalnog korištenja u dijelu kompleksa na platou za ugostiteljske ili trgovačke sadržaje koji su komplementarni osnovnim sadržajima i funkciji Lazareta kao društveno-kulturnog centra.

Oblikovanje vizualnog identiteta podrazumijeva idejni i izvedbeni projekt osnovnih grafičkih standarda, sustava komunikacije i sredstava za promociju te prostornu uporabu vizualnog identiteta (jednostavna signalizacija). Ovo se provodi (izvodi) u dvije faze: fazi natjecanja i fazi ugovorene izvedbe.

1. faza - NATJEČAJ

U prvoj fazi ili fazi natjecanja prezentacija prijedloga rješenja treba sadržavati elemente vizualnog identiteta predstavljene u karakterističnim odnosima te primjere karakterističnih primjena i na taj način pružiti temelj za razumijevanje predloženog rješenja. Prezentacija mora sadržavati:

- kratko tekstualno obrazloženje koncepta
- oblikovanje znaka / logotipa ili sustava
- odabir tipografije
- definiciju boja

Pored ovih osnovnih parametara vizualnog identiteta u prezentaciju je potrebno uvrstiti nekoliko primjera uporabe vizualnog identiteta **u digitalnom formatu** (web stranici, društvenim mrežama, na info kiosku...), **na tiskanim materijalima** (posjetnica, memorandum, koverta...), **sredstvima promocije** (plakat, pozivnica, naslovnica kataloga...) i **u prostoru** (natpis na ulazu, označavanje u prostoru, jednostavna signalizacija...). Ova rješenja ne trebaju biti konačne, izvedbene prirode već trebaju poslužiti jednostavnijem razumijevanju sustavnog promišljanja uspostave vizualnog identiteta. Isto tako, nije bitna njihova količina ukoliko je iz 3 do 4 primjera moguće shvatiti sve kapacitete predloženog koncepta.

Ukoliko je to za specifično rješenje ili razumijevanje istog potrebno natjecatelji mogu, ali ne moraju sugerirati odabir materijala i tehnika tiska.

Natječajna dokumentacija (prezentacija idejnih rješenja) predavat će se ispisana (u A3 formatu) te u digitalnom formatu (pdf).

2. faza – IZVEDBA

U drugoj fazi potrebno je izraditi priručnik grafičkih standarda korištenja vizualnog identiteta sa jasno definiranim odnosima znak/logotip, načinima korištenja istih, dopuštenim umanjnjima (te eventualnim korekcijama za umanjnja), dopuštenim aplikacijama identiteta

te ostalim stavkama koje osiguravaju ispravno korištenje postavljenog vizualnog identiteta. U knjigu standarda treba uključiti sve aplikacije identiteta koje su navedene:.

- memorandum
- kuverta
- posjetnica
- pečat
- oznake izlaza/ulaza, sanitarnog čvora, namjene prostora, numeriranja lađa
- pozivnica (idejno rješenje tipsko - osnovni layout)
- brošura A5 (prijedlog naslovnice i 2 tipske stranice)
- plakat B1 (idejno rješenje tipsko - osnovni layout)
- letak (idejno rješenje tipsko - osnovni layout)
- Facebook cover page
- prijedlog uporabe vizualnog identiteta na naslovnici web stranice
- prijedlog uporabe vizualnog identiteta na naslovnici i stranicama na info kiosku
- prijedlog uporabe vizualnog identiteta na digitalnom newsletteru

Priručnik grafičkih standarda predaje se u digitalnom formatu. Digitalni format priručnika grafičkih standarda pretpostavlja knjigu u pdf formatu te zasebne mape u kojima se nalaze svi elementi vizualnog identiteta koje naručitelj mora moći samostalno koristiti (memorandum i sl.), dok se kod materijala za koje je potrebna razrada (plakat, posjetnica i sl.) predaje u formatu koji odgovara upotrebi (otvoreni vektorski format: .ai, .eps, .pdf).

2. OBLIKOVANJE ŠTANDA U LAZARETIMA

Grad Dubrovnik u Lazaretima želi nastaviti manifestaciju “Dani kreativnih i kulturnih industrija” te će za potrebe sajma koji se odvija u sklopu te manifestacije koristiti štandove za čije se oblikovanje raspisuje ova nabava. Do sada su se “Dani kreativnih i kulturnih industrija” odvijali jednom godišnje dok se po završetku ovog projekta planira uvesti dodatnih 5 tjedana tijekom ljetnih mjeseci kako bi ova manifestacija, usmjerena prema gostujućoj populaciji (turistima) postigla međunarodnu vidljivost.

Štandovi će se koristiti i na drugim manifestacijama koje bi se odvijale u ili ispred Lazareta poput sajma tradicionalnih obrta, gastro sajмова ili predstavljanja lokalnih OPG-ova, a na njima će se prodavati autohtoni proizvodi i suveniri inspirirani kulturnom baštinom.



Primjer tradicijskog dubrovačkog štanda je sklopivi banak na zelenoj placi (tržnica) na Gundulićevoj poljani, 200x70 cm.

Natječajni rad tj. oblikovno rješenje treba zadovoljavati uvriježene profesionalne standarde.

Očekuje se originalno i po mogućnosti inovativno rješenje koje zadovoljava funkcionalne i ergonomске zahtjeve, odnosno treba biti prilagođeno specifičnoj svrsi te svakom korisniku bez obzira na njegovu dob, spol i specifične potrebe. **Konačni proizvod trebao bi biti jednostavan i jeftin za izvedbu, lagano sklopiv, rasklopiv i skladišten pri čemu treba voditi računa da pri skladištenju ne zauzima previše prostora.** Posebno treba voditi računa o sigurnoj upotrebi u svim fazama korištenja.

Dizajnirani proizvod trebao bi biti ekološki promišljen uz svjesnu brigu o održivom razvoju pojedinca i okruženja – dakle, poželjno je da je rješenje odraz promišljenog i argumentiranog korištenja lokalno raspoloživih tehnologija i materijala te da tako promovira održivost u ekonomskom i ekološkom smislu.

Potičemo upotrebu lakših i prirodnih materijala poput primjerice drva, ali ne isključujemo upotrebu drugih materijala, ukoliko je autor/ kreativni tim svojim rješenjem tako predvidio.

Poželjno je da rješenje na originalan i suvremen način (dakle - ne doslovno) interpretira ili korelira s postojećom kulturnom baštinom i lokalnim tradicijama.

Prezentacija idejnog rješenja štanda treba sadržavati nacрте predstavljene u karakterističnim odnosima s naznačenim dimenzijama, ergonomskim karakteristikama, opisom materijala, te

prikazom tehničkih rješenja spajanja (montaže) i odlaganja (spremanja), te primjerom karakteristične primjene u prostornoj vizualizaciji kao temelj za razumijevanje kvaliteta predloženog rješenja.

1. faza - NATJEČAJ

Natječajni rad treba sadržavati:

- prikaz koncepta s kratkim tekstualnim opisom
- razradu i prikaz elemenata od kojih se sastoji (ukoliko se sastoji od više elemenata koji se sklapaju u cjelinu)
- vizualizacije i/ili modele, odnosno 3D prikaz rješenja u boji (moguće je vizualizaciju prikazati crtežom rukom, pomoću računala ili prema afinitetu i odabiru autora)
- osnovne dimenzije (tlocrt, nacrt, bokocrt, presjek sa opisom materijala)
- opis predviđene tehnologije, materijala i sl.

2. faza – IZVEDBA

U drugoj, izvedbenoj fazi potrebno je predati detaljne tehničke nacрте i specifikacije kako bi se odabrano rješenje moglo izvesti.

III. ZAHTJEVI ZA PONUDITELJA

1. Biografija

Ponuditelj je dužan u digitalnom i/ili printanom obliku predati biografiju te popis strukovnih nagrada i postignuća (ukoliko postoje) kojima dokazuje dosad stečeno iskustvo iz područja oblikovanja vizualnih komunikacija i/ili produkt dizajna i/ili prostornog oblikovanja.

2. Dokaz o stručnoj sposobnosti:

- preslika diplome ili potvrda o upisu/pohađanju studija dizajna / akademije likovnih umjetnosti / grafičkog fakulteta / arhitektonskog fakulteta u RH ili inozemstvu
ili
- potvrda o članstvu u jednoj od strukovnih udruga
ili
- ponuditelj može odgovarajuće profesionalno iskustvo dokazati i putem portfolija s najmanje 3 realizirana rada relevantna za projektni zadatak, u obliku digitalne mape u pdf formatu (time potvrđuje svoju kompetentnost i suvereno vladanje profesionalnim standardima te vrstu i kompleksnost projekata u kojima je dosada sudjelovao)

2. Dokaz sposobnosti za obavljanje profesionalne djelatnosti:

Za pravne osobe:

- izvadak iz sudskog, obrtnog, strukovnog ili drugog odgovarajućeg registra države sjedišta kojim ponuditelj dokazuje upis u sudski, obrtni, strukovni ili drugi odgovarajući registar države sjedišta – ne stariji od 90 dana od dana objave Poziva na dostavu ponuda

- dokaz o ispunjenju obveze plaćanja dospjelih poreznih obveza kao i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje – potvrda Porezne uprave o stanju duga ne starija od 30 dana od dana objave Poziva za dostavu ponuda.

Za fizičke osobe:

- potvrda Porezne uprave o stanju duga kojom se dokazuje da ponuditelj nema duga prema Republici Hrvatskoj, ne starija od 30 dana od dana objave Poziva za dostavu ponuda

3. Iznos ponude

Ponude (bez PDV-a), ne smiju biti više od

- **76.000,00 kuna za vizualni identitet Lazareta**
- **56.398,89 kuna za vizualni identitet (oblikovanje) štandova u Lazaretima**

IV. KRITERIJI VREDNOVANJA RJEŠENJA I ODABIRA PONUDITELJA

Kriterij za odabir ponuditelja bit će potpuna prijava, kvaliteta radova te cijena ponude. Pri ocjenjivanju ponuda, vrednovat će se rješenja koja suvereno reprezentiraju visoke strukovne standarde, pokazuju promišljenost u pristupu temi nadmetanja, nude komunikacijski sustav s kapacitetom za brojne raznorodne primjene te jednako dobro funkcioniraju u tradicionalnim i novim medijima. Vrednovat će se kako primjenjivost i logičnost, tako i inovativnost i originalnost rješenja.

KRITERIJ	RELATIVNI ZNAČAJ
Kvaliteta radova, inovativnost i originalnost rješenja koja predstavljaju visoke strukovne standarde te promišljenost u pristupu temama	90%
Cijena ponude	10%

PRILOG II

Ponudbeni list

1.	Naziv, sjedište i OIB naručitelja:	Grad Dubrovnik, Pred Dvorom 1, 20000 Dubrovnik OIB: 21712494719
2.	Podaci o ponuditelju:	
	Naziv ponuditelja:	
	Adresa (poslovno sjedište) ponuditelja:	
	OIB	
	Broj računa (IBAN)	
	Ponuditelj je u sustavu PDV-a (zaokružiti)	DA NE
	Adresa za dostavu pošte	
	Adresa e-pošte	
	Kontakt osoba ponuditelja	
	Broj telefona	
	Broj telefaksa	
3.	Predmet nabave	
4.	Cijena ponude u kunama bez PDV-a:	
5.	Iznos PDV-a:	
6.	Cijena ponude u kunama s PDV-om:	
7.	Rok valjanosti ponude:	30 (trideset) dana od isteka roka za dostavu ponuda
8.	Rok izvršenja:	

U _____, dana _____ 2018. godine

MP

_____ (ime, prezime i potpis ovlaštene osobe ponuditelja)

PRILOG III.

TROŠKOVNIK

Grupa A

Redni broj	TEKSTUALNI OPIS STAVKE	JEDINICA MJERE	KOLIČINA STAVKE	JEDINIČ NA CIJENA STAVKE	UKUPNA CIJENA STAVKE (umnožak količine i jedinične cijene stavke)
1.	oblikovanje vizualnog identiteta Lazareta	usl	1		
CIJENA PONUDE BEZ PDV-a (zbroj svih ukupnih cijena stavki)					

U _____, dana _____ 2018. godine

M.P.

(ime, prezime i potpis ovlaštene osobe ponuditelja)

TROŠKOVNIK

Grupa B

Redni broj	TEKSTUALNI OPIS STAVKE	JEDINICA MJERE	KOLIČINA STAVKE	JEDINIČ NA CIJENA STAVKE	UKUPNA CIJENA STAVKE (umnožak količine i jedinične cijene stavke)
1.	oblikovanje štanda u Lazaretima	usl	1		
CIJENA PONUDE BEZ PDV-a (zbroj svih ukupnih cijena stavki)					

U _____, dana _____ 2018. godine

M.P.

(ime, prezime i potpis ovlaštene osobe ponuditelja)