

Številka JN: **JNM-0011/2017-S-POG-STO**
Datum: **09.08.2017**

DOKUMENTACIJA V ZVEZI Z ODDAJO JAVNEGA NAROČILA

Predmet javnega naročila:

**Javno naročilo male vrednosti za izvedbo medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih
Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice**

Številka javnega naročila
JNM-0011/2017-S-POG-STO

Javno naročilo po **postopku naročila male vrednosti** je bilo objavljeno na Portalu za javna naročila pod številko objave _____, z dne _____.

Vsebina

I. POVABILO K ODDAJI PONUDBE	3
II. NAVODILA ZA IZDELAVO PONUDBE	4
III. TEHNIČNE SPECIFIKACIJE IN VSEBINSKA IZHODIŠČA	22
PRILOGA 1: Vzorec poročila.....	31

I. POVABILO K ODDAJI PONUDBE

Na podlagi Zakona o javnem naročanju (Uradni list RS, št. 91/15; v nadaljevanju ZJN-3), Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana, vabi ponudnike k predložitvi pisne ponudbe v skladu z dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila na osnovi javnega naročila po postopku naročila male vrednosti, za predmet naročila »Javno naročilo male vrednosti za izvedbo medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice«, najkasneje do:

dne 28. 08. 2017 do 12:00 ure na naslov: Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana, oziroma ponudbo pošljejo s priporočeno pošiljko.

Po pošti prispela ponudba bo veljavna, če bo prispela na naslov do navedenega roka. Ponudba mora biti oddana v zaprti kuverti z oznako »PONUDBA - NE ODPIRAJ« in z navedbo predmeta javnega naročila. Na hrbtni strani kuverte mora biti označen naziv in naslov ponudnika.

Vse nepravčasno predložene ponudbe bodo po končanem postopku odpiranja ponudb neodprte vrnjene ponudnikom z navedbo, da so prepozne.

Javno odpiranje ponudb bo:

dne: 28. 08. 2017 ob 13:00 uri v sejni sobi, v 2. nadstropju
kraj: Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana

Predstavniki ponudnikov morajo pred začetkom javnega odpiranja ponudb predložiti pisna pooblastila za sodelovanje na javnem odpiranju.

Kontaktna oseba naročnika: Živa Deu

S spoštovanjem,

direktorica
mag. Maja Pak

II. NAVODILA ZA IZDELAVO PONUDBE

1. Vsak gospodarski subjekt lahko odda ponudbo na podlagi objavljenega povabila k sodelovanju.

Ponudnik, ki nastopa v več kot eni ponudbi, ne glede na to, ali nastopa samostojno ali kot partner v skupni ponudbi ali kot podizvajalec ali kot partner, katerega zmogljivost uporablja ponudnik, lahko za isto naročilo nastopa samo v eni ponudbi, sicer se izločijo vse ponudbe, v katerih nastopa.

2. Ponudnik mora podati ponudbo za javno naročilo na predloženih obrazcih. Ponudbo mora pripraviti v slovenskem jeziku, cene pa morajo biti izražene v eurih.

Ponudnik mora v okviru ponudbe predložiti izpolnjeno dokumentacijo, zloženo po naslednjem vrstnem redu:

- Podatki o ponudniku
- Ponudba s predračunom
- Izjava
- Izjava o lastniških razmerjih
- Podatki o podizvajalcu, Zahteva podizvajalca za neposredno plačilo in Soglasje podizvajalca (v kolikor potrebno)
- Parafiran vzorec pogodbe

Ponudnik mora pri pripravi ponudbe in izpolnjevanju obrazcev upoštevati navodila, ki so navedena na posameznem obrazcu.

3. Ponudnik izpolni predračun tako, da vpiše cene in njihove vrednosti sešteje. Cena mora vsebovati vse stroške, popuste, rabate in davek na dodano vrednost. Predračun mora biti veljaven do 31. 12. 2017. V izjemnih okoliščinah lahko naročnik zahteva, da ponudniki podaljšajo čas veljavnosti ponudb za določeno časovno obdobje.
4. Opis naročila: Zahteve naročnika v zvezi s predmetom javnega naročila so razvidne iz tehničnih specifikacij, ki so del te dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila.
5. Rok plačila je 30 dni od dneva prejema računov.
6. Ocenjena vrednost javnega naročila je 184.426,23 evrov brez DDV oz. 225.000,00 evrov z DDV, pri čemer je naročnik ocenil strošek agencijskih storitev skladno s tehničnimi specifikacijami tega javnega naročila v vrednosti 9 % deleža celotne ocenjene vrednosti javnega naročila, preostali znesek pa je predviden za dejanski medijski zakup. V kolikor bo ponudnik predložil višjo ponudbeno ceno agencijskih storitev od 9 % ocenjene vrednosti tega javnega naročila, to je 16.598,36 evrov brez DDV oz. 20.250,00 evrov z DDV, bo njegova ponudba izločena.
7. Pogoji za ugotavljanje sposobnosti:
Ponudnik, ki ne bo izpolnjeval vseh v nadaljevanju opisanih pogojev, bo izključen iz postopka javnega naročanja.

V primeru skupne ponudbe mora pogoje iz točk 7.1., 7.2., 7.3. in 7.4. izpolniti vsak od partnerjev posebej.

V primeru, da ponudnik nastopa s podizvajalci, morajo pogoje iz točk 7.1., 7.2., 7.3. in 7.4. izpolniti tudi podizvajalci.

V primeru, da ponudnik uporablja zmogljivosti drugih subjektov, morajo pogoje iz točk 7.1., 7.2., 7.3. in 7.4. izpolniti tudi subjekti, katerih zmogljivosti uporablja ponudnik.

Osnovna sposobnost ponudnika

- 7.1. Naročnik bo iz sodelovanja v postopku javnega naročanja izključil ponudnika, če bo pri preverjanju v skladu s 77., 79. in 80. členom ZJN-3 ugotovil ali je drugače seznanjen, da je bila ponudniku ali osebi, ki je članica upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa tega gospodarskega subjekta

ali ki ima pooblastila za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem, izrečena pravnomočna sodba zaradi kaznivih dejanj, kot jih določa 1. odstavek 75. člena ZJN-3.

- 7.2. Naročnik bo iz sodelovanja v postopku javnega naročanja izključil ponudnika, če bo pri preverjanju v skladu s 77., 79. in 80. členom ZJN-3 ugotovil, da ponudnik ne izpolnjuje obveznih dajatev in drugih denarnih nedavčnih obveznosti v skladu z zakonom, ki ureja finančno upravo, ki jih pobira davčni organ v skladu s predpisi države, v kateri ima sedež, ali predpisi države naročnika, če vrednost teh neplačanih zapadlih obveznosti na dan oddaje ponudbe ali prijave znaša 50 evrov ali več. Šteje se, da ponudnik ne izpolnjuje obveznosti iz prejšnjega stavka tudi, če na dan oddaje ponudbe ali prijave ni imel predloženih vseh obračunov davčnih odtegljajev za dohodke iz delovnega razmerja za obdobje zadnjih petih let do dne oddaje ponudbe ali prijave.
- 7.3. Naročnik bo iz postopka javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, če je ta na dan, ko poteče rok za oddajo ponudb, izločen iz postopkov oddaje javnih naročil zaradi uvrstitve v evidenco gospodarskih subjektov z negativnimi referencami.
- 7.4. Naročnik bo iz postopka javnega naročanja izključil ponudnika, če mu je bila v zadnjih treh letih pred potekom roka za oddajo ponudb s pravnomočno odločbo pristojnega organa Republike Slovenije ali druge države članice ali tretje države dvakrat izrečena globa zaradi prekrška v zvezi s plačilom za delo.

Sposobnost za opravljanje poklicne dejavnosti

- 7.5. Ponudnik mora biti vpisan v enega od poklicnih ali poslovnih registrov, ki se vodijo v državi članici, v kateri ima ponudnik sedež.
V primeru skupne ponudbe ali uporabe zmogljivosti drugih subjektov mora pogoj izpolniti vsak izmed partnerjev posebej.

Ekonomska in finančna sposobnost

- 7.6. Ponudnik mora imeti potrebne ekonomske in finančne zmogljivosti za izvedbo javnega naročila.
V primeru skupne ponudbe ali uporabe zmogljivosti drugih subjektov lahko pogoj izpolnijo partnerji skupaj.

Kot izločitveni pogoj naročnik zahteva, da ima ponudnik najnižji letni promet v dveh preteklih zaporednih poslovnih letih (2015 in 2016), za vsako posamezno poslovno leto najmanj 350.000,00 evrov. Podatek bo naročnik preveril iz javno dostopne baze podatkov na AJ PES (www.ajpes.si).

Tehnična in strokovna sposobnost

- 7.7. Ponudnik mora imeti potrebne človeške in tehnične vire ter izkušnje za izvajanje javnega naročila v skladu z ustreznim standardom kakovosti.

V primeru skupne ponudbe ali uporabe zmogljivosti drugih subjektov lahko pogoj izpolnijo partnerji skupaj.

Omejitev poslovanja

- 7.8. Ponudnik ne sme biti uvrščen v evidenco poslovnih subjektov iz 35. člena Zakona o integriteti in preprečevanju korupcije (Uradni list RS, št. 45/10, 26/11 in 43/11; v nadaljevanju ZIntPK) oziroma funkcionar naročnika ali njegov družinski član ni udeležen kot poslovodja, član poslovodstva ali zakoniti zastopnik ali ni neposredno ali preko drugih pravnih oseb v več kot pet odstotnem deležu udeležen pri ustanovitelskih pravicah, upravljanju ali kapitalu.
8. Posebni pogoji za izvedbo javnega naročila in zavarovanje tveganj pri javnem naročanju: Ponudnik mora biti registriran za opravljanje dejavnosti na področju, za katerega se izvaja javno naročilo.
9. Variantne ponudbe: Naročnik ne bo upošteval variantnih ponudb. Ponudnik lahko predloži samo eno ponudbo. Ponudnik, ki predloži več kot eno ponudbo, bo izločen iz postopka.

10. Naročnik bo najugodnejšo ponudbo izbral na osnovi naslednjih meril:

Št.	Merilo	Relativna utež (%)
1.	Cena storitev medijskega zakupa (C1)	80 %
2.	Cena agencijskih storitev (C2)	20 %

1. MERILO Cena storitev medijskega zakupa:

Ponudnik pridobi največ **80 točk** po merilu **Cena storitev medijskega zakupa**. Cena storitev medijskega zakupa je seštevek cen medijskega zakupa brez DDV (seštevek medijskega zakupa brez DDV za trge Avstrija, Benelux, Francija in Švica, ki jih ponudnik navede na obrazcu 2).

$$M1 = 80 \times \frac{C1m}{C1p}$$

C1m = najnižja ponujena cena storitev medijskega zakupa

C1p = ponudnikova ponujena cena storitev medijskega zakupa

M1 = število točk, ki jih ponudnik pridobi po Merilu 1

Končno število točk bo naročnik zaokrožil na 2 decimalni mesti.

2. MERILO Cena agencijskih storitev:

Ponudnik pridobi največ **20 točk** po merilu **Cena agencijskih storitev**. Ceno agencijskih storitev ponudnik navede na obrazcu. Pri izračunu se upošteva cena agencijskih storitev brez DDV.

$$M2 = 20 \times \frac{C2m}{C2p}$$

C2m = najnižja ponujena cena storitev medijskega zakupa

C2p = ponudnikova ponujena cena storitev medijskega zakupa

M2 = število točk, ki jih ponudnik pridobi po Merilu 2

Končno število točk bo naročnik zaokrožil na 2 decimalni mesti.

OPOZORILO: V kolikor bo ponudnik predložil višjo ponudbeno ceno agencijskih storitev od 9 % ocenjene vrednosti tega javnega naročila, to je je 16.598,36 evrov brez DDV oz. 20.250,00 evrov z DDV, bo njegova ponudba izločena.

SKUPAJ: Naročilo bo oddano tistemu ponudniku, ki bo zbral največje skupno število točk (Seštevek števila točk iz merila M1 in M2)

11. Ponudnik lahko dodatna pojasnila o vsebini dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila zahteva izključno v pisni obliki, preko Portala javnih naročil. Rok za oddajo vprašanj s strani ponudnikov v zvezi z javnim naročilom je do 18.08.2017 do 12:00 ure. Naročnik bo dodatna pojasnila v zvezi z dokumentacijo objavil na Portalu javnih naročil do 23.08.2017 do 12:00 ure.

Naročnik opozarja ponudnike, da so odgovori na vprašanja, ki bodo postavljena na zgoraj opisani način, sestavni del dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila za to javno naročilo.

12. Naročnik si pridržuje pravico spremeniti ali dopolniti dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila. V primeru, da bo naročnik v roku za predložitev ponudb spremenil ali dopolnil dokumentacijo, bo to objavil na Portalu javnih naročil.

Informacije, ki jih posreduje naročnik ponudnikom na Portalu javnih naročil ali prek njega, se štejejo za spremembo, dopolnitev ali pojasnilo dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila, če iz vsebine informacij izhaja, da se z njimi spreminja ali dopolnjuje ta dokumentacija ali če se s pojasnilom odpravlja dvournost navedbe v tej dokumentaciji.

13. Skupina gospodarskih subjektov, vključno z začasnimi združenji, lahko predloži skupno ponudbo. V primeru, da bo ponudba skupine gospodarskih subjektov izbrana, bo naročnik zahteval, da ta skupina pred sklenitvijo pogodbe za izvedbo javnega naročila predloži pravni akt o skupni izvedbi naročila.

Pravni akt o skupni izvedbi naročila mora natančno opredeliti naloge in odgovornost posameznih pogodbenih partnerjev za izvedbo naročila. Ne glede na to pa partnerji odgovarjajo naročniku neomejeno solidarno.

V primeru skupne ponudbe, je treba v ponudbi navesti vse pogodbene partnerje (naziv, polni naslov, matična številka, davčna številka in transakcijski račun). Navedene podatke vsak od pogodbenih partnerjev predloži na ustreznih obrazcih te dokumentacije.

14. V primeru izvedbe javnega naročila s podizvajalci, je potrebno v ponudbi:
- navesti vse podizvajalce ter vsak del javnega naročila, ki ga namerava oddati v podizvajanje,
 - kontaktne podatke in zakonite zastopnike predlaganih podizvajalcev,
 - priložiti zahtevo podizvajalca za neposredno plačilo, če podizvajalec to zahteva.

Navedene podatke ponudnik predloži na ustreznih obrazcih te dokumentacije.

Glavni izvajalec mora med izvajanjem javnega naročila gradnje ali storitve naročnika obvestiti o morebitnih spremembah informacij iz prejšnjega odstavka in poslati informacije o novih podizvajalcih, ki jih namerava naknadno vključiti v izvajanje takšnih gradenj ali storitev, in sicer najkasneje v petih dneh po spremembi. V primeru vključitve novih podizvajalcev mora glavni izvajalec skupaj z obvestilom posredovati tudi podatke in dokumente iz druge in tretje alineje prejšnjega odstavka.

Kadar namerava ponudnik izvesti javno naročilo s podizvajalcem, mora pogoje iz točk 7.1., 7.2., 7.3. in 7.4. te dokumentacije izpolniti tudi podizvajalec, ki sodeluje pri izvedbi javnega naročila.

Naročnik lahko zavrne predlog za zamenjavo podizvajalca oziroma vključitev novega podizvajalca tudi, če bi to lahko vplivalo na nemoteno izvajanje ali dokončanje del in če novi podizvajalec ne izpolnjuje pogojev, ki jih je postavil naročnik v dokumentaciji v zvezi z oddajo javnega naročila. Naročnik bo o morebitni zavrnitvi novega podizvajalca obvestil glavnega izvajalca najpozneje v desetih dneh od prejema predloga.

V kolikor podizvajalec zahteva neposredno plačilo, se šteje, da je neposredno plačilo podizvajalcu obvezno in obveznost zavezuje naročnika in glavnega izvajalca. Kadar namerava ponudnik izvesti javno naročilo s podizvajalcem, ki zahteva neposredno plačilo, mora:

- glavni izvajalec v pogodbi pooblastiti naročnika, da na podlagi potrjenega računa oziroma situacije s strani glavnega izvajalca neposredno plačuje podizvajalcu,
- podizvajalec predložiti soglasje, na podlagi katerega naročnik namesto ponudnika poravnava podizvajalčevo terjatev do ponudnika,
- glavni izvajalec svojemu računu ali situaciji priložiti račun ali situacijo podizvajalca, ki ga je predhodno potrdil.

Če neposredno plačilo podizvajalcu ni obvezno, naročnik od glavnega izvajalca zahteva, da mu najpozneje v 60 dneh od plačila končnega računa oziroma situacije pošlje svojo pisno izjavo in pisno izjavo podizvajalca, da je podizvajalec prejel plačilo za izvedene gradnje ali storitve oziroma dobavljeno blago.

Obveznosti iz te točke veljajo tudi za podizvajalce podizvajalcev glavnega izvajalca ali nadaljnje podizvajalce v podizvajalski verigi, pri čemer se smiselno uporabljajo določbe te točke.

15. Ponudnik lahko glede pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem ter tehnično in strokovno sposobnostjo po potrebi za posamezno javno naročilo uporabi zmogljivosti drugih subjektov, ne glede na pravno razmerje med njim in temi subjekti. Glede pogojev v zvezi z izobrazbo in strokovno usposobljenostjo izvajalca storitev ali gradenj in vodstvenih delavcev podjetja ter pogojev v zvezi z ustreznimi poklicnimi izkušnjami pa lahko ponudnik uporabi zmogljivosti drugih subjektov le, če bodo slednji izvajali gradnje ali storitve, za katere se zahtevajo te zmogljivosti. Če želi ponudnik uporabiti zmogljivosti drugih subjektov, mora naročniku dokazati, da bo imel na voljo potrebna sredstva, na primer s predložitvijo zagotovil teh subjektov v ta namen.

V primeru, da subjekti, katerih zmogljivosti namerava uporabiti gospodarski subjekt, ne izpolnjujejo ustreznih pogojev za sodelovanje in zanje obstajajo razlogi za izključitev, bo naročnik od ponudnika zahteval zamenjavo subjekta, ki ne izpolnjuje pogojev za sodelovanje.

Če ponudnik uporabi zmogljivosti drugih subjektov glede pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem, bo naročnik zahteval, da so ponudnik in navedeni subjekti skupaj odgovorni za izvedbo javnega naročila. Pod enakimi pogoji lahko skupina gospodarskih subjektov uporabi zmogljivosti sodelujočih v tej skupini ali drugih subjektov.

16. Naročnik lahko do roka za oddajo ponudb kadar koli ustavi postopek oddaje javnega naročila. Naročnik lahko na vseh stopnjah postopka po izteku roka za odpiranje ponudb zavrne vse ponudbe. Po pravnomočnosti odločitve o oddaji javnega naročila lahko naročnik do sklenitve pogodbe o izvedbi javnega naročila odstopi od izvedbe javnega naročila. Naročnik objavi odločitev o ustavitvi postopka oddaje javnega naročila ali zavrnitvi vseh ponudb ali odstopu od izvedbe javnega naročila na Portalu javnih naročil. Naročnik ne odgovarja za škodo, ki bi utegnili nastati ponudnikom zaradi ustavitve postopka, zavrnitve vseh ponudb ali izbranemu ponudniku zaradi neskenitve pogodbe.

Naročnik lahko do pravnomočnosti odločitve o oddaji javnega naročila z namenom odprave nezakonitosti po predhodni ugotovitvi utemeljenosti svojo odločitev na lastno pobudo spremeni in sprejme novo odločitev, s katero nadomesti prejšnjo.

17. Izbrani ponudnik mora v roku osmih dni od prejema naročnikovega poziva posredovati podatke o:
- udeležbi fizičnih (ime in priimek, naslov prebivališča ter delež lastništva) in pravnih oseb v lastništvu ponudnika,
 - gospodarskih subjektih, za katere se glede na določbe zakona, ki ureja gospodarske družbe, šteje, da so z njim povezane družbe.

18. Naročnik ne bo razkril informacij, ki mu jih ponudnik predloži in označi kot poslovno skrivnost, kot to določa zakon, ki ureja gospodarske družbe, če ta ali drug zakon ne določa drugače. Naročnik bo zagotovil varovanje podatkov, ki se glede na določbe zakona, ki ureja varstvo osebnih podatkov in varstvo tajnih podatkov, štejejo za osebne ali tajne podatke.

Ne glede na prejšnji odstavek so javni podatki specifikacije ponujenega blaga, storitve ali gradnje in količina iz te specifikacije, cena na enoto, vrednost posamezne postavke in skupna vrednost iz ponudbe ter vsi tisti podatki, ki so vplivali na razvrstitev ponudbe v okviru drugih meril.

Vsi dokumenti v zvezi z oddajo javnega naročila so po pravnomočnosti odločitve o oddaji javnega naročila javni, če ne vsebujejo poslovnih skrivnosti, tajnih in osebnih podatkov. Pred tem datumom se določbe zakona, ki ureja dostop do informacij javnega značaja, ne uporabljajo.

19. Pravno varstvo ponudnikov v postopku javnega naročanja je zagotovljeno v skladu z Zakonom o pravnem varstvu v postopkih javnega naročanja (ZPVPJN) (Uradni list RS, št. 43/11, 60/11 – ZTP-D, 63/13 in 90/14 – ZDU-1I) .

Priloge:

1. Podatki o ponudniku (Obrazec št. 1)
2. Ponudba s predračunom (Obrazec št. 2)
3. Izjava (Obrazec št. 3)
4. Izjava o lastniških razmerjih (Obrazec št. 4)
5. Podatki o podizvajalcu, Zahteva podizvajalca za neposredno plačilo in Soglasje podizvajalca (Obrazci št. 5)
6. Vzorec pogodbe (Obrazec št. 6)
7. Tehnične specifikacije in vsebinska izhodišča

PODATKI O PONUDNIKU

1. Opis predmeta javnega naročila: **Javno naročilo male vrednosti za izvedbo medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice**
2. Št. javnega naročila: **JNM-0011/2017-S-POG-STO**
3. Podatki o ponudniku:

Naziv podjetja:

Zakoniti zastopnik:

Identifikacijska številka za DDV:

Matična številka:

Naslov:

Elektronski naslov:

TRR:

Številka telefona:

Številka telefaksa:

Kontaktna oseba:

Odgovorna oseba:

Kraj in datum:

Žig in podpis ponudnika:

Obrazec št. 2

Ponudnik: _____

PONUDBA S PREDRAČUNOM št. _____

Na osnovi javnega naročila št. JNM-0011/2017-S-POG-STO, po postopku naročila male vrednosti, za predmet naročila »Izvedba medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice«, dajemo ponudbo, kot sledi.

Ponudbena cena v EUR (v ceni so zajeti vsi stroški, popusti, rabati, cena je fiksna).

Aktivnosti JN:	brez DDV	z DDV
1. medijski zakup:		
. Avstrija		
. Benelux		
. Francija in Švica		
2. agencijske storitve:		
SKUPNA VREDNOST JN:		

Ponudba velja do: 31. 12. 2017

Kraj in datum:

Žig in podpis ponudnika:

Obrazec št. 3

Ponudnik: _____

IZJAVA

Za javno naročilo št. JNM-0011/2017-S-POG-STO, za predmet naročila »Javno naročilo male vrednosti za izvedbo medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice«, pod kazensko in materialno odgovornostjo izjavljamo, da:

Št.	Pogoji
1.	Izpolnjujemo obvezne pogoje vezane na osnovno sposobnost kandidata ali ponudnika iz 1. odstavka 75. člena ZJN-3.
2.	Vrednost neplačanih zapadlih obveznosti v zvezi z izpolnjevanjem obveznih dajatev in drugih denarnih nedavčnih obveznosti v skladu z zakonom, ki ureja finančno upravo, ki jih pobira davčni organ v skladu s predpisi države, v kateri imamo sedež, ali predpisi države naročnika so na dan oddaje ponudbe ali prijave, nižje od 50 eurov. Imamo predložene vse obračune davčnih odtegljajev za dohodke iz delovnega razmerja za obdobje zadnjih pet let do dne oddaje ponudbe ali prijave.
3.	Nismo izločeni iz postopkov oddaje javnih naročil zaradi uvrstitve v evidenco gospodarskih subjektov z negativnimi referencami na dan, ko poteče rok za oddajo ponudb.
4.	Ni nam bila več kot enkrat izrečena globa zaradi prekrška v zvezi s plačilom za delo s pravnomočno odločbo pristojnega organa Republike Slovenije, druge države članice ali tretje države v zadnjih treh letih pred potekom roka za oddajo ponudb.
5.	Smo sposobni za opravljanje poklicne dejavnosti oz. imamo registrirano dejavnost oz. smo vpisani v enega od poklicnih in poslovnih registrov.
6.	Imamo potrebne ekonomske in finančne zmogljivosti za izvedbo javnega naročila.
7.	Imamo potrebne človeške in tehnične vire ter izkušnje za izvajanje javnega naročila v skladu z ustreznim standardom kakovosti.

V skladu s 3. odstavkom 47. člena ZJN-3 lahko naročnik preveri obstoj in vsebino navedb v ponudbi, če dvomi o resničnosti ponudnikovih izjav. Soglašamo, da naročnik za potrebe tega javnega naročila pridobi podatke iz uradnih evidenc.

Kraj in datum:

Žig in podpis ponudnika:

Navodila za izpolnitev:

- Obrazec izpolni samostojni ponudnik, vsak od partnerjev v skupni ponudbi (tudi vodilni partner) oziroma glavni izvajalec pri oddaji ponudbe s podizvajalci in vsi podizvajalci ter vsak od partnerjev, katerih zmogljivosti uporablja ponudnik.
- V primeru večjega števila partnerjev oziroma podizvajalcev se obrazec kopira.

Ponudnik: _____

IZJAVA O LASTNIŠKIH RAZMERJIH

S podpisom te izjave se zavezujemo, da bomo v primeru, če bo naša ponudba izbrana kot najugodnejša, pred sklenitvijo pogodbe v vrednosti nad 10.000 eurov brez DDV skladno z določbo 6. odstavka 14. člena ZintPK ter 13. in 14. odstavkom 71. člena ZJN-3, naročniku posredovali izjavo oziroma podatke o:

- udeležbi fizičnih (ime in priimek, naslov prebivališča ter delež lastništva) in pravnih oseb v lastništvu ponudnika, vključno z udeležbo tihih družbenikov,
- gospodarskih subjektih, za katere se glede na določbe zakona, ki ureja gospodarske družbe, šteje, da so povezane družbe s ponudnikom.

Če ponudnik predloži lažno izjavo oziroma da neresnične podatke o navedenih dejstvih, ima to za posledico ničnost pogodbe.

Kraj in datum:

Žig in podpis ponudnika:

PODATKI O PODIZVAJALCU

POLNI NAZIV IN FIRMA PODIZVAJALCA:	
NASLOV PODIZVAJALCA:	
KONTAKTNA OSEBA:	
ELEKTRONSKI NASLOV KONTAKTNE OSEBE:	
TELEFON:	
TELEFAX:	
IDENTIFIKACIJSKA ŠTEVILKA ZA DDV:	
MATIČNA ŠTEVILKA:	
ŠT. TRR-ja in BANKA:	
ODGOVORNA OSEBA ZA PODPIS POGODBE (z navedbo funkcije):	
ZAKONITI ZASTOPNIKI PODIZVAJALCA:	
VRSTA DEL, KI JIH BO IZVEDEL PODIZVAJALEC:	
KOLIČINA DEL PODIZVAJALCA:	
VREDNOST DEL PODIZVAJALCA: (v EUR brez DDV)	
KRAJ IZVEDBE DEL:	
ROK IZVEDBE DEL:	

Kraj in datum:

Žig in podpis podizvajalca:

Navodila za izpolnitev:

- Obrazec je potrebno izpolniti v primeru, da ponudnik nastopa s podizvajalci.
- V primeru sodelovanja večjega števila podizvajalcev se obrazec kopira.

Podizvajalec: _____

ZAHTEVA PODIZVAJALCA ZA NEPOSREDNO PLAČILO

V skladu z ZJN-3 zahtevamo, da naročnik Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana na podlagi potrjenega računa oziroma situacije s strani ponudnika/dobavitelja neposredno plačuje podizvajalcu:

_____ za javno naročilo Javno naročilo male vrednosti za izvedbo medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice objavljenim na Portalu javnih naročil pod številom objave _____, z dne _____.

Kraj in datum:

Žig in podpis podizvajalca:

Navodila za izpolnitev:

- Obrazec izpolni vsak podizvajalec, ki zahteva neposredno plačilo.
- V primeru sodelovanja večjega števila podizvajalcev, ki zahtevajo neposredno plačilo se obrazec kopira.

Podizvajalec: _____

SOGLASJE PODIZVAJALCA

Soglašamo, da naročnik Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana na podlagi pogodbe št. _____ ter v skladu z ZJN-3 namesto ponudnika/dobavitelja:

_____ poravna našo/e terjatev/ve do ponudnika/dobavitelja.

Kraj in datum:

Žig in podpis podizvajalca:

Navodila za izpolnitev:

- Obrazec izpolni vsak podizvajalec, ki zahteva neposredno plačilo.
- V primeru sodelovanja večjega števila podizvajalcev, ki zahtevajo neposredno plačilo se obrazec kopira.

VZOREC POGODBE

Slovenska turistična organizacija,
Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana,
Identifikacijska št. za DDV: SI93477902
Matična št.: 6889859000

(v nadaljevanju: naročnik)
ki jo zastopa: mag. Maja Pak, direktorica

in

Identifikacijska št. za DDV:
Matična št.
TRR št.:

(v nadaljevanju: izvajalec)
ki ga zastopa:

sklepata

POGODBO

za izvedbo medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice

UVODNE UGOTOVITVE

1. člen

Naročnika kot porabnika proračunskih sredstev zavezuje Zakon o javnem naročanju (ZJN-3, Uradni list RS, št. 91/2015). Javno naročilo se odda po postopku naročila male vrednosti.

2. člen

Podlaga za sklenitev pogodbe je Program dela STO za leti 2016 in 2017, ki ga je sprejel Svet agencije na svoji 2. redni seji dne 29.10.2015, h kateremu je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 4.1.2016, ter Spremembe in dopolnitve Programa dela STO za leti 2016 in 2017, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 7. redni seji dne 26.10.2016, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 27.12.2016 ter Spremembe in dopolnitve Programa dela STO za leti 2016 in 2017, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 8. redni seji dne 11.4.2017, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 18.4.2017, vse v skladu s šestim odstavkom 60. člena Zakona o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2016 in 2017 (Uradni list RS, št. 96/15, 46/16 in 80/16)

Izvajalec je bil kot najugodnejši ponudnik izbran na podlagi javnega naročila male vrednosti »Izvedba medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice« št. JNM-0011/2017-S-POG-STO, ki je bil objavljen na portalu e-naročanje, dne....., pod številko

PREDMET POGODBE

3. člen

Predmet pogodbe je **Izvedba medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice** kot je določeno v razpisni dokumentaciji z dne _____ in v ponudbi izvajalca št. _____ z dne ____, ki sta sestavni del te pogodbe.

OBVEZNOSTI IZVAJALCA

4. člen

Izvajalec se obvezuje, da bo za naročnika opravil storitve za izvedbo medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice, kot so navedene v razpisni dokumentaciji.

Izvajalec se obvezuje, da bo za naročnika opravil storitve po tej pogodbi po pravilih stroke, v skladu z navodili naročnika in v pogodbenih rokih in takoj pisno opozoril naročnika na okoliščine, ki bi lahko otežile ali onemogočile kvalitetno in pravilno izvedbo storitev.

Izvajalec bo v teku izvajanja pogodbe zagotavljal razpoložljivost ponujenih kadrovskih, tehnoloških in organizacijskih resursov – do spremembe prijavljenih kadrov ali podizvajalcev lahko pride le po predhodnem pisnem soglasju naročnika. Hkrati bo izvajalec omogočal ustrezen nadzor pri izvedbi javnega naročila naročniku, z naročnikom bo aktivno sodeloval ter na njegovo zahtevo nemudoma posredoval vso dokumentacijo (finančno, pravno, vsebinsko-projektno...) in vsa pojasnila v zvezi z javnim naročilom.

5. člen

V primeru, da izvajalec ne izpolnjuje pogodbenih obveznosti na način, predviden v tej pogodbi, začne naročnik ustrezne postopke za njeno prekinitev.

V kolikor izvajalec ne izvede nalog po tej pogodbi, je odškodninsko odgovoren, prav tako pa je dolžan naročniku plačati pogodbeno kazen v višini 10% od celotne pogodbene vrednosti, ne glede na nastalo škodo.

6. člen

Izvajalec je dolžan zagotavljati pogoje za izvajanje storitev v celotnem času trajanja te pogodbe.

OBVEZNOSTI PODIZVAJALCA*

7. člen

Z izvajalcem bodo pri izvedbi storitev sodelovali naslednji podizvajalci:

- polni naziv in firma podizvajalca:
- naslov podizvajalca:
- kontaktna oseba:
- elektronski naslov kontaktne osebe:
- telefon:
- telefax:
- identifikacijska številka za ddv:
- matična številka:
- št. trr-ja in banka:
- odgovorna oseba za podpis pogodbe (z navedbo funkcije):
- zakoniti zastopniki podizvajalca:
- vrsta del, ki jih bo izvedel podizvajalec:
- količina del podizvajalca:
- vrednost del podizvajalca:
- (v eur brez ddv)
- kraj izvedbe del:
- rok izvedbe del:

8. člen

Če podizvajalec v skladu z ZJN-3 zahteva neposredno plačilo, se šteje, da je neposredno plačilo podizvajalcu obvezno in obveznost zavezuje naročnika in (glavnega) izvajalca.

Če podizvajalec v skladu z ZJN-3 zahteva neposredno plačilo:

- (glavni) izvajalec s to pogodbo pooblašča naročnika, da na podlagi potrjenega računa oziroma situacije s strani (glavnega) izvajalca neposredno plačuje podizvajalcu,
- podizvajalec mora predložiti soglasje, na podlagi katerega naročnik namesto glavnega (izvajalca) poravnava podizvajalčevo terjatev do (glavnega) izvajalca,
- (glavni) izvajalec mora svojemu računu ali situaciji priložiti račun ali situacijo podizvajalca, ki ga je predhodno potrdil.

Če podizvajalec v skladu z ZJN-3 ne zahteva neposrednega plačila, bo naročnik od (glavnega) izvajalca zahteval, da mu najpozneje v 60 dneh od plačila končnega računa oziroma situacije pošlje svojo pisno izjavo in pisno izjavo podizvajalca, da je podizvajalec prejel plačilo za izvedene gradnje ali storitve oziroma dobavljeno blago, neposredno povezano s predmetom javnega naročila.

**Navedi le v primeru nastopa s podizvajalci, v nasprotnem primeru se člene iz poglavja "OBVEZNOSTI PODIZVAJALCA" črta.*

OBVEZNOSTI NAROČNIKA

9. člen

Naročnik se obvezuje, da bo:

- sodeloval pri izboru vsebin, fotografij in video gradiv ter ostalih kreativnih izvedbah in rešitvah za namen izvedbe javnega naročila,
- izvajal nadzor nad celotno grafično podobo oddanih kreativ v medijski zakup,
- poravnal svoje finančne obveznosti v skladu s pogodbo.

OSTALE OBVEZNOSTI OBEH POGODBENIH STRANK

10. člen

Obveznosti obeh pogodbenih strank so tudi:

- aktivnosti opraviti vestno in kakovostno v skladu s pravili stroke ter dobrega gospodarja;
- sprotno medsebojno obveščanje o vseh pomembnih zadevah;
- medsebojno obveščanje o morebitno povzročeni škodi in drugih napakah v zvezi z opravljanjem posla;
- pravočasno in natančno posredovanje vseh podatkov, potrebnih za kakovostno in pravočasno izvajanje te pogodbe;
- opravljanje drugih obveznosti, ki lahko vplivajo na potek in izvedbo aktivnosti po tej pogodbi.

CENA IN PLAČILA

11. člen

Naročnik bo izvajalcu za vse storitve, ki so predmeti tega naročila plačal skupno največ do _____ EUR (brez DDV) oz. _____ EUR (z DDV)

Izvajalec izstavi posamezni račun po opravljenih storitvah skladno z veljavno zakonodajo. Naročnik se obvezuje, da bo svoje obveznosti z nakazilom na TRR izvajalca poravnal v roku 30 dni po prejemu pravilno izstavljenih računov. Storitve se izvede skladno s postavkami finančnega načrta STO po posameznih projektih kot sledi: SM 1 SN 180202, SM 1 SN 180402, SM1 190402.

Izbrani ponudnik je dolžen izdati poročilo v roku 3 delovnih dni po zaključku vsake tekoče mesečne aktivnosti, vezane na posamezne izvedene aktivnosti, po distribuciji materialov do medijskega zakupovalca, kjer se bo medijski zakup izvajal in končno poročilo za vse izvedene aktivnosti v letu 2017.

Izvajalec mora oddati naročniku izpolnjeno Poročilo o opravljenem delu v obliki in obsegu, kot je predloženo v Prilogi 1 te pogodbe. Naročnik ga pregleda in potrdi, v kolikor je poročilo popolno. V kolikor so potrebne dopolnitve ali dodatna pojasnila, jih naročnik naslovi na izbranega izvajalca čim prej v pregled, izvajalec pa mora odgovoriti najpozneje v roku 3 delovnih dni od prejema zahtevka za dopolnitev.

Poročila so lahko posredovana v pregled po elektronski pošti, za hitrejšo korespondenco, končna različica poročila pa mora biti po potrditvi, izstavljena na naslov naročnika v papirni obliki, s podpisom odgovornega vodje projekta in zakonitega zastopnika izvajalca ter opremljena z žigom.

Izvajalec mora kot pogoj za zadnji izstavljeni račun, poleg tekočega poročila o opravljenem delu priložiti tudi celovito končno poročilo.

VELJAVNOST POGODBE

12.člen

Pogodba stopi v veljavo z dnem, ko jo podpišeta obe pogodbeni stranki, in velja do 31.12.2017.

Če katera od pogodbenih strank ne izpolnjuje obveznosti iz te pogodbe, jo mora druga stranka na kršitve pogodbe opozoriti. Če opozorjena stranka kršitev ne odpravi, lahko pogodbi zvesta stranka od pogodbe odstopi pred iztekom njene veljavnosti, brez odpovednega roka.

V kolikor naročnik odpove pogodbo iz krivdnih razlogov na strani izvajalca, sme od izvajalca zahtevati, da storitve po tej pogodbi opravlja pod pogoji iz te pogodbe naprej, dokler naročnik ne izbere novega izvajalca storitev.

PROTIKORUPCIJSKA KLAUZULA

13.člen

Pogodba, pri kateri kdo v imenu ali na račun druge pogodbene stranke, predstavniku ali posredniku organa ali organizacije iz javnega sektorja obljubi, ponudi ali da kakšno nedovoljeno korist za:

- pridobitev posla ali
- za sklenitev posla pod ugodnejšimi pogoji ali
- za opustitev dolžnega nadzora nad izvajanjem pogodbenih obveznosti ali
- za drugo ravnanje ali opustitev, s katerim je organu ali organizaciji javnega sektorja povzročena škoda ali je omogočena pridobitev nedovoljene koristi predstavniku organa, posredniku ali organizaciji iz javnega sektorja, drugi pogodbeni stranki ali njenemu predstavniku, zastopniku, posredniku;

je nična.

KONČNE DOLOČBE

14.člen

Izvajalec se zavezuje, da bo javno naročilo izvajal s strokovno usposobljenimi sodelavci oziroma kadrom in pri tem upošteval vse zahteve varstva pri delu in delovne zakonodaje, veljavne na ozemlju Republike Slovenije.

15.člen

Skrbnik pogodbe s strani naročnika je Živa Deu. E-mail: ziva.deu@slovenia.info.

Skrbnik pogodbe s strani izvajalca je _____.

16.člen

Vse spremembe in dopolnitve te pogodbe pogodbeni stranki sprejemata sporazumno, spremembe in dopolnitve te pogodbe pa so veljavne le, če so sprejete v pisni obliki.

17.člen

Vse spore, ki bi se pojavili v povezavi s to pogodbo, si bosta pogodbeni stranki prizadevali rešiti sporazumno. V kolikor sporazumna rešitev spora ni mogoča, bo o sporu odločilo stvarno pristojno sodišče v Ljubljani.

18.člen

Pogodba je napisana v štirih (4) enakih izvodih, od katerih prejeme naročnik tri (3), izvajalec pa en (1) izvod.

Ljubljana, dne _____

Ljubljana, dne _____

Naročnik:
Slovenska turistična organizacija
mag. Maja Pak, direktorica

Izvajalec:

Priloge:

- razpisna dokumentacija
- ponudba izvajalca
- poročilo o izvedenih aktivnostih-vzorec

III. TEHNIČNE SPECIFIKACIJE IN VSEBINSKA IZHODIŠČA

Slovenska turistična organizacija želi na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice povečati prepoznavnost Slovenije kot turistične destinacije. Omenjeni trgi so perspektivni trgi Slovenije, predvsem zaradi njihove geolokacije, ki jim omogoča lažji dostop do Slovenije s cestnimi prevoznimi sredstvi in vzpostavljenimi letalskimi povezavami.

NAMEN IN CILJI JAVNEGA NAROČILA

Naročnik želi s tem naročilom, v sklopu svojega temeljnega poslanstva in ključnih programskih ciljev za leto 2017, izvesti optimalni medijski splet storitev oglaševanja ob vključevanju storitev odnosov s tujimi javnostmi v obliki organizacije študijskih in novinarskih izletov, objave člankov in drugega t.i. nativnega oglaševanja.

Cilji javnega naročila so uresničiti dva glavna komunikacijska cilja:

1. dvig prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot turistične destinacije (t.i. awareness) in
2. povečati možnost izbire Slovenije kot preferenčne turistične destinacije (t.i. consideration).

Širši cilji so:

- prispevati k boljši prepoznavnosti Slovenije kot privlačne turistične destinacije za okrepitev konkurenčnosti Slovenije v turistični panogi na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice,
- prispevati h krepitvi znamke I Feel Slovenia in dvigu njenega ugleda na ciljnih trgih tega javnega naročila,
- pritegniti in spodbuditi čim večje število turistov na ciljnih trgih tega javnega naročila, da začnejo razmišljati o Sloveniji kot potencialni destinaciji za obisk, tudi v sklopu tranzitnih potovanj, na poti do ostalih sosednjih destinacij.

TEMELJNA VSEBINSKA IZHODIŠČA

Slovenija se na ciljnih trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice na področju turistične ponudbe sooča z naraščajočo konkurenco predvsem sosednjih držav, kot so Italija, Nemčija in Hrvaška, ki s svojimi naravnimi znamenitostmi konkurirajo Sloveniji, na eni strani s ponudbo poletnih doživetij Mediterana in na drugi strani zimskih doživetij v Alpah.

Slovenija se želi pozicionirati kot unikatna destinacija vredna obiska predvsem s svojo edinstveno geografsko lego, ki omogoči obiskovalcu na zelo kratkih razdaljah raznolikost krajine, obisk naravnih in arhitekturnih znamenitosti, širok repertoar kulture in kulinarčnih doživetij. V tem kontekstu je pomembno poudarjanje bližine Slovenije Dunaju in Benetkam kot svetovnim turističnim destinacijam, ki s svojo prepoznavnostjo privlačijo širše množice turistov in dosegajo zavidljiv obisk, s podaljšano dobo bivanja ter enostavno dostopnostjo.

Slovenija želi pritegniti turiste višjega dohodkovnega razreda, saj zaradi svoje teritorialne omejenosti in infrastrukturnih kapacitet ni primerna za množični turizem. Promocijske aktivnosti izvedene preko tega javnega naročila v obliki optimalnega medijskega zakupa bodo pripomogle h generiranju povečanega povpraševanja po turistični ponudbi Slovenije kot čiste, zelene in varne destinacije, ki ponuja veliko možnosti aktivnega ali sproščujočega oddiha, v vseh primerih pa zdravega oddiha.

Naročnik pričakuje, da bodo z izvedbo tega javnega naročila in doseganjem širših in ožjih ciljev doseženi tako neposredni učinki povečanja števila gostov iz ciljnih držav v Sloveniji in povečanja števila nočitev, hkrati pa se bo povečal tudi vpliv znotraj posameznega ciljnega trga tistih ciljnih skupin, ki razmišljajo o počitnicah v Centralni Evropi, da je Slovenija primerna izbira za preživljanje prostega časa in počitnic.

Z izbranim optimalnim medijskim spletom na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice želimo izvesti promocijske aktivnosti s komunikacijskimi orodji in na način, da bo pri uporabnikih spodbudilo

entuziazem in močno željo po obisku Slovenije ter ustvarilo pozitivno percepcijo o Sloveniji, kot zaželeni turistični destinaciji.

KLJUČNA VSEBINSKA IZHODIŠČA PO TRGIH

FRANCIJA

Nagovor: Slovenija ima izjemne naravne danosti in nudi prijeten urban oddih z uživanjem v raznoliki vrhunski kulinariki.

Potencialni odziv: Slovenija je čudovita! To bo naslednja destinacija za moj kulinarčni oddih! Na podežlju ali v mestu, želim si razvajanja.

Za francoskega gosta je značilno, da izbira turistično destinacijo glede na lažjo dostopnost (letalski leti), ugodno klimo, ponudbo kulturnih znamenitosti, festivalov, gastronomije, pristnih doživetij v mestih in na podežlju. Predstavlja močen potencial za obisk destinacije pred in po sezoni oz. za podaljšanje sezone. Največji obisk francoskih gostov beležimo v Sloveniji od maja do septembra. Pretežno se odločajo za hotelske namestitve, radi pa tudi kampirajo, na podežlju pa koristijo tudi privatne apartmajske in druge privatne namestitve.

Ciljne skupine:

- Empty nest/50+
- Mladi pari brez otrok
- Družine

ŠVICA

Nagovor: Slovenija ima izjemne naravne danosti in nudi prijeten aktivni oddih v naravi, z uživanjem v raznoliki vrhunski kulinariki.

Potencialni odziv: Slovenija je čudovita! To bo naslednja destinacija za moj zeleni, aktivni oddih!

Za švicarskega gosta je značilno, da obišče turistično destinacijo glede na geografsko bližino in lažjo dostopnost, pri čemer se radi poslužujejo obiska z avtomobilom ali drugimi cestnimi motoriziranimi vozili. Švicarski gost preferira pretežno hotelske nastanitve, v želji po udobnem in razkošnem bivanju. Zanima jih pohodništvo, golf, vodni športi (reke, morje) in kolesarjenje. Velik pomen dajo čisti in neokrnjeni naravi, zato radi obiskujejo naravne parke in druge naravne znamenitosti. Zanima jih tudi ponudba kulturnih dogodkov in znamenitosti v sklopu mestnega oddiha.

Švicarski gostje potujejo največ v času počitnic, zato beležimo v Sloveniji njihov največji obisk v času od julija do septembra.

Ciljne skupine:

- Empty nest/50+
- Mladi pari brez otrok
- Družine

AVSTRIJA

Nagovor: Slovenija ima izjemne naravne danosti, kot so naravna zdravilišča in morje, ki omogočajo neštete možnosti sproščanja in aktivnosti.

Potencialni odziv: Slovenija je čudovita! To bo naslednja destinacija za moj oddih v termah in na obali!

Za avstrijskega gosta je značilno, da potuje predvsem v bližnje države oz. države Mediterana, več krajših oddihov letno (5-7 dni), pri čemer jih večina v Slovenijo pride z osebnim avtomobilom. Med potovalnimi motivi Avstrijcev najdemo spoznavanje drugačnih novih kultur in dopustovanje na morju. Pomemben delež avstrijskih gostov v Sloveniji sestavljajo tudi upokojenci, izmed vseh gostov jih je približno tretjina, kar je nadpovprečni delež glede na ostale države.

Pri izbiri destinacije so pozorni na osebno varnost, prijaznost lokalnega prebivalstva in kakovost nastanitve. V poletni sezoni avstrijski gosti najbolj obiskujejo obmorske občine, sledijo zdraviliške in gorske. V zimski sezoni pa je največ nočitev zabeleženih v zdraviliških občinah, sledijo obmorske. Pretežno se odločajo za hotelske namestitve, večinoma v hotelih s štirimi ali petimi zvezdicami. Večina avstrijskih gostov obišče Slovenijo v glavni sezoni, od maja do septembra.

Ključni potovalni motivi:

- skrb zase (zdravstvene storitve, wellness, lepotni tretmaji, umik in pobeg, spoznavanje sebe)

Ciljne skupine:

- Empty nest/50+
- Družine
- Mladi pari brez otrok

Naročnik bo izbranemu izvajalcu omogočil dostop do poglobljenih podatkov in raziskav po ciljnih trgih po podpisu pogodbe, hkrati pa mora izvajalec tudi sam opraviti raziskavo posameznega ciljnega trga z namenom čim bolj učinkovitega oglaševanja in optimalnega nagovora želenih ciljnih skupin turistov skladno z vsebinskimi izhodišči tega javnega naročila.

BELGIJA

Nagovor: Slovenija ima izjemne naravne danosti, ki omogočajo številne aktivnosti - raziskovanje naravnih znamenitosti, mest in uživanja v kulinariki in vinu.

Potencialni odziv: Slovenija je čudovita! To bo naslednja destinacija za moj mestni oddih in kulinarčno razvajanje!

Za belgijskega gosta je značilno, da je glavni motiv za počitnice »pasivna rekreacija« oziroma počitek ter druženje z družino in/ali prijatelji. Preferirajo obiske mest in podeželja z manj napornimi aktivnostmi kot so sprehodi, plavanje, odkrivanje novih kultur, znamenitosti ter kulinarike. V poletni sezoni belgijski gosti najbolj obiskujejo gorske občine, sledijo obmorske in zdraviliške občine. V zimski sezoni pa je največ nočitev zabeleženih v Ljubljani. Večina vseh gostov se nastani v hotelih, večinoma v hotelih s štirimi ali petimi zvezdicami, redko pa se odločajo tudi za kempiranje, ki pa kot trend tudi upada. Pri izbiri destinacije so pozorni na osebno varnost, splošna čistoča destinacije in kakovost nastanitve. Večina belgijskih turistov Slovenijo obišče v času glavne sezone, julija in avgusta.

Ključni potovalni motivi:

- doživetja (doživetje kulture/zgodovine/narave, hedonizem, užitek v kulinariki in razvajanju, športne aktivnosti, rekreacija)
- druženje (družba: zabava in dogajanje, užitek in sprostitev v družbi/ družina: družinski mir in povezanost, aktivno preživljanje prostega časa)

Ciljne skupine:

- Empty nest/50+
- Mladi pari brez otrok
- Družine

Naročnik bo izbranemu izvajalcu omogočil dostop do poglobljenih podatkov in raziskav po ciljnih trgih po podpisu pogodbe, hkrati pa mora izvajalec tudi sam opraviti raziskavo posameznega ciljnega trga z namenom čim bolj učinkovitega oglaševanja in optimalnega nagovora želenih ciljnih skupin turistov skladno z vsebinskimi izhodišči tega javnega naročila.

NIZOZEMSKA

Nagovor: Slovenija ima izjemne naravne danosti, ki omogočajo številne možnosti za preživljanje aktivnega oddiha v naravi.

Potencialni odziv: Slovenija je čudovita! To bo naslednja destinacija za moj aktivni oddih v naravi!

Za nizozemskega gosta je značilno, da obišče turistično destinacijo glede na geografsko bližino in lažjo dostopnost, pri čemer se radi poslužujejo obiska z avtomobilom in drugimi motoriziranimi vozili. V poletni sezoni nizozemski gosti najbolj obiskujejo gorske občine, sledijo zdraviliške občine. V zimski sezoni imajo gorske, mestne, zdraviliške občine in Ljubljana manj kot 2000 nizozemskih turistov, kar je precej manj kot poleti. Večina vseh gostov se nastani v hotelih, vendar pa je zelo priljubljeno tudi kampiranje, za katerega se odloči približno 40 % vseh gostov. Pri izbiri destinacije so pozorni na osebno varnost, prijaznost lokalnega prebivalstva in podnebne razmere. Večina nizozemskih turistov Slovenijo obišče v času glavne sezone, julija in avgusta.

Ključni potovalni motivi:

- **doživetja** (doživetje kulture/zgodovine/narave, hedonizem, užitek v kulinariki in razvajanju, športne aktivnosti, rekreacija, adrenalinska doživetja)
- **druženje** (družba: zabava in dogajanje, užitek in sprostitve v družbi/ družina: družinski mir in povezanost, aktivno preživljanje prostega časa)

Ciljne skupine:

- Empty nest/50+
- Mladi pari brez otrok
- Družine

Naročnik bo izbranemu izvajalcu omogočil dostop do poglobljenih podatkov in raziskav po ciljnih trgih po podpisu pogodbe, hkrati pa mora izvajalec tudi sam opraviti raziskavo posameznega ciljnega trga z namenom čim bolj učinkovitega oglaševanja in optimalnega nagovora želenih ciljnih skupin turistov skladno z vsebinskimi izhodišči tega javnega naročila.

TEHNIČNA IZHODIŠČA JAVNEGA NAROČILA

Z naročilom želi naročnik pridobiti vrhunske kreativne in vsebinske izdelke - članke in oglase, s katerim bo dosegel cilje tega javnega naročila. Javno naročilo se deli v dva dela:

- A. agencijske storitve, potrebne za pripravo in izvedbo predmeta javnega naročila,
- B. dejanski medijski zakup in druge storitve potrebne za izvedbo zahtevanih medijskih objav po posameznih trgih.

A. AGENCIJSKE STORITVE

Aktivnosti, zajete v storitve oglaševalske agencije vključujejo:

- predlog načrta optimalnega medijskega zakupa po posameznih ciljnih trgih, skladno z oddano ponudbo;
- razvoj in izvedbo vizualne kreativne rešitve in vsebinski koncept po posameznih medijih znotraj posameznih ciljnih trgov, za vsak trg pa komplementaren medijski splet, ki bo pokril po posameznih ali v več medijih vse tematike, s katerimi nagovarjamo ciljne skupine;
- pripravo besedil, prevod, lekturo, izbor foto in po potrebi video gradiva ter grafična postavitev za tisk;

- organizacijo in izvedbo vseh aktivnosti z vsakim zakupljenim medijem za pravočasno oddajo gradiva mediju, v produkcijo za tisk.

Naročnik bo izvajalcu posredoval vse potrebne vsebinske in strokovne informacije ter podatke za pripravo besedil in mu s tem pomagal pri pripravi čim bolj kakovostnih vsebin. Predlog besedil pripravi izvajalec, naročnik pa to gradivo pregleda in ga po potrebi dopolni. Izvajalec mora v ceno vključiti najmanj 4 korekture besedil, izbora in postavitve fotografij/video gradiva do končne postavitve za tisk. Naročnik bo omogočil izvajalcu dostop do mediateke STO, kjer lahko izvajalec črpa fotografsko in po potrebi video gradivo, ki je v lasti STO, brezplačno. Naročnik lahko na svoje stroške uporabi tudi drugo vizualno gradivo v kolikor meni, da je za izvedbo tega javnega naročila to potrebno, vendar morajo biti ti stroški odkupa materialnih avtorskih pravic vključeni v ponudbeno ceno in jih naročnik naknadno ne bo upošteval. Vsi vizualni motivi morajo odražati avtentičnost in morajo biti posneti v slovenskem okolju. Ponudnik mora za vse jezikovne različice obvezno zagotoviti specializirane pisce besedil, ki imajo strokovne reference s področja turizma. Previde in lekturo besedil pa morajo izvesti naravni govorniki, ki so specializirani za prevajanje in zagotavljajo vrhunske prevode v ciljni jezik, na način, da prevod ne bo zgolj tehničen ampak zapisan pomensko na način, kot bi ga zapisal naravni govorec.

Vse kreativne rešitve morajo biti izvedene na ravni »ugled-image oglaševanje«, zato promocija posameznih turističnih ponudnikov (hotelov, agencij, ...) ni možna. Zaželeno je izpostavitve destinacijskih produktov in ikon slovenskega turizma (Bled, Lipica, Postojnska jama, Piran, Ljubljana) ter drugih unikatnih turističnih produktov z višjo dodano vrednostjo, ki vzbujajo izjemna doživetja, so avantgardna, izjemno privlačna, ki vzbujajo radovednost in željo, da se jih preizkusi in doživi. Zahtevano je tudi oglaševanje generičnih tematik in produktnih ključnih besed brez poimenovanja konkretnih turističnih ponudnikov. Obvezna je predstavitev Slovenije in slovenske turistične ponudbe s poenoteno grafično podobo.

Predlagana kreativna zasnova mora biti skladna z obstoječimi komunikacijskimi platformami STO. Vsi grafični predlogi in končne izvedbe promocijskih oglasov ter člankov, morajo obvezno upoštevati zahteve, priporočila in pogoje iz naslednjih priročnikov:

- Znamko Slovenije (opis [TUKAJ](#)) in Priročnik Turistične znamke Slovenije (glede znaka in znamke »I feel Slovenia« (opis [TUKAJ](#)))
- Usmeritvijo/ filozofijo (ki se občasno uporablja tudi kot aktualni pozicijski slogan) Slovenija. Zelena. Aktivna. Zdrava. Iztočnice za zasledovanje filozofije »Slovenija: Zelena. Aktivna. Zdrava.« (opis [TUKAJ](#)).
- Kreativno zasnovo digitalne kampanje Slovenia. Make new Memories (opis [TUKAJ](#)). Naročnik želi, da izvajalec upošteva nagovor te kampanje in s tem javnim naročilom vsebinsko nadgradi ključno komunikacijsko sporočilo.

Naročnik želi, da se smiselno vključi uporabo komunikacijske oznake #ifeelsLOVEnia, kjer je možno in promocije linkov do spletne strani www.slovenia.info ter ikon ter spletnih povezav do lastnih družbenih omrežij STO: Facebook, Twitter in Instagram.

Izvajalec mora naročniku za celotno dogovorjeno obdobje izvajanja storitev posredovati mesečno poročilo po vsaki izvedeni aktivnosti v roku 3 delovnih dni, vezani na načrtovani oglaševalski načrt, do 22. dne v mesecu. Poročilo o opravljenem delu za tekoče mesečne aktivnosti potrdi naročnik. Izvajalec mora oddati naročniku izpolnjeno Poročilo o opravljenem delu v obliki in obsegu, kot je predloženo v Prilogi 1 tega javnega naročila. Naročnik ga pregleda in potrdi, v kolikor je poročilo popolno. V kolikor so potrebne dopolnitve ali dodatna pojasnila, jih naročnik naslovi na izbranega izvajalca čim prej v pregled, izvajalec pa mora odgovoriti najpozneje v roku 3 delovnih dni od prejema zahtevka za dopolnitev.

Poročila so lahko posredovana v pregled po elektronski pošti, za hitrejšo korespondenco, končna različica poročila pa mora biti po potrditvi izstavljena na naslov naročnika v papirni obliki, s podpisom odgovornega vodje projekta in zakonitega zastopnika izvajalca ter opremljena z žigom.

Izvajalec mora kot pogoj za zadnji izstavljeni račun, vendar ne pozneje kot 31.12.2017, poleg tekočega poročila o opravljenem delu priložiti tudi celovito končno poročilo z opisom vseh izvedenih aktivnosti, ki mora vsebovati vsaj:

1. glavne podatke o izvedenem javnem naročilu (naziv, št. pogodbe, pogodbeni vrednost, terminska izvedba, strokovna ekipa izvajalca);
2. načrtovane in dosežene cilje projekta (opis kreativne zasnove in njena vizualizacija);
3. rezultati projekta (prikaz vseh izvedbenih kreativ in vsebin za vse oglase/članke objavljene na vseh medijih);
4. nabor vsaj treh predlogov naročniku za izvedbo nadaljnjih promocijskih aktivnosti za različne medije oglaševanja, za enakovrstno oglaševanje.

Prav tako se od izbranega izvajalca zahteva podrobnejša interpretacija rezultatov tekočih poročil in zaključnega poročila - zahteva se kvalitetna strokovna interpretacija za vsako poročilo.

Vsi vsebinski deli poročila morajo biti pripravljeni v slovenskem jeziku. Izvajalec mora zagotoviti dva izvirnika publikacije, kjer so oglasi/članki objavljeni in jih preda naročniku za arhiv, ob oddaji poročila.

B. ORGANIZACIJA MEDIJSKIH OBISKOV IN MEDIJSKI ZAKUP

1. **Izvedba vsaj enega individualnega študijskega/novinarskega obiska (t.i. press trip) za posamezni ciljni trg**, iz različnih medijev, izbranih v sklopu medijskega zakupa pod točko 2. spodaj ter objava enega članka kot rezultat vsakokratnega obiska novinarja, na dveh straneh v izbrani publikaciji medija oz. primerljivega lastnega medija, znotraj medijske skupine, kjer se bo izvajal medijski zakup. Stroške izvedbe medijskega obiska, ki zajemajo prevozne stroške, namestitve in pogostitev prevzame naročnik, medtem ko je organizacija obiska in vse ostale podporne storitve v domeni izbranega izvajalca. Izvajalec predlaga naročniku program obiska v celoti, ki ga mora naročnik pregledati, po potrebi dopolniti in uskladiti z izvajalcem. Medijski obisk se izvede po potrjenem programu obiska. Zaželeno je, da se medijskega obiska udeležijo priznani novinarji na posameznem ciljnem trgu. Izvajalec mora novinarja predstaviti s kratkim strokovnim življenjepisom in oceno njegove medijske prepoznavnosti za ta trg. Naročnik si pridružuje pravico, da predlaganega novinarja iz objektivnih razlogov zavrne, kar mora do izbranega izvajalca tudi pisno utemeljiti.

2. **Medijski zakup na posameznem ciljnem trgu**, kot sledi:

Medijski zakup se izvaja na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice, v naslednjem vrednostnem obsegu, zmanjšanim za maksimalno ocenjeno vrednostjo agencijskih storitev, to je do 167.827,87 evrov brez DDV oz. 204.750,00 evrov z DDV, kot sledi v deležih po trgih:

- Avstrija - delež glede na oddano ponudbo oz. ocenjeno vrednost javnega naročila: 27 % vrednosti ponudbe za medijski zakup kar je 45.286,89 € brez DDV oziroma 55.250,00 € z DDV
- Benelux - delež glede na oddano ponudbo oz. ocenjeno vrednost javnega naročila: 40 % vrednosti ponudbe za medijski zakup, kar je 66.803,28 brez DDV oz. 81.500,00 € z DDV.
- Francija in Švica - delež glede na oddano ponudbo oz. ocenjeno vrednost javnega naročila: 33 % vrednosti ponudbe za medijski zakup, kar je 55.737,70 brez DDV oz. 68.000,00 € z DDV.

AVSTRIJA

Naročnik želi izvesti oglaševalsko akcijo na trgu Avstrije v najbolj vplivnih medijih na tem trgu, ki zajemajo splošne medije in/ali t.i. *lifestyle* medije.

Celoten medijski zakup se vrši v tiskanih revijah (tednikih, mesečnikih) in časopisih, ki spadajo med najvplivnejše in najbolj brane tiskane edicije.

Na podlagi največje avstrijske raziskave medijske prisotnosti Media - Analysen (VMA) morajo biti vključeni v ponudbo naslednji najvplivnejši tiskani mediji iz Avstrije, ki v sklopu svojih vsebin predstavljajo tudi vsebine, povezane s turizmom, predstavljajo konkretne turistične destinacije, doživetja in posebnosti le-teh na nevsiljiv, subtilen način:

1. Štirinajstdnevnik z naklado vsaj 950.000 in dosegom vsaj 950.000: enkratna celostranska objava - notranja stran;
2. Mesečnik znotraj segmenta lifestyle z naklado vsaj 42.000 in dosegom vsaj 160.000: enkratna polstranska objava;
3. Štirinajstdnevnik znotraj segmenta lifestyle in s prevladujočo ciljno skupino žensk z naklado vsaj 160.000 in dosegom vsaj 390.000: enkratna celostranska objava;
4. Mesečnik, znotraj segmenta lifestyle, z naklado vsaj 60.000 in dosegom vsaj 560.000: enkratna celostranska objava.

Zaželeno je, da izvajalec pri izbiri tiskanega medija izbere tistega, kjer je zagotovljena še dodatna »cross- promocija«, v sodelovanju z drugimi mediji ali znotraj ostalih lastnih medijev (e-Newsletter), s čimer je zagotovljen še dodatni oglaševalski učinek.

V sklopu izbora medijskega zakupa mora izbrani izvajalec z izbranimi mediji vzpostaviti kontakt in pridobiti na trgu Avstrije vplivnega novinarja/urednika, ki bo na podlagi načrtovanega programa obiska (t.i. press trip), pripravil en dokumentarni članek ali nativen članek za objavo na dveh straneh enega primerne lastnega medija, medijske skupine, kjer se izvaja medijski zakup.

FRANCIJA

Naročnik želi izvesti oglaševalsko akcijo na trgu Francije v najbolj vplivnih medijih na tem trgu, ki zajemajo splošne medije, specializirane turistične medije in/ali t.i. lifestyle medije. Glede na ciljne skupine oglaševanja, so ženske/žene ključne odločevalke pri izbiri želene počitniške destinacije, zato je pomembno oglaševanje tudi v revijah, kjer so bralke pretežno ženskega spola.

Celoten medijski zakup se vrši v tiskanih revijah (tednikih, mesečnikih) in časopisih, ki spadajo med najvplivnejše in najbolj brane tiskane edicije.

Na podlagi uradnega francoskega organa za merjenje medijske prisotnosti v Franciji, *ACPM (l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias)*, morajo biti vključeni v ponudbo naslednji najvplivnejši tiskani mediji iz Francije, ki v sklopu svojih vsebin predstavljajo tudi vsebine, povezane s turizmom, predstavljajo konkretne turistične destinacije, doživetja in posebnosti le-teh na nevsiljiv, subtilen način, obenem pa so v okviru raziskav ACPM vključeni v seznam one premium, kar pomeni, da njihovi bralci sodijo med tiste v populaciji, ki imajo višji položaj na delovnem mestu in višje finančne prihodke:

1. Lifestyle tednik, z naklado vsaj 325.000 in dosegom vsaj 1,89 milijona bralcev: celostranska objava;
2. Dvomesečnik s ciljno skupino ljubiteljev gastronomije, pretežno žensk, z naklado vsaj 132.000 in dosegom vsaj 1,15 milijona bralcev: enkratna objava, pol strani.
3. Mesečnik z naklado vsaj 400.000 in dosegom vsaj 320.000 s ciljno skupino letalskih potnikov: celostanski oglas.

Zaželeno je, da izvajalec pri izbiri tiskanega medija izbire tistega, kjer je zagotovljena še dodatna »cross- promocija«, v sodelovanju z drugimi mediji ali znotraj ostalih lastnih medijev (e-Newsletter), s čimer je zagotovljen še dodatni oglaševalski učinek.

V sklopu izbora medijskega zakupa mora izbrani izvajalec z izbranimi mediji vzpostaviti kontakt in pridobiti na trgu Francije ali Švice enega vplivnega novinarja/urednika, ki bo na podlagi načrtovanega programa obiska (t.i. press trip), pripravil en dokumentarni članek ali nativen članek na dveh straneh za objavo v primernem mediju (ki ustreza ciljem tega razpisa) medijske skupine, kjer se izvaja medijski zakup.

ŠVICA

Naročnik želi izvesti oglaševalsko akcijo na trgu Švice, med nemško govorečo populacijo v najbolj vplivnih medijih na tem trgu, ki zajemajo splošne medije, specializirane turistične medije in/ali t.i. lifestyle medije.

Celoten medijski zakup se vrši v tiskanih revijah (tednikih, mesečnikih) in časopisih, ki spadajo med najvplivnejše in najbolj brane tiskane edicije.

Na podlagi uradnega švicarskega organa za merjenje medijske prisotnosti, *WEMF AG für Werbemedienforschung*, morajo biti vključeni v ponudbo naslednji najvplivnejši tiskani mediji iz Švice, ki v sklopu svojih vsebin predstavljajo tudi vsebine, povezane s turizmom, predstavljajo konkretne turistične destinacije, doživetja in posebnosti le-teh na nevsiljiv, subtilen način:

1. 14-dnevna periodična splošna revija z naklado vsaj 280.000 in dosegom vsaj 840.000 bralcev višjega dohodkovnega razreda: ena celostranska objava, notranja stran;

Zaželeno je, da izvajalec pri izbiri tiskanega medija izbire tistega, kjer je zagotovljena še dodatna »cross- promocija«, v sodelovanju z drugimi mediji ali znotraj ostalih lastnih medijev (e-Newsletter), s čemer je zagotovljen še dodatni oglaševalski učinek.

V sklopu izbora medijskega zakupa mora izbrani izvajalec z izbranimi mediji vzpostaviti kontakt in pridobiti na trgu Francije ali Švice enega vplivnega novinarja/urednika, ki bo na podlagi načrtovanega programa obiska (t.i. press trip), pripravil en dokumentarni članek ali nativen članek na dveh straneh za objavo v primernem mediju (ki ustreza ciljem tega razpisa) medijske skupine, kjer se izvaja medijski zakup.

BENELUX

Naročnik želi izvesti oglaševalsko akcijo na trgu Beneluxa (Belgija, Nizozemska in/ali Luksemburg), v najbolj vplivnih medijih na tem trgu, ki zajemajo splošne medije in/ali t.i. lifestyle medije.

Celoten medijski zakup se vrši v tiskanih revijah (tednikih, mesečnikih) in časopisih, ki spadajo med najvplivnejše in najbolj brane tiskane edicije.

Na podlagi uradnega nizozemskega organa za merjenje medijske prisotnosti, NOM (Nationaal Onderzoek Multimedia) in belgijske organizacije CIM (Le Centre d'Information sur les Médias) morajo biti vključeni v ponudbo naslednji najvplivnejši tiskani mediji iz Beneluxa, ki v sklopu svojih vsebin predstavljajo tudi vsebine, povezane s turizmom, predstavljajo konkretne turistične destinacije, doživetja in posebnosti le-teh na nevsiljiv, subtilen način:

1. Tednik znotraj segmenta lifestyle, z naklado vsaj 297.000 in dosegom vsaj 1,6 milijona bralcev višjega dohodkovnega razreda, pretežno ženske nad 40. letom starosti: celostranska objava.
2. Tednik s splošno tematiko z naklado vsaj 680.000 in dosegom vsaj 1,5 milijona.

3. Mesečnik z naklado vsaj 3,4 milijone in dosegom vsaj 4,8 milijona ter ciljno skupino družine: dvakrat polstranska objava.

Zaželeno je, da izvajalec pri izbiri tiskanega medija izbere tistega, kjer je zagotovljena še dodatna »cross- promocija«, v sodelovanju z drugimi mediji ali znotraj ostalih lastnih medijev (e-Newsletter), s čemer je zagotovljen še dodatni oglaševalski učinek.

V sklopu izbora medijskega zakupa mora izbrani izvajalec z izbranimi mediji vzpostaviti kontakt in pridobiti na trgu Beneluxa enega vplivnega novinarja/urednika, ki bo na podlagi načrtovanega programa obiska (t.i. press trip), pripravil en dokumentarni članek ali nativen članek za objavo na dveh straneh v primernem mediju (ki ustreza ciljem tega razpisa) medijske skupine, kjer se izvaja medijski zakup.

TERMINSKI NAČRT IZVEDBE JAVNEGA NAROČILA

Izbrani izvajalec bo na podlagi oddane ponudbe in izbranih medijev za izvedbo tega javnega naročila čim prej pričel s pripravo oglasov in vsebin po posameznih ciljnih trgih. Naročnik pričakuje prve objave najpozneje do 15.10.2017, za vsak ciljni trg vsaj eno objavo. Do 20.11.2017 pa pretežni del ostalih objav. Do največ 20% (končnega) medijskega zakupa oglasnega prostora po ostalih ciljnih trgih mora biti izvedenega do 24.12.2017. Izvajalec lahko v sklopu pogajanj z mediji in pridobitve dodatnih brezplačnih objav, zagotovi objave tudi v prvem polletju leta 2018. V tem primeru izvajalec dogovori obseg in vrsto vsebin, formatov oglasnih sporočil in drugih novinarskih prispevkov do vključno 24.12.2017. Izvajalec in naročnik s tem namenom podpišeta dodaten aneks k pogodbi, brez dodatnih finančnih obveznosti za naročnika.

KLJUČNI INDIKATORJI USPEŠNOSTI OGLAŠEVALSKIH AKCIJ PO POSAMEZNIH CILJNIH TRGIH

Cilji, ki jih mora realizirati izbrani izvajalec za izvedbo tega javnega naročila, v času trajanja oglaševalske kampanje, so naslednji:

1. objave v vsaj 4 vplivnih medijih, na trgu Avstrije, 3 vplivnih medijih na trgu Francije, enem vplivnem mediju na trgu Švice in treh vplivnih medijih na trgu Beneluxa;
2. izvedba vsaj 1 individualnega medijskega obiska za posamezni ciljni trg in kot rezultat tega obiska objava vsaj 1 PR članek v vplivnih medijih, skupaj 3 PR člankov;
3. z vsemi objavami mora izvajalec v sklopu tega javnega naročila doseči po posameznih ciljnih trgih vsaj naslednji doseg:
 - Avstrija: vsaj 2 milijona uporabnikov - enkratno,
 - Francija in Švica: vsaj 4,2 milijona uporabnikov - enkratno,
 - Benelux: vsaj 8 milijonov uporabnikov - enkratno.

PRILOGA 1: Vzorec poročila

POROČILO O OPRAVLJENIH AKTIVNOSTIH za mesec _____ 2017

Naziv javnega naročila: **Javno naročilo male vrednosti za izvedbo medijskega spleta oglaševalskih akcij na trgih Avstrije, Beneluxa, Francije in Švice**

Številka javnega naročila: **JNM-0011/2017-S-POG-STO**

Izvajalec: _____

Datum izdelave poročila: **x.x.2017**

Poročilo pripravil: _____

Poročilo odobril: _____

Obdobje poročanja: **od x.x.2017 do x.x.2017**

1. POTEK JAVNEGA NAROČILA

1.1 Izvedene aktivnosti v obdobju poročanja

Aktivnosti predmeta javnega naročila:	Opravljenе aktivnosti:	Izveden obseg aktivnosti v € (delež v %):
SKUPAJ		

1.2 Finančna vrednost izvedenih aktivnosti v obdobju poročanja

Izvedene aktivnosti so v tekočem obdobju poročanja so zahtevale napor v vsoti _____ evrov brez DDV. Pogodbeni vrednost naročila za celotno trajanje je _____ € brez DDV. Realizacija aktivnosti do obdobja poročanja je _____ % predvidene celotne porabe sredstev.

2. PREGLED PREDLAGANIH SPREMEMB/IZBOLJŠAV:

...

3. NAPOVED ZA NADALJEVANJE JAVNEGA NAROČILA:

...

Kraj in datum:

Izvajalec:

Žig:

Podpis: