

Številka JN: JNV-0015/2019-S-POG-STO

Datum: 1. 07. 2019

**DOKUMENTACIJA V ZVEZI Z ODDAJO
JAVNEGA NAROČILA PO ODPRTEM POSTOPKU**

Predmet javnega naročila:

**Fokusirana večkanalna kampanja
DACH**

Številka javnega naročila
JNV-0015/2019-S-POG-STO

Javno naročilo po odprtem postopku je bilo objavljeno v Uradnem listu Evropske unije pod številko objave _____, dne _____ in na Portalu za javna naročila pod številko objave _____, dne _____.

Kazalo vsebine

POVABILO K ODDAJI PONUDBE.....	4
I. SPLOŠNE DOLOČBE NAROČILA.....	6
1. Način izvajanja naročila.....	6
2. Sodelovanje.....	6
3. Jezik.....	6
4. Podizvajalci.....	6
5. Skupna ponudba.....	7
6. Uporaba zmogljivosti drugih subjektov.....	8
7. Tuji ponudniki.....	8
8. Podatki o lastniški strukturi.....	8
9. Variantne ponudbe.....	9
10. Pojasnila dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila.....	9
11. Dopolnitve in spremembe dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila.....	9
12. Dopusne dopolnitve, pojasnila in popravek ponudbe, računske napake.....	10
13. Navedba zavajajočih podatkov.....	10
14. Stroški priprave ponudbe.....	10
15. Način obračuna in izstavitve računa ter rok plačila.....	10
16. Cena.....	11
17. Neobičajno nizka ponudba.....	12
18. Merila za izbor izvajalca.....	13
19. Skupna ocena ponudb.....	14
20. Pogodba.....	14
21. Zaupnost podatkov.....	15
22. Ustavitev postopka, zavrnitev vseh ponudb, odstop od izvedbe javnega naročila.....	15
23. Neizpolnjevanje pogodbenih obveznosti.....	15
24. Pravno varstvo.....	15
25. Zavarovanje za resnost ponudbe.....	15
26. Zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti.....	16
II. POGOJI ZA UDELEŽBO.....	17
1. Razlogi za izključitev.....	17
2. Pogoji za sodelovanje.....	19
III. NAVODILA ZA IZDELAVO ELEKTRONSKE PONUDBE.....	21
IV. TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA.....	23
1. Ključna izhodišča javnega naročila.....	23
2. Ciljne skupine in ciljanje.....	24
2.1. Segmenti in demografija ciljnih skupin.....	26
2.2. Geolokacija in jezik ciljnih skupin.....	27
2.3. Podrobno ciljanje.....	27
3. Promocija spletnih vsebin.....	27
4. Terminski načrt izvedbe javnega naročila.....	28
5. Cilji javnega naročila.....	28
5.1 Cilji iz naslova medijskega zakupa na TV, v tiskanih medijih in na spletnih portalih.....	29

	5.2 Cilji iz naslova Facebook oglaševanja	29
V.	PREDMET NAROČILA	30
VI.	OBRAZCI ZA PRIPRAVO PONUDBE	70
	Obrazec št. 1: PONUDBA	70
	Obrazec št. 2: SEZNAM GOSPODARSKIH SUBJEKTOV, KI SODELUJEJO V PONUDBI	72
	Obrazec št. 3: OBRAZEC ZA ZAVAROVANJE ZA RESNOST PONUDBE (VZOREC)	74
	Obrazec št. 4: ZAVAROVANJE ZA DOBRO IZVEDBO POGODBENIH OBVEZNOSTI (VZOREC)	76
	Obrazec št. 5: IZJAVA O LASTNIŠKIH RAZMERNOSTI	78
	Obrazec št. 6: STROKOVNA EKIPA PONUDNIKA IN REFERENČNI PROJEKTI	80
	Obrazec št. 7: POTRDILO REFERENCE S STRANI POSAMEZNIH NAROČNIKOV	84
	Obrazec št. 8: PONUDBENI PREDRAČUN	86
	Obrazec št. 9: ZAHTEVA PODIZVAJALCA ZA NEPOSREDNO PLAČILO / IZJAVA PODIZVAJALCA, DA NEPOSREDNEGA PLAČILA NE ZAHTEVA	88
	Obrazec št. 10: IZJAVA O ŠTEVILU ZAPOSLENIH	89
	Obrazec št. 11: VZOREC POGODBE	90
	Obrazec št. 12: SOGLASJE ZA PRIDOBITEV POTRDILA IZ KAZENSKE EVIDENCE ZA PRAVNE OSEBE . 99	
	Obrazec št. 13: SOGLASJE ZA PRIDOBITEV POTRDILA IZ KAZENSKE EVIDENCE ZA FIZIČNE	100
	Obrazec št. 14: IZJAVA O NATIVNIH GOVORCIH - PREVAJALCIH	101
	Obrazec št. 15: ESPD	102
	Priloga 1: Primer razlike v komunikaciji za različne demografske skupine	112
	Priloga 2: Mesečno poročilo za agencijske storitve	113
	Priloga 3: Vzorčno poročilo za državo	115

POVABILO K ODDAJI PONUDBE

Na podlagi 40. člena 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 po odprtem postopku, za predmet naročila »Fokusirana večkanalna kampanja DACH«

najkasneje do: dne 2.8.2019 do 10:00 ure.

Ponudniki predložijo elektronsko ponudbo preko naslednje povezave: <https://ejn.gov.si/e-oddaja>.

Ponudniki morajo ponudbe predložiti v informacijski sistem e-JN na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si/eJN2>, v skladu s točko 3 dokumenta Navodila za uporabo informacijskega sistema za uporabo funkcionalnosti elektronske oddaje ponudb e-JN: PONUDNIKI (v nadaljevanju: Navodila za uporabo e-JN), ki je del te dokumentacije in objavljen na spletnem naslovu https://ejn.gov.si/documents/10193/191051/ejn_Navodila_za_uporabo_ponudniki.pdf.

Ponudnik se mora pred oddajo ponudbe registrirati na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si/eJN2>, v skladu z Navodili za uporabo e-JN. Če je ponudnik že registriran v informacijski sistem e-JN, se v aplikacijo prijavi na istem naslovu.

Uporabnik ponudnika, ki je v informacijskem sistemu e-JN pooblaščen za oddajanje prijav, prijavo odda s klikom na gumb »Oddaj«. Informacijski sistem e-JN ob oddaji prijave zabeleži identiteto uporabnika in čas oddaje prijave. Uporabnik z dejanjem oddaje prijave izkaže in izjavi voljo v imenu ponudnika oddati zavezujočo prijavo (18. člen Obligacijskega zakonika, Uradni list RS, št. 97/07, 64/16 – odl. US in 20/18 – OROZ631). Z oddajo prijave je le-ta zavezujoča za čas, naveden v prijavi, razen če jo uporabnik ponudnika umakne ali spremeni pred potekom roka za oddajo prijav.

Ponudba se šteje za pravočasno oddano, če jo naročnik prejme preko sistema e-JN <https://ejn.gov.si/eJN2> najkasneje do zgoraj navedenega roka. Za oddano ponudbo se šteje ponudba, ki je v informacijskem sistemu e-JN označena s statusom »ODDANO«.

Ponudnik lahko do roka za oddajo ponudb svojo ponudbo umakne ali spremeni. Če ponudnik v informacijskem sistemu e-JN svojo ponudbo umakne, se šteje, da ponudba ni bila oddana in je naročnik v sistemu e-JN tudi ne bo videl. Če ponudnik svojo ponudbo v informacijskem sistemu e-JN spremeni, je naročniku v tem sistemu odprta zadnja oddana ponudba.

Po preteku roka za predložitev ponudb ponudbe ne bo več mogoče oddati.

ODPIRANJE PONUDB

Odpiranje ponudb bo potekalo avtomatično v informacijskem sistemu e-JN dne 2. 8. 2019 in se bo začelo ob 10:15 uri na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si/eJN2>.

Odpiranje poteka tako, da informacijski sistem e-JN samodejno ob času, ki je določen odpiranje ponudb, prikaže podatke o ponudniku in variantah, če so bile zahtevane oziroma dovoljene, ter omogoči dostop

do .pdf dokumenta, ki ga ponudnik naloži v sistem e-JN pod razdelek »Predračun«. Javna objava se avtomatično zaključi po preteku 60 minut. Ponudniki, ki so oddali ponudbe, imajo te podatke v informacijskem sistemu e-JN na razpolago v razdelku »Zapisnik o odpiranju ponudb«.

Kontaktna oseba naročnika: Živa Deu

S spoštovanjem,

mag. Maja Pak
direktorica

I. SPLOŠNE DOLOČBE NAROČILA

1. Način izvajanja naročila

Naročnik oddaja javno naročilo za »Fokusirana večkanalna kampanja DACH« v celoti. Ponudnik mora ponuditi vse razpisane vrste storitev in blaga (delne ponudbe niso dovoljene).

2. Sodelovanje

Vsak zainteresirani gospodarski subjekt, ki je registriran za dejavnost, ki je predmet javnega naročila, in ima za opravljanje te dejavnosti vsa predpisana dovoljenja za izvedbo tega javnega naročila, lahko odda ponudbo na podlagi objavljenega povabila k sodelovanju.

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

3. Jezik

Naročnik bo razpisno dokumentacijo za javno naročilo objavil v slovenskem in angleškem jeziku na portalu javnih naročil www.enarocanje.si. Razpisna dokumentacija v angleškem jeziku se vsebinsko ne razlikuje od razpisne dokumentacije v slovenskem jeziku. V primeru nejasnosti se za tolmačenje določb razpisne dokumentacije prednostno uporablja besedilo v slovenskem jeziku.

Ponudniki lahko oddajo ponudbo v slovenskem ali angleškem jeziku. Pogodba za izvedbo tega javnega naročila se bo sklenila v slovenskem jeziku in, v kolikor potrebno, v angleškem jeziku. V primeru nejasnosti se za tolmačenje pogodbenih določil prednostno uporablja besedilo v slovenskem jeziku.

4. Podizvajalci

Ponudnik lahko predmetno javno naročilo v celoti izvede sam ali pa ga izvede s podizvajalci. Podizvajalec je gospodarski subjekt, ki je pravna ali fizična oseba in za ponudnika dobavlja blago ali izvaja storitev oziroma gradnjo, ki je neposredno povezana s predmetom javnega naročila.

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,
- izpolnjene ESPD teh podizvajalcev v skladu z 79. členom ZJN-3 ter
- 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, tretje in četrte alineje prejšnjega odstavka.

Naročnik bo zavrnil vsakega podizvajalca, če zanj obstajajo razlogi za izključitev, kot so navedeni v razpisni dokumentaciji. 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 mora o morebitni zavrnitvi novega podizvajalca obvestiti glavnega izvajalca najpozneje v desetih dneh od prejema predloga.

Le če 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, neposredno povezano s predmetom javnega naročila.

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.

V kolikor ponudnik ponuja izvedbo naročila z uporabo zmogljivosti drugih subjektov, na Obrazcu št. 1 označi, da daje ponudbo z uporabo zmogljivosti drugih subjektov, in ustrezno izpolni Obrazec št. 2.

5. Skupna ponudba

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. Pravne osebe naj navedejo imena oseb, ki bodo odgovorne za izvedbo predmetnega naročila.

Pravni akt o skupni izvedbi naročila mora natančno opredeliti naloge in odgovornost posameznih izvajalcev za izvedbo naročila, in sicer najmanj:

- imenovanje nosilca posla pri izvedbi javnega naročila;
- pooblastilo nosilcu posla in odgovorni osebi nosilca posla za sklenitev ter podpis pogodbe z naročnikom;
- obseg storitev, ki jih bo opravil posamezni ponudnik in njihove odgovornosti;

- izjavo, da so vsi ponudniki v skupni ponudbi seznanjeni z navodili ponudnikom in razpisnimi pogoji ter merili za dodelitev javnega naročila in da z njimi v celoti soglašajo;
- izjavo, da so vsi ponudniki seznanjeni s plačilnimi pogoji iz razpisne dokumentacije in
- navedbo, da odgovarjajo naročniku neomejeno solidarno.

Omenjeni pravni akt o skupnem nastopu mora biti veljaven celoten čas, v katerem takšen konzorcij izvaja javno naročilo, in celotno obdobje veljavnosti garancije za dobro izvedbo pogodbenih del.

V kolikor ponudnik ponuja skupno ponudbo, na Obrazcu št. 1 označi, da daje skupno ponudbo, in ustrezno izpolni Obrazec št. 2.

6. Uporaba zmogljivosti drugih subjektov

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. Pogoje v zvezi z izobrazbo in strokovno usposobljenostjo izvajalca storitev ali gradenj in vodstvenih delavcev podjetja ter pogojev v zvezi z ustreznimi poklicnimi izkušnjami lahko ponudnik zahteva pri 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.

V kolikor ponudnik ponuja izvedbo naročila z uporabo zmogljivosti drugih subjektov, na Obrazcu št. 1 označi, da daje ponudbo z uporabo zmogljivosti drugih subjektov, in ustrezno izpolni Obrazec št. 2.

7. Tuji ponudniki

Ponudniki, ki nimajo sedeža v Republiki Sloveniji, morajo izpolnjevati enake pogoje kot ponudniki s sedežem v Republiki Sloveniji. Če država, v kateri ima ponudnik svoj sedež, ne izdaja dokumentov, ki so v razpisni dokumentaciji določeni kot dokazilo o (ne)obstoju razlogov za izključitev, ali če ti ne zajemajo vseh primerov razlogov za izključitev, lahko ponudnik predloži zapriseženo izjavo. Če ta v državi, kjer ima ponudnik svoj sedež, ni predvidena, pa lahko ponudnik poda izjavo določene osebe, dano pred pristojnim sodnim ali upravnim organom, notarjem ali pred pristojno poklicno ali trgovinsko organizacijo v matični državi te osebe ali v državi, v kateri ima ponudnik sedež.

8. Podatki o lastniški strukturi

Ponudnik mora naročniku 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.

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. Pojasnila dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila

Pojasnila o vsebini dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila se lahko zahtevajo le v pisni obliki preko Portala javnih naročil. Pojasnila bodo posredovana na Portal javnih naročil.

Če ponudnik zahteva v zvezi s to dokumentacijo oziroma v zvezi s pripravo ponudbe kakršno koli dodatno pojasnilo, mora zanj zaprositi najkasneje do 20. 7. 2019 do 10:00 ure.

Naročnik bo dodatno pojasnilo v zvezi s to dokumentacijo posredoval prek Portala javnih naročil najpozneje do 25. 7. 2019 do 16. ure, pod pogojem, da je bila zahteva posredovana pravočasno. Na prepozne zahteve naročnik ne bo odgovarjal.

11. Dopolnitve in spremembe dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila

Naročnik si pridržuje pravico spremeniti ali dopolniti dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila. V primeru, da bo naročnik v roku za prejem ponudb spremenil ali dopolnil dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila, bo to objavil na Portalu javnih naročil: <https://www.enarocanje.si/>.

Po poteku roka za prejem ponudb, naročnik ne bo spreminjal ali dopolnjeval dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila.

V primeru, da bo naročnik spremenil ali dopolnil dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila šest ali manj dni pred rokom, določenim za prejem ponudb, bo, glede na obseg in vsebino sprememb, ustrezno podaljšal rok za prejem ponudb.

Rok za prejem ponudb bo naročnik podaljšal tudi v naslednjih primerih:

- če iz kakršnega koli razloga dodatne informacije, čeprav jih je ponudnik pravočasno zahteval, niso bile predložene najpozneje šest dni pred iztekom roka za prejem ponudb, v odprtem postopku in omejenem postopku s skrajšanimi roki iz razloga nujnosti pa najpozneje štiri dni pred iztekom roka za prejem ponudb,
- če je bila dokumentacija v zvezi z oddajo javnega naročila bistveno spremenjena pozneje kot šest dni pred iztekom roka za prejem ponudb oziroma v odprtem postopku in omejenem postopku s skrajšanimi roki iz razloga nujnosti pa pozneje kot štiri dni pred iztekom roka za prejem ponudb.

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 dvoumnost navedbe v tej dokumentaciji.

12. Dopustne dopolnitve, pojasnila in popravek ponudbe, računske napake

Če bodo ali se bodo zdele informacije ali dokumentacija, ki jo mora predložiti ponudnik, nepopolne ali napačne oziroma če posamezni dokumenti manjkajo, bo naročnik zahteval, da ponudnik v ustreznem roku predloži manjkajoče dokumente ali dopolni, popravi ali pojasni ustrezne informacije ali dokumentacijo. Predložitev manjkajočega dokumenta ali dopolnitev, popravek ali pojasnilo informacije ali dokumentacije se lahko nanaša izključno na takšne elemente ponudbe, katerih obstoj pred iztekom roka, določenega za predložitev ponudbe, je mogoče objektivno preveriti.

Če ponudnik ne bo predložil manjkajočega dokumenta ali ne bo dopolnil, popravil ali pojasnil ustrezne informacije ali dokumentacije, bo naročnik ponudnika izključil.

Ponudnik ne sme dopolnjevati ali popravljati:

- svoje cene brez DDV na enoto, vrednosti postavke brez DDV, skupne vrednosti ponudbe brez DDV, razen kadar se skupna vrednost spremeni v skladu s 7. odstavkom 89. člena ZJN-3 in ponudbe v okviru meril ali enote oz. količine (število prikazov, kontaktov, klikov, ogledov) v okviru meril;
- tistega dela ponudbe, ki se veže na tehnične specifikacije predmeta javnega naročila;
- tistih elementov ponudbe, ki vplivajo ali bi lahko vplivali na drugačno razvrstitev njegove ponudbe glede na preostale ponudbe, ki jih je naročnik prejel v postopku javnega naročanja.

13. Navedba zavajajočih podatkov

Naročnik bo Državni revizijski komisiji podal predlog za uvedbo postopka o prekršku:

- v primeru, da se pri naročniku pojavi utemeljen sum, da je ponudnik v postopku javnega naročila predložil neresnično izjavo ali ponarejeno ali spremenjeno listino kot pravo v skladu z enajstim odstavkom 89. člena ZJN-3,
- če glavni izvajalec ne ravna v skladu s 94. členom ZJN-3.

14. Stroški priprave ponudbe

Ponudnik nosi vse stroške, povezane s pripravo in predložitvijo ponudbe. Naročnik v nobenem primeru ne more biti odgovoren za morebitno škodo, ki bi nastala zaradi teh stroškov, brez ozira na potek postopkov v zvezi z javnim naročilom in na končno izbiro ponudnika.

15. Način obračuna in izstavitve računa ter rok plačila

Rok plačila je 30 dni od dneva prejema računa po poročilu, katerega predhodno odobri naročnik. Izbrani izvajalec mora po vsakem valu izstaviti poročilo v obliki in na način, kot to predpiše naročnik. Poročilo za Dejanski medijski zakup mora vsebovati podroben popis izvedenih aktivnosti medijskega zakupa po posameznih oglasnih kanalih in formatih z doseženimi cilji in realizirano porabo, pospremljeno pa mora biti z wordovim dokumentom, v katerem so doseženi cilji in vsa izvedena dela v strnjeni obliki pojasnjeni tudi pisno in s ppt dokumentom, v katerem so zbrani prikazi vseh izvedbenih kreativ in vsebin za vse oglase/članke objavljene na vseh medijih/družbenih omrežjih. Izbrani izvajalec mora izstaviti poročilo na obrazcu, Priloge 3: Vzorčno poročilo za državo, pospremljeno z wordovim dokumentom s strnjenimi podatki o realiziranih ciljih tudi v besedi ob koncu vsakokratnega vala oglaševanja. Potrjeno poročilo s strani naročnika je pogoj za izstavitve računa.

Vsak obdobjni obračun izvedenih storitev mora vključevati naslednje stroške:

- a.) Stroške Dejanski medijski zakup: stroške za zakup oglasov, člankov/advertorialov in tv oglaševanja, skladno s ponodbami, ki jih je pridobil naročnik, in zneski iz ponudbe izbranega izvajalca. Zneski za Facebook in Instagram morajo po državah sovpadati z zneski, ki jih naročnik preverja v oglaševalskem računu, do katerega mu izbrani izvajalec mora zagotoviti tak dostop, da ima naročnik ves čas oglaševanja vpogled v dejansko porabo sredstev po posameznih državah, kanalih in formatih.
- b.) Stroške agencijske storitve: izdelavo vseh za izvedbo potrebnih oglasnih formatov in priprave ostalih vsebin, vse potrebne prevode oglasov in oglasnih vsebin, vse nastavitve (set-up) in serviranje oglasov, usklajevanje z mediji in naročnikom za vsebinske pakete, prevzem so-skrbnitva in odgovarjanje na komentarje pod oglasnimi vsebinami na družbenih omrežjih Facebook Feel Slovenia in Instagram FeelSlovenia v jezikih, v katerih komentirajo uporabniki, in v najkrajšem možnem času, izdelavo medijskih načrtov in poročil ter predstavitev v zahtevanih oblikah in v slovenskem ter po potrebi v angleškem jeziku ter ostale manipulativne stroške izbranega izvajalca za izvedbo tega javnega naročila, vključno z vsemi davki in dajatvami. Izbrani izvajalec bo te stroške obračunal v fiksnih zneskih ob obdobjni izdaji računa po naslednji dinamiki:
 - po prvem valu in potrditvi poročila za prvi val 50 %,
 - po drugem valu ter potrditvi zaključnega poročila/elaborata 50 %

Izvajalec bo naročniku posredoval sukcesivne račune za opravljene storitve (dejanski medijski zakup in agencijske storitve) najpozneje v roku 8 dni po potrditvi poročila s strani naročnika, po vsakem izvedenem valu oglaševanja, kot je terminsko opredeljeno v točki IV. TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA, 3. Terminski načrt izvedbe javnega naročila, pri čemer mora spoštovati naslednje roke poročanja:

1. izbrani ponudnik je dolžan izdati poročilo za prvi val, ki se zaključi 31.10.2019, najpozneje 8.11.2019
2. izbrani ponudnik je dolžan izdati poročilo za drugi val, ki se zaključi 30.11.2019, najpozneje 9.12.2019
3. izbrani ponudnik je dolžan izdati zaključno poročilo najpozneje 12.12.2019
4. naročnik v roku 3 delovnih dni po prejemu vsakokratnega poročila poročilo pregleda in ga potrdi ali pa zavrne z zahtevo po dopolnitvah. V kolikor so potrebne dopolnitve ali dodatna pojasnila, jih naročnik naslovi na izbranega izvajalca čim prej v roku za pregled, izvajalec pa mora odgovoriti najpozneje v roku 2 delovnih dni od prejema zahtevka za dopolnitev.

Poročila so lahko posredovana v pregled po elektronski pošti, za hitrejšo korespondenco, zaključno poročilo pa mora biti po potrditvi izstavljeno na naslov naročnika v papirni obliki, s podpisom odgovornega vodje projekta in zakonitega zastopnika izvajalca ter opremljena z žigom. Naročnik bo ustreznost izvedbe in poročil, ki zajema skladnost načina zakupa in serviranja oglasov s to razpisno dokumentacijo in pogodbo, spremljal v oglaševalskih kanalih, do katerih mu bo moral izbrani izvajalec omogočiti dostop. Finančno realizacijo za Facebook in Instagram bo v vsakem oglaševalskem kanalu naročnik preverjal po državah serviranja oglasov in po kanalih oglaševanja. Vsi stroški, ki nastanejo s serviranjem oglasov, morajo biti vključeni v ponudbeno ceno v okviru aktivnosti stroški agencijske storitve.

16. Cena

Cena mora biti izražena v evrih, brez davka na dodano vrednost (DDV). Cena mora vsebovati vse stroške, ki jih bo imel ponudnik z realizacijo naročila, potne stroške, popuste in rabate. Davek na dodano vrednost mora biti prikazan posebej, v skladu z obrazcem ponudbenega predračuna.

Ocenjena vrednost javnega naročila je 1.250,000,00 evrov brez DDV oz. 1.525.000,00 evrov z 22% DDV. Vse aktivnosti morajo biti prilagojene finančnemu načrtu iz xls tabele Priloga k obrazcu št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN in v celoti ne sme presegati vrednosti 1.250.000,00 evrov brez DDV. Dovoljena so odstopanja navzdol do največ 1 odstotek od predvidene vrednosti za celotni zakup oglasov na posameznem trgu.

Proračun za izvedbo Fokusirane večkanalne kampanje DACH zajema:

- vse stroške za Dejanski zakup oglasnega prostora
- vse stroške agencijskih storitev

Ponudnik predloži svojo ponudbo na Obrazcu št. 8: PONUDBENI PREDRAČUN. Z oddajo svoje ponudbe se ponudnik zaveže, da bo izvedel in dosegel vse v tej razpisni dokumentaciji zastavljene cilje, za vsak ciljni trg posebej. Naročnik je tudi že pridobil ponudbe za medijski zakup s [te povezave](#), ki jih mora izbrani izvajalec v celoti realizirati po cenah skladno s svojo ponudbo iz xls tabele Priloga k obrazcu št. 8 Ponudbeni predračun. Kot dokazilo, da so bili cilji z naslova vsebinskih ponudb realizirani, služijo poročila s strani medijev in so pogoj za izplačilo stroškov, nastalih iz naslova zakupa na teh medijih v okviru mediaplana, ponudb in finančnega razreza.

Proračun za izvedbo tega javnega naročila zajema vse stroške storitev.

17. Neobičajno nizka ponudba

Če bo naročnik menil, da je pri določenem naročilu glede na njegove zahteve ponudba neobičajno nizka glede na cene na trgu ali v zvezi z njo obstaja dvom o možnosti izpolnitve naročila, bo naročnik preveril, ali je neobičajno nizka in od ponudnika zahteval, da pojasni ceno ali stroške v ponudbi. Naročnik bo preveril, ali je ponudba neobičajno nizka tudi, če je vrednost ponudbe za več kot 50 odstotkov nižja od povprečne vrednosti pravočasnih ponudb in za več kot 20 odstotkov nižja od naslednje uvrščene ponudbe, vendar le, če je prejel vsaj štiri pravočasne ponudbe. Kadar naročnik v postopku javnega naročanja preveri dopustnost vseh ponudb, v skladu s prejšnjim stavkom preveri, ali je ponudba neobičajno nizka glede na dopustne ponudbe.

Preden bo naročnik izločil neobičajno nizko ponudbo, bo od ponudnika pisno zahteval podrobne podatke in utemeljitev o elementih ponudbe, za katere meni, da so odločilni za izpolnitev naročila oziroma vplivajo na razvrstitev ponudb.

Naročnik bo ocenil pojasnila tako, da se bo posvetoval s ponudnikom. Ponudbo bo zavrnil le, če predložena dokazila zadostno ne pojasnijo nizke ravni predlagane cene ali stroškov, pri čemer se upoštevajo elementi iz prejšnjega odstavka.

Če bo naročnik ugotovil, da je ponudba neobičajno nizka, ker ni skladna z veljavnimi obveznostmi iz drugega odstavka 3. člena ZJN-3, jo bo naročnik zavrnil.

18. Merila za izbor izvajalca

Merilo za izbiro najugodnejšega ponudnika je ekonomsko najugodnejša ponudba. Kljub večjemu strošku za dejanski medijski zakup v primerjavi s stroškom za agencijske storitve je ponder zastavljen v prid agencijskemu zakupu, saj je naročnik naredil vse, kar je bilo v njegovi moči, da je pridobil najugodnejše ponudbe. Naročnik kljub temu dopušča možnost, da bo cena za katero izmed ponudb nižja predvsem na podlagi morebitnega ponudnikovega preteklega sodelovanja z mediji ali agencijami, ki jih mediji pooblastijo za izvajanje pogajanj v njihovem imenu. Merila za izbor izvajalca so naslednja:

Zap. št.	Merilo	Udeležba (%)
T1	Dejanski medijski zakup z všteto zahtevano investicijo v oglase na kanalu Facebook, brez investicije v Instagram	40
T2	Agencijske storitve	60
	SKUPAJ	100

Ponudnik izpolni priloženo xls tabelo Priloga k obrazcu št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN. Cena, navedena v stolpcu Ponudnikova cena v €, je za ponudnika zavezujoča – storitve mora ponuditi po cenah, ki jih navede v tem stolpcu. Ponudnik mora v Obrazec št. 8: Ponudbeni predračun navesti ponujene vrednosti. Znesek iz zelenega okvirja tabele 1 (C1) prepíše v tabelo obrazca št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN pod postavko **Dejanski medijski zakup z všteto zahtevano investicijo v oglase na kanalu Facebook, brez investicije v Instagram**, znesek iz sivega polja (C2) pa v polje **Agencijske storitve**. Morebitna razlika med maksimalno ceno in ponudnikovo ceno bo investirana v oglaševanje na kanalu Instagram. V nadaljevanju dokumenta so podrobneje opisana posamezna merila.

1.1. Dejanski medijski zakup z všteto zahtevano investicijo v oglase na kanalu Facebook, brez investicije v Instagram

Ponudnik, ki bo ponudil najnižjo ceno po tem merilu, bo prejel 40 točk, ostali ponudniki bodo prejeli sorazmerno nižje število točk, po formuli:

$$T_{\text{ponudnik } n} = 40 \times (O_{\text{MIN}} / O_{\text{PON}})$$

- $T_{\text{ponudnik } n}$ = končno prejeta število točk na podlagi najnižje cene medijskega zakupa, pri čemer velja {ponudnik = 1,2, 3, ..., n}
- O_{MIN} = najnižja cena za medijski zakup med vsemi prejetimi ponodbami.
- O_{PON} = ponudnikova cena za medijski zakup

1.2. Agencijske storitve

Ponudnik, ki bo ponudil najnižjo ceno za agencijske storitve, po tem merilu, bo prejel 60 točk, ostali ponudniki bodo prejeli sorazmerno nižje število točk, po formuli:

$$T_{\text{ponudnik } n} = 60 \times (O_{\text{MIN}} / O_{\text{PON}})$$

- $T_{\text{ponudnik } n}$ = končno prejeta število točk na podlagi najnižje cene agencijskih storitev, pri čemer velja {ponudnik = 1,2, 3, ..., n}

- O_{MIN} = najnižja cena za agencijske storitve med vsemi prejetimi ponudbami.
- O_{PON} = ponudnikova cena za agencijske storitve

19. Skupna ocena ponudb

Ekonomsko najugodnejša ponudba lahko prejme skupno največ 100 točk. Naročnik bo pri merilih T1 in T2 pretvorbo ponudbene cene v točke napravil na dve decimalki natančno, tako da se vrednosti točk, ki dosegajo ali presegajo pet tisočin točke, zaokrožijo navzgor, v drugih primerih pa ostanejo nespremenjene (npr. vrednost 2,236 se zaokroži na 2,24; vrednost 3,452 se zaokroži na 3,45).

Skupno število točk posamezne ponudbe predstavlja seštevek končnega števila točk po obeh merilih za posameznega ponudnika oz. kot sledi: **$T_{\text{ponudnik}_{\text{skupaj}}} = T1 + T2$**

Ponudnik z najvišjim skupnim številom točk bo izbran za ekonomsko najugodnejšega izvajalca celotnega javnega naročila.

V primeru enakega skupnega števila točk dveh ali več ponudnikov bo izbran tisti, ki bo pri merilu »Agencijske storitve« prejel višje število točk. V kolikor bo število točk dveh ali več ponudnikov še vedno enako, bo izbran tisti ponudnik, ki je oddal ponudbo prej.

OPOZORILO: V kolikor bo ponudnik predložil višjo ponudbeno ceno agencijskih storitev od 113.636,36 brez DDV oziroma 138.636,36 z DDV, bo njegova ponudba izločena.

20. Pogodba

Ponudnik naj pri pripravi ponudbe upošteva tudi vse obveznosti, ki izhajajo iz vzorca pogodbe, ki je priloga te razpisne dokumentacije. Ponudnik mora parafirati vsako stran vzorca pogodbe s čimer potrdi, da se strinja z besedilom le-tega.

Izbrani ponudnik bo prejel v podpis pogodbo katere vsebina bo enaka vzorcu pogodbe. Dopolnjena bo le s podatki iz ponudbe. Naročnik izbranemu ponudniku ne bo dovolil spreminjanja pogodbenih določil. Če ponudnik ne bo v 5 delovnih dneh od prejema vrnil podpisane pogodbe, se šteje, da je odstopil od ponudbe.

Naročnik bo odstop od ponudbe štel kot negativno referenco v naslednjih treh letih, ne glede na razloge za odstop od ponudbe. Naročnik bo posebej obračunal škodo, ki jo je imel zaradi neizpolnjevanja pogodbenih obveznosti s strani izbranega ponudnika oz. odstopa od pogodbe.

21. Zaupnost podatkov

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.

22. Ustavitev postopka, zavrnitev vseh ponudb, odstop od izvedbe javnega naročila

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 utegnila 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 nezakonnosti po predhodni ugotovitvi utemeljenosti svojo odločitev na lastno pobudo spremeni in sprejme novo odločitev, s katero nadomesti prejšnjo.

23. Neizpolnjevanje pogodbenih obveznosti

Naročnik si pridružuje pravico odpovedati pogodbo dobavitelju, ki bo kršil pogodbeno določila. Takemu dobavitelju bo naročnik onemogočil sodelovanje na ostalih javnih naročilih naročnika v naslednjih treh letih.

24. Pravno varstvo

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, 90/14 – ZDU-1I in 60/17).

25. Zavarovanje za resnost ponudbe

Ponudnik mora kot garancijo za resnost ponudbe, ponudbi priložiti zavarovanje:

- bančno garancijo v višini 10.000,00 evrov brez DDV ali

- kavcijsko zavarovanje zavarovalnice v višini 10.000,00 evrov brez DDV.

Zavarovanje mora veljati do 15.9.2019. V primeru, da ponudnik poda veljavnost ponudbe, ki je daljša od zahtevane, mora le-to pokriti z ustrezno daljšo veljavnostjo zavarovanja za resnost ponudbe. V nasprotnem primeru naročnik razlike nad zahtevano veljavnostjo ponudbe, ki ni pokrita z zavarovanjem, ne bo upošteval.

Naročnik bo unovčil zavarovanje za resnost ponudbe v naslednjih primerih:

- če ponudnik umakne ponudbo po poteku roka za prejem ponudb ali nedopustno spremeni ponudbo v času njene veljavnosti,
- če ponudnik, ki ga je naročnik v času veljavnosti ponudbe obvestil o sprejetju njegove ponudbe:
 - ne izpolni ali zavrne sklenitev pogodbe ali
 - ne predloži ali zavrne predložitev finančnega zavarovanja za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti.

Ponudnik mora k ponudbi priložiti skeniran original kavcijskega zavarovanja za resnost ponudbe, podpisan s strani pooblaščenih podpisnikov zavarovalnice, ali skeniran original bančne garancije za resnost ponudbe, podpisan s strani pooblaščenih podpisnikov banke.

26. Zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti

Originalno bančno garancijo ali kavcijsko zavarovanje zavarovalnice za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti bo izbrani ponudnik, ne glede na vrednost ponudbe, predložil najkasneje v desetih dneh po sklenitvi pogodbe z naročnikom, in sicer v višini 40.000,00 evrov brez DDV. Predložitev tega zavarovanja je pogoj za veljavnost pogodbe.

Zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti mora veljati do 31.12.2019.

Naročnik bo unovčil zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti v primeru:

- da obveznosti po pogodbi ne bodo pravočasno in pravilno izvajane oziroma jih bo izvajalec enostransko prenehal izvajati in
- ob prekinitvi pogodbe po krivdi izvajalca.

Če ponudnik ne predloži zahtevanega zavarovanja za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti ali če predloži drugo vrsto finančnega zavarovanja, kot je zahtevano v tej dokumentaciji, se šteje da je ponudnik umaknil oziroma spremenil ponudbo v času njene veljavnosti navedene v ponudbi.

II. POGOJI ZA UDELEŽBO

Vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi predmetnega javnega naročila, mora za izkazovanje v nadaljevanju opisanih pogojev predložiti ESPD v okviru ponudbene dokumentacije. ESPD predstavlja uradno izjavo gospodarskega subjekta, da zanj ne obstajajo razlogi za izključitev in da izpolnjuje pogoje za sodelovanje, hkrati pa zagotavlja ustrezne informacije, ki jih zahteva naročnik.

Navedbe v ESPD in/ali dokazila, ki jih predloži gospodarski subjekt, morajo biti veljavni.

Izpolnjen in podpisan ESPD mora biti v ponudbi priložen za vse gospodarske subjekte, ki v kakršni koli vlogi sodelujejo v ponudbi (ponudnik, sodelujoči ponudniki v primeru skupne ponudbe, gospodarski subjekti, na katerih kapacitete se sklicuje ponudnik in podizvajalci).

1. Razlogi zaizključitev

P1 Razlogi, povezani s kazenskimi obsodbami

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.

V kolikor je gospodarski subjekt v položaju iz zgornjega odstavka, lahko naročniku v skladu z 9. odstavkom 75. člena ZJN-3 predloži dokazila, da je sprejel zadostne ukrepe, s katerimi lahko dokaže svojo zanesljivost kljub obstoju razlogov za izključitev.

Pogoj mora izpolnjevati vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi javnega naročila.

Dokazilo: Izpolnjen ESPD (poglavje Del III: Razlogi za izključitev, oddelek A: Razlogi, povezani s kazenskimi obsodbami).

Naročnik zahteva predložitve pooblastila za pridobitev podatkov iz kazenske evidence (za vse osebe, ki so članice upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa gospodarskega subjekta ali ki imajo pooblastila za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem). V kolikor bodo na predloženem ESPD, v Delu VI: Sklepne izjave, vse osebe, ki so članice upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa gospodarskega subjekta vključno z osebami, ki imajo pooblastila za njegovo zastopanje, odločanje ali nadzor, s podpisom pooblastile naročnika za pridobitev podatkov iz kazenske evidence, dodatnih pooblastil naročnik ne zahteva.

Ponudnik lahko potrdila iz Kazenske evidence fizičnih in pravnih oseb priloži tudi sam. Tako predložena potrdila morajo odražati zadnje stanje.

P2 Razlogi, povezani s plačilom davkov ali prispevkov za socialno varnost

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 eurov 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.

Pogoj mora izpolnjevati vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi javnega naročila.

Dokazilo: Izpolnjen ESPD (poglavje Del III: Razlogi za izključitev, oddelek B: Razlogi, povezani s plačilom davkov ali prispevkov za socialno varnost).

P3 Razlogi, povezani z insolventnostjo, nasprotjem interesov ali kršitvijo poklicnih pravil

Naročnik bo iz postopka javnega naročanja izločil gospodarski subjekt:

- če se je nad gospodarskim subjektom začel postopek zaradi insolventnosti ali v postopku likvidacije ali
- če se je nad gospodarskim subjektom začel postopek stečaja ali
- če njegova sredstva ali poslovanje upravlja stečajni upravitelj ali sodišče ali
- če so njegove poslovne dejavnosti začasno ustavljene ali
- če se je v skladu s predpisi druge države nad njim začel postopek stečaja ali je nastal položaj z enakimi pravnimi posledicami.

Pogoj mora izpolnjevati vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi javnega naročila.

Dokazilo: Izpolnjen ESPD (poglavje Del III: Razlogi za izključitev, oddelek C: Razlogi, povezani z insolventnostjo, nasprotjem interesov ali kršitvijo poklicnih pravil).

P4 Nacionalni razlogi za izključitev – evidenca z negativnimi referencami

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.

Pogoj mora izpolnjevati vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi javnega naročila.

Dokazilo: Izpolnjen ESPD (poglavje Del III: Razlogi za izključitev, oddelek D: Nacionalni razlogi za izključitev).

P5 Nacionalni razlogi za izključitev – prekrški na področju delovnih razmerij in zaposlovanja na črno

Naročnik bo iz postopka javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, če je v zadnjih treh letih pred potekom roka za oddajo ponudb ali prijav pristojni organ Republike Slovenije ali druge države članice ali tretje države pri njem ugotovil najmanj dve kršitvi v zvezi s plačilom za delo, delovnim časom, počitki, opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava kljub obstoju elementov delovnega razmerja ali v zvezi z zaposlovanjem na črno, za kateri mu je bila s pravnomočno odločitvijo ali več pravnomočnimi odločitvami izrečena globa za prekršek.

Pogoj mora izpolnjevati vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi javnega naročila.

Dokazilo: Izpolnjen ESPD (poglavje Del III: Razlogi za izključitev, oddelek D: Nacionalni razlogi za izključitev).

2. Pogoji zasodelovanje

Kot dokazilo za izpolnjevanje pogojev za sodelovanje šteje Izpolnjen ESPD (poglavje Del IV: Pogoji za sodelovanje, oddelek a: Skupna navedba za vse pogoje za sodelovanje) in posebna dokazila, ki so navedena ob posameznem pogoj.

Ustreznost

P6 Gospodarski subjekt mora biti vpisan v enega od poklicnih ali poslovnih registrov, ki se vodijo v državi članici, v kateri ima gospodarski subjekt sedež.

Pogoj mora izpolnjevati vsak gospodarski subjekt v obsegu posla, ki ga bo izvajal.

P7 Gospodarski subjekt mora imeti določeno dovoljenje ali biti član določene organizacije, da lahko v državi, v kateri ima svoj sedež opravlja storitev, ki je predmet javnega naročila.

Pogoj mora izpolnjevati vsak gospodarski subjekt v obsegu posla, ki ga bo izvajal.

Ekonomski in finančni položaj

P8 Ponudnik mora v poslovnih letih 2017 in 2018 izkazovati splošni letni promet v skupni vrednosti najmanj 2.000.000 evrov (seštevek splošnega letnega prometa v letu 2017 in 2018). Kot splošni letni promet se štejejo čisti prihodki od prodaje.

P9 Ponudnik v zadnjih šestih mesecih, šteto od roka za prejem ponudb, ni smel imeti blokiranih svojih transakcijskih računov. Pogoj mora izpolnjevati vsak gospodarski subjekt v obsegu posla, ki ga bo izvajal.

DOKAZILO: izpis iz javnih evidenc, Izkaz poslovnega izida. V primeru, da je ponudnik tujec, le-ta priloži kopijo Izkaza poslovnega izida.

Tehnična in strokovna sposobnost

P10 Ponudnik je moral imeti v letu 2017 in letu 2018 povprečno zaposlenih najmanj 10 delavcev (štejejo zaposleni za določen in nedoločen čas).

DOKAZ: Izpis iz javnih evidenc, Izkaz poslovnega izida, podatek pod zap. št. 20. POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENIH NA PODLAGI DELOVNIH UR V OBRAČUNSKEM OBDOBJU. V primeru, da je ponudnik tujec, le-ta priloži izjavo.

P11 Ponudnik mora zagotoviti strokovno ekipo, ki mora biti sestavljena iz 4 strokovnjakov, ki morajo izpolnjevati sledeče pogoje:

- **PROJEKTNI VODJA – 1 strokovnjak:**

Imenovani strokovnjak – vodja projekta - mora imeti najmanj 5 let delovnih izkušenj pri vodenju oglaševalskih akcij mednarodnih projektov z zakupom medijskega prostora s funkcijo vodje projekta zadnjih 5 let, od dneva oddaje ponudbe na to javno naročilo, od tega en projekt izveden v zadnjih 3 letih v vrednosti nad 0,5 mio evrov brez DDV. Navede ga med 5 referenčnih projektov zadnjih 5 let.

- **STROKOVNJAK ZA VODENJE KAMPANJ NA DRUŽBENIH OMREŽJIH – 1 strokovnjak:**

Imenovani strokovnjak mora imeti vsaj 3 strokovne reference za medijsko planiranje, upravljanje in optimizacijo kampanj na družbenih omrežjih v zadnjih 3 letih, od tega en projekt izveden v zadnjih 3 letih od dneva oddaje ponudbe na to javno naročilo, v vrednosti nad 50.000 evrov brez DDV in 1 projekt v vrednosti nad 10.000 evrov brez DDV.

- **STROKOVNJAK ZA IZVEDBO KREATIVNIH OBLIKOVALSKIH REŠITEV (ART DIREKTOR) – 1 strokovnjak:**

Imenovani strokovnjak mora izkazovati strokovne reference s tremi referenčnimi projekti **s področja inovativnih kreativnih rešitev v okviru oglaševalskih projektov** zadnjih 5 let od dneva oddaje ponudbe na to javno naročilo, od tega en izveden projekt digitalne marketinške kampanje v vrednosti nad 50.000 evrov brez DDV.

- **STROKOVNJAK ZA TEKSTOPISIJE (VODILNI TEKSTOPISEC)**

Imenovani strokovnjak mora izkazovati strokovne reference s s tremi referenčnimi projekti **strokovnjaka pri izvedbi inovativnih kreativnih rešitev v okviru oglaševalskih projektov** zadnjih 3 let od dneva oddaje tega javnega naročila.

Naročnik bo štel le zaključene projekte.

Ponudnik je dolžan predložiti skeniran original potrjenih referenc zgoraj navedenih strokovnjakov na Obrazcu št. 7: POTRDILO REFERENCE S STRANI POSAMEZNIH NAROČNIKOV, za vrsto in obseg storitev v zahtevanem časovnem obdobju. V kolikor ponudnik ne bo izpolnil zahtevanega pogoja po predložitvi potrdil o strokovnih referencah ponudnika, bo naročnik ponudnikovo ponudbo izločil iz nadaljnjega postopka.

V primeru, da se med trajanjem pogodbe, zaradi vnaprej nepredvidenih objektivnih okoliščin, spremeni kadrovska sestava strokovne ekipe, bo ponudnik zagotovil neprekinjeno kadrovsko sestavo strokovne ekipe s kadri, ki ustrezajo zahtevanim pogojem iz razpisne dokumentacije. Izkazovanje pogojev za novega člana strokovne ekipe bo izbrani ponudnik, predložil naročniku v potrditev, kot navedeno zgoraj, v roku 7 delovnih dni od dneva nastopa te spremembe. Neizpolnjevanja pogoja s strani izbranega ponudnika je razlog za vnovčenje zavarovanja - Garancija za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti.

Upoštevajo se reference ponudnika/vodilnega ponudnika, ponudnikov in podizvajalcev.

DOKAZ: Izpolnjen Obrazec št. 6: Strokovna ekipa, Izpolnjen Obrazec št. 7: Potrdilo reference s strani posameznih naročnikov.

III. NAVODILA ZA IZDELAVO ELEKTRONSKE PONUDBE

Ponudba mora biti podana na obrazcih iz prilog te dokumentacije ali na po vsebini in obliki enakih obrazcih, izdelanih s strani ponudnika. Vsi dokumenti morajo biti izpolnjeni in posredovani skladno z navodili na obrazcu ali navodili v razpisni dokumentaciji.

Ponudba mora vsebovati vse spodaj navedene ustrezno izpolnjene obrazce in druge zahtevane dokumente:

1. Obrazec št 1: Ponudba
2. Obrazec št. 2: Seznam gospodarskih subjektov, ki sodelujejo v ponudbi (v primeru skupne ponudbe, ponudbe s podizvajalci ali ponudbe z uporabo zmogljivosti drugih subjektov)
3. Obrazec št. 3: Zavarovanje za resnost ponudbe (*skeniran original kavcijskega zavarovanja za resnost ponudbe, podpisan s strani pooblaščenih podpisnikov zavarovalnice, ali skeniran original bančne garancije za resnost ponudbe, podpisan s strani pooblaščenih podpisnikov banke*)
4. Obrazec št. 4: Zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti - vzorec (*na vsaki strani parafiran*)
5. Obrazec št. 5: Izjava o lastniških razmerjih
6. Obrazec št. 6: Strokovna ekipa ponudnika in referenčni projekti
7. Obrazec št. 7: Potrdilo reference s strani posameznih naročnikov
8. Obrazec št. 8: Ponudbeni predračun (*v .pdf formatu*)
9. Priloga obrazcu št. 8: izpolnjena xls tabela
10. Obrazec št. 9: Zahteva podizvajalca za neposredno plačilo / Izjava podizvajalca, da neposrednega plačila ne zahteva (*v primeru ponudbe s podizvajalci*)
11. Obrazec št. 10: Izjava o številu zaposlenih
12. Obrazec št. 11: Vzorec pogodbe (*na vsaki strani parafiran*)
13. Obrazec št. 12: Soglasje za pridobitev potrdila iz kazenske evidence za pravne osebe
14. Obrazec št. 13: Soglasje za pridobitev potrdila iz kazenske evidence za fizične osebe (zakonite zastopnike)
15. Obrazec št. 14: Izjava o nativnih govorcih - prevajalcih
16. Obrazec št. 15: ESPD (*za vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi javnega naročila*).

Ponudnik mora pri pripravi ponudbe in izpolnjevanju obrazcev upoštevati tudi navodila, ki so navedena na posameznem obrazcu. Odsotnost zgornjih zahtev ne pomeni neposrednega razloga za zavrnitev ponudbe, pač pa lahko v okviru ZJN-3 naročnik ponudnika pozove na odpravo teh pomanjkljivosti. Naročnik bo upošteval tudi takšno ponudbo, v kolikor bodo iz nje izhajale vse opredeljene vsebinske zahteve in vsi zahtevani dokumenti in bo ponudba vsaj v bistvenih delih podpisana s strani pooblaščenega osebe ponudnika.

Oddaja ponudbene dokumentacije:

Ponudnik ponudbeno dokumentacijo odda na način, da po registraciji oziroma prijavi v sistem eJN na naslovu: <https://ejn.gov.si/eJN2> pri predmetnem javnem naročilu izbere opcijo »Sodeluj na javnem naročilu«, s čimer se odpre stran za pripravo ponudbe.

Obrazec št. 8: PONUDBENI PREDRAČUN:

Ponudnik v razdelek »Predračun« naloži izključno *.pdf obliko Obrazca 8 - Ponudbeni predračun, ki bo

dostopen na javnem odpiranju ponudb. Prilogo k obrazcu št. 8 (izpolnjeno xls tabelo) ponudnik predloži v razdelek »Druge priloge«.

Obrazec št. 15: ESPD:

Ponudnik, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo, naloži svoj ESPD v razdelek "Druge priloge", ESPD ostalih sodelujočih pa naloži v razdelek »ESPD – ostali sodelujoči«. Ponudnik, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo, lahko naloži podpisan ESPD v *.pdf. obliki ali pa ga zgolj naloži pri čemer bo podpisan hkrati s podpisom ponudbe. Tudi če ponudnik naloži že podpisan ESPD v *.pdf. obliki, bo ta hkrati s podpisom ponudbe podpisan še enkrat.

Za ostale sodelujoče ponudnik v razdelek »ESPD – ostali sodelujoči« priloži podpisane ESPD v *.pdf. obliki.

DRUGI DOKUMENTI:

Ponudnik v razdelek »Druge priloge« naloži vse preostale zahtevane dokumente v *.pdf formatu, lahko pa tudi v poljubnem drugem formatu, npr. v *.jpg, ali *.tif formatu.

Sistem e-JN omogoča naložitev datotek v velikosti posameznega dokumenta do 100 MB in v skupni velikosti vseh dokumentov največ 150 MB. Po vnosu podatkov in dokumentov, podatke in dokumentacijo shrani v sistemu in jo odda s kvalificiranim elektronskim podpisom. Podrobna navodila v zvezi z načinom priprave in oddaje ponudbe so navedena v Navodilih za uporabo e-JN, ki so objavljena na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si/eJN2>.

Naročnik si pridržuje pravico, da pozove ponudnike, da dopolnijo ali pojasnijo predložena potrdila.

IV. TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA

1. Ključna izhodišča javnega naročila

Vizija slovenskega turizma se glasi: »Slovenija je globalna, zelena, butična destinacija za zahtevnega obiskovalca, ki išče raznolika in aktivna doživetja, notranji mir in osebne koristi«. Za namen promocije Slovenije kot destinacije s ponudbo za zahtevnega obiskovalca želi Slovenska turistična organizacija (STO) nagovoriti potencialne obiskovalce na trgih Nemčije, Avstrije in Švice, ki svojega dopusta ne rezervirajo na podlagi kriterija najnižje cene, temveč so za to, da dopust preživijo v skladu s svojimi pričakovanji, pripravljeni plačati več, kot so povprečni izdatki, ki jih sicer turisti teh držav porabijo na dopustovanju v evropskih državah.

Naročnik pri tem zasleduje dva ključna cilja:

1. Povečanje prepoznavnosti Slovenije kot turistične destinacije pod znamko I feel Slovenia (t.i. *awareness*) pri t.i. HVT (high value traveler) segmentu in
2. navdihovanje in motiviranje ciljnih segmentov za obisk Slovenije (t.i. *consideration*) v obdobjih zunaj visoke poletne sezone (pomlad, jesen, zima).
3. Na vseh treh trgih okrepiti prepoznavnost (*awareness*) Slovenije kot destinacije za odkrivanje vrhunske gastronomije in spoznavanje kulture, na trgih Švice in Nemčije pa intenzivneje graditi tudi na prepoznavnosti Slovenije kot *wellness* destinacije, medtem ko je treba v Avstriji, kjer je Slovenija že dobro prepoznana kot *wellness* destinacija, za ta segment več narediti na fazi *consideration*.

Podporni cilj kampanje je, da bi bila Slovenija, poleg tega, da je prepoznana kot izjemna zelena destinacija, bolj prepoznana tudi po njeni kulturi in umetnosti, bogati gastronomski ponudbi ter ponudbi *wellness* storitev.

2. Ciljne skupine in ciljanje

Iz ključnih ugotovitev raziskave z naslovom Raziskava o potovalnih navadah *High value traveler* (HVT) segmenta, ki jo je za naročnika opravilo podjetje Valicon, sledijo tudi nekatere pomembne ugotovitve, ki jih mora izbrani izvajalec upoštevati tako pri pripravi oglasov, briefingov za medije kot pri pripravi vsebin in mediaplana:

• AVSTRIJA

- Med HVT segmentom v Avstriji prevladujejo posamezniki in pari, saj kar 68 % tega segmenta živi v gospodinjstvu z enim ali dvema članoma, kar je 13% več od tistih, ki potujejo (grejo vsaj enkrat letno na dopust ali kratek oddih v tujino, za vsaj 3 dni oz. najmanj 2 noči).
- Med vrstami destinacij HVT pogosteje od ostalih izbirajo **wellness oz. spa**, kar povezujejo tudi s Slovenijo.
- Potrošnja denarja na dopustih in potovanjih je večinoma preiščena. Pri hrani in sami izbiri destinacije je večji delež tistih, ki se ne ozirajo na denar, kot pri ostali potrošnji (za prevoze, nastanitve).
- Večina (86%) organizirajo dopust ali potovanje individualno, v lastni režiji - online in tudi neposredno pri ponudnikih.
- Razen poletnega dopusta raje izbirajo termine izven glavne sezone, ker je bolj mirno, so bolj prijetne temperature in dostopne cene.
- Od aktivnosti, ki jih iščejo na dopustu ali potovanju, najbolj izstopajo **gastronomski užitki, ogledovanje starih mestnih jeder in spoznavanje lokalnega načina življenja**. Prav tako pa bolj od ostalih Avstrijcev, ki potujejo, izražajo zanimanje za **obisk vinske kleti**.
- Pri izbiri hrane se ne ozirajo na denar, pri ostalih storitvah iščejo najboljšo vrednost za denar. Potrošnja na dopustih in potovanjih je večinoma preiščena, tako kot pri ostalih, ki potujejo.
- Eden od pomembnejših motivov, ki tudi pozitivno izstopajogleda na ostale Avstrijce, ki potujejo, je **spoznavanje novega in uživanje v dobri hrani te rpijači**. Gre za segment, ki je odprt za nepoznane in zanje še neodkrite destinacije.
- **Potencial** za obisk Slovenije je znotraj HVT segmenta v Avstriji **večji od potenciala med vsemi Avstrijci**, ki potujejo. 21% HVT bi v prihodnje izbrali Slovenijo z namenom turističnega obiska ali bi že opravljen turistični obisk v Sloveniji ponovili.
- HVT segment Slovenijo vidi kot državo, ki **pridobiva na priljubljenosti**. Najbolj izrazit element podobe, ki tako izrazito velja le še za Madžarsko (med merjenimi državami), je **wellness in zdraviliška ponudba**, kar pa HVT iz Avstrije išče, ko zbirajo destinacije za potovanja ali dopust.
- Dnevno spremljajo **različne medije** in tudi do tri ure na dan preživijo na **družbenih omrežjih**. Ko iščejo informacije v zvezi z dopustom ali potovanjem, pomembno vlogo igrajo **pretekle izkušnje, priporočila prijateljev ali družinskih članov**, prav tako pa tudi **tudi potopisne oddaje na TV in literatura**.

• NEMČIJA

- Pri nemških HVT še vedno pa prevladuje segment 'aktivnih praznih gnezd' –to je starejših ljudi, ki nimajo otrok ali so otroci že odrasli (teh je 30%, a je ta skupina močno zastopana tudi znotraj skupine tistih, ki potujejo, kjer je le-teh 25%).
- Čeprav HVT iz Nemčije Slovenijo vidijo predvsem kot destinacijo za raziskovalce in avanturistične počitnice, se je smiselno orientirati tudi na **Urbane potrošnike**, saj Slovenijo percipirajo kot destinacijo, ki pridobiva na priljubljenosti.

- Delež **Lepotnih razvajencev** v Nemčiji predstavlja 387.000 Nemcev. Pri njih je potrebno dvigniti prepoznavnost Slovenije kot destinacije, ki jo povezujejo z wellnessom in zdraviliško ponudbo.
- Pri izbiri destinacije in hrane se v največji meri ne ozirajo na denar, pri ostalem iščejo najboljšo vrednost za denar. Potrošnja na dopustih in potovanjih je večinoma preiščljena. Za dražjo vrhunsko kulinariko so pripravljeni plačati več, če je postrežba vrhunska in ob tem dobijo tudi posebno doživetje (predstavo, presenečenje ...).
- Potencial tistih, ki imajo Slovenijo v izbiri ali bi jo ponovno obiskali se ne razlikuje bistveno od potenciala Slovenije pri ostalih Nemcih, ki potujejo. Zaradi velikosti trga pa je, v primerjavi s potencialoma med avstrijskimi in švicarskimi HVT, nemški HVT več kot enkrat večji od avstrijskega in skoraj štirikrat večji od švicarskega HVT.
- Med vrstami destinacij HVT pogosteje od ostalih izbirajo mesta, predvsem kulturno-zgodovinska središča.
- Od aktivnosti, ki jih iščejo na dopustu ali potovanju, najbolj izstopajo gastronomski užitki, ogledovanje glavnih znamenitosti in spoznavanje lokalnega načina življenja.
- Raje potujejo v lastni režiji, redkeje s turističnimi agencijami (specializiranimi za tematska potovanja ali zelo oddaljene destinacije) in izven glavne sezone (bolj spomladi in jeseni).
- Eden od pomembnejših motivov, ki tudi pozitivno izstopajo glede na ostale Nemce, ki potujejo, je uživanje v dobri hrani in pijači ter preživljanje časa s partnerjem.
- Gre za segment, ki je odprt za nove in nepoznane destinacije, drugačne od masovnega turizma, s čimer povezujejo tudi Slovenijo.

- **ŠVICA**

- Med HVT segmentom v Švici prevladujejo posamezniki in pari, saj kar 70 % tega segmenta živi v gospodinjstvu z enim ali dvema članoma, kar je 14% več od tistih, ki potujejo (grejo vsaj enkrat letno na dopust ali kratek oddih v tujino, za vsaj 3 dnioz. najmanj 2 noči).
- Med vrstami destinacij HVT pogosteje od ostalih izbirajo mesta, predvsem kulturno-zgodovinska središča in wellness oz. spa.
- Od aktivnosti, ki jih iščejo na dopustu ali potovanju, najbolj izstopajo gastronomski užitki in ogledovanje starih mestnih jeder. Prav tako pa bolj od ostalih Švicarjev, ki potujejo, izražajo zanimanje za zgodovino in gradove, obisk vinske kleti in wellness. Pri njih je potrebno okrepiti percepcijo o Sloveniji kot o wellness destinaciji.
- Pri izbiri aktivnosti in hrane se ne ozirajo na denar, pri ostalem iščejo najboljšo vrednost za denar. Potrošnja na dopustih in potovanjih je večinoma preiščljena.
- Raje potujejo v lastni režiji (v naprej rezervirajo online), redkeje s turističnimi agencijami in izven glavne sezone (bolj spomladi in jeseni).
- Eden od pomembnejših motivov, ki tudi pozitivno izstopajo glede na ostale Švicarje, ki potujejo, je uživanje v dobri hrani in pijači. Skoraj tako pomembno je spoznavanje **novoga**. Gre za segment, ki je odprt za nepoznane in zanje še neodkrite destinacije in dopust ali potovanje vidijo kot možnost za oddih, sprostitvev in počitek.
- Potencial za obisk Slovenije je znotraj HVT segmenta v Švici večji od potenciala med vsemi Švicarji, ki potujejo. 8% HVT bi v prihodnje izbrali Slovenijo z namenom turističnega obiska ali bi že opravljen turistični obisk v Sloveniji ponovili.
- HVT segment Slovenijo vidi kot državo, ki pridobiva na priljubljenosti. Najbolj izrazit element podobe, ki velja v tolikšni meri le še za Slovaško (med merjenimi državami), je to, da je Slovenija kot turistična destinacija drugačna od množičnega turizma, kar pa HVT segment išče, ko zbirajo destinacije za potovanja ali dopust. Poleg tega je Slovenija percipirana tudi kot destinacija za raziskovalce in

avanturistične počitnice. Močne so tudi asociacije, povezane zlepo naravo, kar pa je tudi eden pomembnejših motivov za obisk turističnih destinacij pri HVT segmentu. HVT segment je treba bolje seznaniti s turistično ponudbo v Sloveniji.

- Dnevno spremljajo različne medije in tudi do dve uri na dan preživijo na družbenih omrežjih. Ko iščejo informacije v zvezi z dopustom ali potovanjem, pomembno vlogo igrajo priporočila prijateljev ali družinskih članov, prav tako pa tudi članki na spletu.

- Več kot polovica rezervira namestitve in prevoze online (neposredno pri ponudnikih in na Booking.com), v naprej pa rezervirajo tudi bolj obiskane znamenitosti in aktivnosti (do 3 mesece v naprej). Glavne spodbude za obisk destinacij so dobre pretekle izkušnje in možnost obiska v vseh letnih časih.

2.1. Segmenti in demografija ciljnih skupin

Za namen izvedbe te kampanje so v splošnem primarne ciljne skupine naročnika pari in posamezniki:

- **Lifestyle gostje:** iščejo pristnost na način "live like a local", užitek (kulinarika, potrošnja, doživetje), pomembna jim je raznovrstna izkušnja. Gre za bolj ekstrovertirane, družabne persone, zanje je značilen širok spekter zanimanj: od manjših mest in prestolnic, drugih turističnih krajev ter naravnih znamenitosti. Zanimajo se tudi za točke in dogodke, ki nudijo družabna doživetja. Pri tej skupini person so priložnosti v avtentičnih namestitvah in turah „po poteh domačinov“, v manj znanih turističnih znamenitostih ter pristnih lokalnih (kulinaričnih, umetniških, kulturnih) zanimivostih. V tej skupini znotraj te kampanje nagovarjamo pare in posameznike. Ključne persone slovenskega turizma, ki sodijo v ta segment so družabni foodiji, urbani potrošniki.

- **Wellbeing gostje:** Pari in večno mladi (50+) iščejo pobeg od napornega vsakdana, želijo nekaj narediti za svoje zdravje, obenem pa želijo doživeti nekaj novega, pomemben element pri preživljanju dopusta pa so jim tudi kulinarčni užitki. Pri tej skupini person so priložnosti v digital-detox programih, lokalnih specialitetah, bazenih s termalno vodo, selfness programih, v glavnih turističnih znamenitostih in programih za vitalnost telesa. V tej skupini znotraj te kampanje nagovarjamo pare in posameznike. Ključne persone slovenskega turizma, ki sodijo v ta segment, so večno mladi, lepotni razvajenci, sproščeni eskapisti.

Naročnik zahteva, da na vseh kanalih, kjer je možno in v skladu s ponudbami, izbrani izvajalec cilja skupine v starostnem segmentu od 35-64 let, izjema je zaradi specifičnosti demografije uporabnikov (večji delež mlajše publike) le kanal Instagram, na katerem bo, v primeru, da bo komunikacija prek tega kanala potekala, izbrani izvajalec ciljal uporabnike v starosti od 24-34 let z enim pristopom v komunikaciji in ločeno uporabnike v starosti od 35-64 let z drugim pristopom v komunikaciji. Oba pristopa bo skladno s cilji oblikoval izbrani izvajalec, naročnik pa ju mora pred implementacijo v oglase potrditi. Naročnik zahteva, da je vsebina oglasov in kreativ prilagojena demografskim in segmentnim skupinam.

Bolj natančne informacije o personah ciljnih skupin slovenskega turizma in identifikaciji tržnega potenciala so na voljo na sledeči povezavi:

https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/sto157_person_e_ciljnih_skupin_slo_turizm_a.pdf

2.2. Geolokacija in jezik ciljnih skupin

Izbrani izvajalec bo na vseh kanalih, kjer je možno ciljanje po geolokaciji, ciljaj uporabnike v državah, ki so navedene spodaj. Kjer kanali omogočajo natančnejše ciljanje po geolokacijah, bo izbrani izvajalec namesto celotnih držav obvezno upošteval ciljanje po t.i. mikrolokacijah (mesta, okolica mest, območja v državah), kot sledi:

- **AVSTRIJA**

Dunaj + 60 km okolica (sosednje države je treba iz ciljanja izključiti)

- **NEMČIJA**

Sever: Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Spodnja Saška, Schleswig-Holstein. **Zahod:** Severno Porenje-Vestfalija. **Center:** Hessen, Porenje-Pfalško, Saarland, Saška, Saška-Anhalt, Turingija. **Jug:** Baden-Württemberg, Bavarska.

- **ŠVICA**

Kjer bo možno, bo moral izbrani izvajalec kot jezik ciljne skupine izbrati jezik nemščina. Za vključitev dodatnih lokacij, ki bodo morali biti v skladu s cilji kampanje, bo moral izbrani ponudnik pridobiti odobritev s strani naročnika.

Za vključitev dodatnih geolokacij, ki bodo morale biti v skladu s cilji kampanje, bo moral izbrani ponudnik pridobiti odobritev s strani naročnika.

2.3. Podrobno ciljanje

Izbrani ponudnik bo na kanalih, kjer je to omogočeno, poleg demografskega in geolokacijskega ciljanja uporabil tudi podrobno ciljanje:

- **Facebook in Instagram ciljanje na ciljne skupine;** ciljanje glede na interese, ciljanje glede na navade, ciljanje podobnih ciljnih skupin, ciljanje skupin po meri. Vir:

<https://www.facebook.com/business/products/ads/ad-targeting>

Naročnik je preveril, kateri interesi in katere potovalne spletne strani so najbolj relevantne na posameznem trgu in jih je mogoče uporabiti pri ciljanju na interese. Izbrani izvajalec bo ta seznam uporabil pri podrobnem ciljanju na interese (detailed targeting):

- Avstrija: tripadvisor, booking.com, travel, expedia
- Nemčija: booking.com, expedia, tripadvisor
- Švica: tripadvisor, booking.com, travel

Za vključitev dodatnih interesov, ki bodo morali biti v skladu s cilji kampanje, bo moral izbrani ponudnik pridobiti odobritev s strani naročnika.

3. Promocija spletnih vsebin

Izbrani izvajalec bo z izvedbo javnega naročila zagotavljal konkretno promocijo naslednjih spletnih vsebin:

- Promocijo pristajalne strani *wellbeing* in pristajalne strani *lifestyle* v nemškem jeziku (glede na vsebino e-oglasa) na strani slovenia.info ter dodatne podstrani portala, če bodo v spletnih advertorialih dodatne povezave;
- Družbene medije naročnika:
 - www.slovenia.info/facebook,
 - www.slovenia.info/instagram, v kolikor se bo oglaševanje na tem kanalu izvajalo.

Povezljivost oglasov do omenjenih spletnih povezav je del produkcijskega procesa naročnika. Da bodo vsebine na omenjenih spletnih povezavah primerne za promocijo, je odgovornost naročnika.

Povezave v oglasih in UTM povezave bo za namene te vrste promocije zagotovil izbrani ponudnik.

Oglasi v sklopu digitalne kampanje se promovirajo glede na različne medije, različno po posameznih državah in so podrobneje opredeljene xls tabeli priloga obrazca št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN, razpisne dokumentacije tega javnega naročila.

4. Terminski načrt izvedbe javnega naročila

Izbrani izvajalec bo po podpisu pogodbe za izvedbo tega javnega naročila imel na voljo do 8 dni za pripravo popolnega medijskega načrta, ki bo zajemal:

- okvirni finančni načrt medijskega zakupa za celotno trajanje digitalne kampanje, po vrsti medijskega zakupa in po posamezni državi ter načrtom doseganja ciljev. Pri pripravi tega načrta bo izbrani izvajalec upošteval, da bo kampanja potekala v oktobru in novembru 2019 in, da bo moral sredstva med dvema mesecema karseda enakomerno porazdeliti.
- podroben finančni in medijski načrt, s konkretno načrtovanim ciljnim dosegom za prvi val oglaševanja, po posameznih medijih in po posamezni državi.

Prvi dan oglaševanja bo 1. oktober 2019. Edini advertorial, ki je lahko objavljen zunaj terminskega okvira obeh valov oglaševanja (29.09.2019 ali 1.12. 2019) je Magazine 110 % v okviru ponudbe Die Presse.

Naročnik bo takoj po podpisu pogodbe organiziral usklajevalni sestanek strokovnih predstavnikov pogodbenega partnerja, kjer bo predstavil svojo strokovno ekipo in uskladal z izbranim ponudnikom podrobnosti glede izvedbe javnega naročila vnaprej, za celoten potek Fokusirane večkanalne kampanje DACH. Izbrani ponudnik bo predstavil način koordinacije kampanje in spremljanja kampanje s podprto tehnologijo. Pogodbeni partnerji tudi uskladijo končno verzijo vmesnega sukcesivnega in zaključnega poročila, prvi je kot vzorec (ang. draft) priložen v Prilogi 3 te razpisne dokumentacije.

Trajanje Fokusirane večkanalne kampanje DACH v vseh omenjenih državah je do vključno 30.11.2019 in bo potekalo v dveh oglaševalskih valih. Prvi val bo potekal v mesecu oktobru, drugi val pa v mesecu novembru.

5. Cilji javnega naročila

Cilji, ki jih mora realizirati izbrani izvajalec v času trajanja Fokusirane večkanalne kampanje, so naslednji:

5.1 Cilji iz naslova medijskega zakupa na TV, v tiskanih medijih in na spletnih portalih

Realizacije vseh elementov iz ponudb, ki se nahajajo na [tej povezavi](#). Strnjeno:

NEMČIJA:

- ZDF: 25 prikazov 20-sekundnih oglasov skladno z mediaplanom po priloženi ponudbi
- Spiegel Print: celostranski advertorial, ki ga napiše medij
- Lufthansa Exclusive: 28-stranska knjižica v 300.000 izvodih (vsebuje tudi 4 oglase) skladno s ponudbo
- Suddeutsche Zeitung: celostranski advertorial, ki ga napiše medij
- Content Garden: izvedba skladno s ponudbo

AVSTRIJA:

- ORF2: 39 prikazov 20-sekundnih video oglasov skladno z mediaplanom po priloženi ponudbi
- DiePresse: 5 x celostranski advertorial, vse napiše medij, 2 x online advertorial, online elementi (Stories, FB, oglasi) skladno s ponudbo. V ocenjeno vrednost je v xls tabeli vključena tudi ocena vrednosti za študijsko turo fotograf in novinar.
- KleineZeitung: 2x 4/1 (8 strani advertorialov, vse spiše medij) + 6x online advertoriali, vse spiše medij + online elementi in oglasi skladno s ponudbo.
- Wienerin + Diva: 2/1 + 1/1 + 2 x online advertorial, vse spiše medij + online elementi in oglasi skladno s ponudbo.
- ReiseAktuell: 4x celostranski advertorial, ki ga napiše medij, skladno s ponudbo.
- Content Garden: izvedba skladno s ponudbo

ŠVICA

- SRF1: 124 prikazov 20-sekundnih TV oglasov skladno s ponudbo.
- SonntagsZeitung: dvostranski advertorial v tisku, ki ga spiše medij, in oglasi skladno s ponudbo.
- NZZ Friday Edition: 2 x dvostranski advertorial, ki ga napiše medij.
- NZZ Stil: 2 x celostranski advertorial, ki ga napiše medij.
- Content Garden: izvedba skladno s ponudbo

5.2 Cilji iz naslova Facebook oglaševanja

- Doseg vsaj 1.000.000 uporabnikov Nemčiji.
- Doseg vsaj 550.000 uporabnikov Avstriji.
- Doseg vsaj 500.000 uporabnikov v Švici.

V. PREDMET 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. Dejanski medijski zakup
- B. Agencijske storitve, potrebne za pripravo in izvedbo predmeta javnega naročila.

A. DEJANSKI MEDIJSKI ZAKUP

Zakup oglasnega prostora zajema vse oglasne formate po posameznih medijih, predvidene v v tem javnem naročilu, v vseh državah, kjer bo potekala kampanja, vključujoč:

- Zakup oglasnega prostora na spletnih portalih, v tiskanih medijih, na mreži Content Garden in na televiziji.
- Zakup oglasnega prostora na družbenih omrežjih Facebook in Instagram (v kolikor se bo oglaševanja na Instagramu izvajalo)
Natančnejši opisi oglasnih formatov za družbena omrežja in tehnična specifikacija se nahaja na naslednjih spletnih mestih:
 - Facebook oglasi: <https://www.facebook.com/business/ads-guide>
 - Instagram oglaševanje: Slikovni oglasi in Stories oglasi:
<https://www.facebook.com/business/ads-guide/video/instagram-feed>. in
<https://www.facebook.com/business/ads-guide/video/instagram-story>.

a.) Zakup oglasnega prostora na TV kanalih, v tiskanih medijih in na spletnih portalih medijev

Naročnik je s strani izbranih medijev že pridobil ponudbe, ki so dostopne na [tej povezavi](#). V vsaki od držav, kjer je predviden vsebinski zakup, so predvideni advertoriali oziroma v primeru Lufthanse knjižica, napisani s strani medija v jeziku ciljne države. Naročnik je najvišjo ceno za tv oglaševanje in za vsebinske pakete že predvidel v xls tabeli Priloga k obrazcu št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN v stolpcu Maksimalna cena v € (brez DDV) tega javnega naročila. Ponudnik mora zagotoviti objavo v ponudbah določenega števila advertorialov/knjižice v obliki, kot je določeno v ponudbah ter TV oglaševanje skladno s ponudbami in mediaplani. Predviden je tudi zakup na portalih prek mreže Content Garden, ki ponuja edinstveno mrežo medijev z izjemnimi dosegi. Naročnik mora realizirati vse elemente ponudbe Content Garden.

b.) Zakup oglasnega prostora na družbenih omrežjih Facebook in Instagram

FACEBOOK

Oglaševanje na kanalu Facebook bo potekalo v vseh treh državah oglaševanja. Oglasi bodo servirani v newsfeed.

Naročnik je z namenom doseganja ciljnih skupin na kanalu Facebook predvidel investicijo v zakup za ta kanal v višini 27.359,25 evrov brez DDV.

Izbrani ponudnik bo moral s temi sredstvi doseči cilje, ki se v poglavju IV. TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA pod točko 5. Cilji javnega naročila, ki se nanašajo na kanal Facebook in porazdelitev finančnih sredstev po trgih, kot izhaja iz xls tabele Priloga k obrazcu št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN. V Avstriji bo izbrani izvajalec pri nastavitvah uporabil cilj (objective) Traffic, v

Nemčiji in Švici pa cilj (objective) Brand Awareness.

Izbrani izvajalec bo moral pripraviti vsaj 20 carousel in vsaj 3 video oglase, ki jih bo uporabil v vseh državah oglaševanja. Oglasi bodo vodili na pristajalne strani segmentov *wellbeing* in *lifestyle* v okviru www.slovenia.info, ki jih bo pripravil naročnik. Oglasne kreative bodo odslikavale pristajalno stran (primer: Carousel oglasi, ki bodo vodili na pristajalno stran wellbeing, bodo vsebovali oglasne kreative za segment wellbeing).

V kolikor bo izbrani ponudnik sredstva za medijski zakup in serviranje porabil pred dosegom ciljev, bo moral z zakupom in serviranjem nadaljevati brez dodatnih stroškov za naročnika, do dosega zastavljenih ciljev, medtem ko bo, če bo cilje dosegel pred porabo vseh sredstev, nadaljeval s serviranjem in optimizacijo. Naročnik bo izbranemu izvajalcu plačal le sredstva po porabi, ki jo bo preverjal direktno v oglaševalskem računu, do katerega bo imel dostop, vendar največ do zneska, določenega v xls tabeli Priloga k obrazcu št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN.

INSTAGRAM

Oglaševanje na kanalu Instagram bo potekalo, če bo skladno z xls tabelo Priloga k obrazcu št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN ob ponudbi v stolpcu Ponudnikova cena nastala razlika med ocenjeno vrednostjo za zakup oglasov, investicijo v Facebook oglaševanje in ceno za agencijske storitve ter ponujeno vrednostjo za dejanski zakup oglasov, investicijo v Facebook oglaševanje in ceno za agencijske storitve. Razliko bo na ravni vsake države izbrani ponudnik enakomerno razdelil med investicijo v Stories in Image oglase s ciljem povečanja dosega in vpletenosti na tem kanalu. Pri tem bo moral upoštevati ciljne skupine ter ciljanje, opisano v tem javnem naročilu.

Naročnik bo izbranemu izvajalcu plačal le sredstva po porabi, ki jo bo preverjal direktno v oglaševalskem računu, do katerega bo imel dostop, vendar največ do zneska, skladnega z oddano ponudbo.

Vsi oglasi morajo biti pred začetkom oglaševanja potrjeni s strani naročnika.

B. AGENCIJSKE STORITVE

Aktivnosti, zajete v storitve oglaševalske agencije, vključujejo:

- a.) celovita idejna vsebinska zasnova kampanje in nagovora ciljnih skupin z upoštevanjem vseh v javnem naročilu opisanih lastnosti ciljnih skupin in trgov in z upoštevanjem, da se promovirata segmenta *wellbeing* (wellness storitve) in *lifestyle* (gastronomija, mesta in kultura). Oblikovanje oglasov, nastavitve in tehnično serviranje oglasov, prevajanje, usklajevanje z mediji in optimiziranje oglasov. Pripravo besedil, prevode, lekturo, izbor foto in video gradiva ter pripravo oglasov;
- b.) izdelava optimalnega medijskega plana po posameznih ciljnih trgih, skladno z oddano ponudbo in cilji javnega naročila;
- c.) spremljanje in koordinacijo, organizacijo in izvedbo vseh aktivnosti z vsakim zakupljenim medijem za pravočasno oddajo gradiva mediju, v produkcijo za tisk, za spletno objavo oziroma za TV oglaševanje;
- d.) priprava poročil.

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 objavo/oglaševanje. Naročnik bo omogočil izvajalcu dostop do mediateke STO, kjer lahko izvajalec črpa fotografsko in 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. Prevode in lekturo besedil pa morajo izvesti naravni govorniki, ki so specializirani za prevajanje in zagotavljajo vrhunske prevode v nemški jezik, na način, da prevod ne bo zgolj tehničen ampak zapisan pomensko na način, kot bi ga zapisal naravni govorec.

Obvezna je predstavitev Slovenije in slovenske turistične ponudbe s poenoteno grafično podobo.

Predlagana idejno vsebinska 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](#)))
- Komunikacijsko platformo MY WAY (priročnik [TUKAJ](#))

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

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 15.12.2019, 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, pogodbeno vrednost, termimska 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 izvornika publikacije, kjer so oglasi/članke objavljeni in jih preda naročniku za arhiv, ob oddaji poročila.

Pri izvedbi zgoraj omenjenih aktivnosti mora izvajalec obvezno upoštevati tudi vsa določila, opisana v predhodnem poglavju: IV. TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA.

a.) Idejna zasnova

Izbrani izvajalec bo moral za namen izvedbe kampanje pripraviti idejno zasnovo, skladno s točko IV. TEMELJNA IZHODIŠČA in CGP-jem [komunikacijske platforme](#), nagovorov za vsakega od kanalov (TV, družbeni mediji, tisk), segmentov (lifestyle, wellbeing) in ciljnih skupin (skladno s poglavjem IV. TEMELJNA IZHODIŠČA, točko 2. Ciljne skupine). Idejna zasnova, ki jo bo izbrani izvajalec naročniku predstavil v ustrezni ppt obliki, bo morala zajemati:

- Nagovor kampanje in prilagoditve nagovora glede na starost in glede na to, kateri segment se oglašuje (naročnik zahteva, da se nagovori prilagodijo glede na to, ali se nagovarja starostno skupino 24-35 ali 36-64. To velja predvsem za Instagram, kjer bo v primeru oglaševanja zajeta starostna skupina 24-64.)
- Predstavitev, kako se komunikacija po različnih kanalih dopolnjuje po točkah stika z uporabnikom.
- Predlog umestitve obeh oglaševanih tematik in sezon po kanalih oglaševanja/medijih.

Vsi oglasi, ki jih prejme naročnik v pregled, morajo biti v slovenskem ali angleškem jeziku, po potrditvi pa mora izbrani izvajalec zagotoviti prevod v nemški jezik s strani nativnega govornika. Izvedbeno oblikovanje različnih oblik oglaševanja zajema oblikovanje in optimizacijo:

1. **Videi za TV oglaševanje:** naročnik bo izbranemu izvajalcu dostavil različne kratke videe, ki jih bo moral izvajalec na podlagi potrjene idejne zasnove in CGP komunikacijske platforme zmontirati v 3 x 20-sekundne video oglase. Naročnik zahteva, da za oglase priskrbi ustrezno glasbeno podlago in pravice za njeno uporabo, nagovore, voice over nativnega govornika, po potrebi (oceni naročnik) barvno korekcijo, opremo z napisi. Izvoz motaž mora biti v master obliki in v obliki, ki jo zahtevajo ponudniki oglasnega prostora na izbranih televizijskih kanalih. Tematika videov bo *lifestyle* (gastronomija, mesta in kultura) in *wellbeing* (wellness storitve). Oglašuje se obisk Slovenije zunaj glavne poletne sezone, katere sezone bodo odslikavali videi pa bo z izbranim izvajalcem glede na pokritje obeh tematik z oglasi v kampanji dorekel naročnik. Naročnik je za izdelavo v okviru ocenjene vrednosti za agencijske storitve predvidel tudi strošek za nakup kakovostne glasbene podlage v vrednosti 500 € na video. Cene je primerjal na knjižnicah kot je <https://audiojungle.net/>. Naročnik zahteva odkup kakovostne glasbene podlage za vsakega od videov.
2. **Videi za oglaševanje na družbenih omrežjih:** naročnik bo izbranemu izvajalcu dostavil različne kratke videe, ki jih bo moral izvajalec na podlagi potrjene idejne zasnove in CGP komunikacijske platforme zmontirati v 3 x 20-sekundne video oglase. Naročnik zahteva, da za oglase priskrbi ustrezno glasbeno podlago in pravice za njeno uporabo, nagovore, barvno korekcijo, opremo z napisi. Izvoz motaž mora biti v master obliki in v obliki, ustrezni za predvajanje na družbenih medijih (Facebook, Youtube ...). Tematika videov bo *lifestyle* (gastronomija, mesta in kultura) in *wellbeing* (wellness storitve). Oglašuje se obisk Slovenije zunaj glavne poletne sezone, katere sezone bodo odslikavali videi pa bo z izbranim izvajalcem glede na pokritje obeh tematik z oglasi v kampanji dorekel naročnik. Videi, pripravljene za družbene medije, se morajo oblikovati z mislijo na mobile first (manjši ekran) in se od TV video oglasov razlikovati tudi po sledečem:
 - Bližini posnetka: bolj fokusirani izrezi
 - Hitrejši tempo
 - Močnejši kontrasti
 - Večji napisi
 - Začetek z najbolj udarnim kadrom

- Začetek z logotipom
 - Podnapisi in/ali napisi, ki prenesejo želeno sporočilo tudi ob predvajanju videa brez zvoka
3. **Facebook carousel oglasi:** Izbrani izvajalec bo za vsako od tematik oglaševanja (lifestyle in wellbeing) pripravil po 10 carousel oglasov z različnimi nagovori, ki bodo skladni s CGP naročnikove komunikacijske platforme in idejno zasnovo kampanje.
 4. **Instagram image in stories oglasi:** Izbrani izvajalec bo za vsako od tematik oglaševanja pripravil po 10 image oglasov in po 3 story oglase z različnimi nagovori, ki bodo skladni s CGP naročnikove komunikacijske platforme in idejno zasnovo kampanje.

Vsi oglasi na družbenih medijih morajo biti, kjer je to možno, poimenovani tudi opisno, in sicer tako, da je iz poimenovanja razvidno: za kateri format oglasa gre, za kateri ciljni trg, katera sezona se promovira, kaj je tematika promocije, iz katerega kraja je kreativa.

Primer:

CAROUSEL_FB_DE-AUSTRIA_WELLBEING_čatež_zima

Za vse oglase velja, da jih bo moral izbrani izvajalec uredniško pregledati - glede na ključna izhodišča kampanje, preveriti povezave in jih stestirati ter pripraviti na podlagi tehničnih specifikacij in jih posredovati na medij. Priprava kreativnih oglasov bo potekala skladno z medijskim načrtom, strategijo in optimizacijo digitalne kampanje. Priprava, izvedba in distribucija vseh vsebin, besedil in oglasov, potrebnih za izvedbo kampanje, po izdelani kreativni zasnovi, zajema:

- Oblikovanje in produkcijo izbranih formatov oglasov za medijski načrt v zahtevanih jezikih;
- Priprava tekstovnih vsebin in sloganov v zahtevanih jezikih;
- Izbor fotografij za optimizacijo kampanje ali za pripravo oglasnih kreativ za vse potrebne formate oglasov;
- Priprava tako imenovanih captions ali podnapisov za video oglaševanje, v ustreznih jezikih;
- Priprava materialov za oglaševanje na izbranih spletnih medijih in usklajevanje s ponudniki vsebinskih paketov;
- Usklajevanje PR vsebin in video produkcije: izvajalec pravočasno in skladno z medijskim planom uskladi z naročnikom teme vsebinskih člankov in video gradiv. Izvajalec predlaga kreative, ki ustrezajo tematiki in zahtevam medija, ki jih mora naročnik potrditi. Članke – vse spišejo mediji - v angleškem ali slovenskem jeziku izvajalec pred objavo posreduje naročniku, da ima naročnik dovolj časa za pregled in pripombe (najmanj 2 dni). Izvajalec morebitne pripombe naročnika uskladi z medijem in popravljeno različico pošlje naročniku v potrditev. Članek gre lahko v objavo šele, ko ga naročnik potrdi.

Vsi stroški prevodov in lekture prevajalca, ki je naravni govorec, t.i. native speaker, so strošek izvajalca. Ponudnik poda izjavo, da bodo na prevodih delali prevajalci – nativni govorniki (Obrazec št. 14).

Za izvedbo kampanje izbrani izvajalec črpa VES fotografski material iz Mediateke naročnika, za katere ima naročnik pridobljene vse materialne avtorske pravice. Naročnik izvajalcu lahko pošlje dodatne materiale, ki jih ponudnik lahko uporabi. Izbrane fotografije za pripravo oglasov predlaga izbrani

izvajalec naročniku, le-ta pa jih potrdi preden se pripravi oglas za produkcijo. Izbrani izvajalec mora zagotoviti primerna grafična orodja za obdelavo teh fotografij in videov z namenom izvedbenega oblikovanja ter končne produkcije oglasa. Celoten strošek oblikovanja in produkcije oglasov po tehničnih specifikacijah medija je na strani izbranega izvajalca.

Da bodo vsebine na omenjenih spletnih povezavah primerne za promocijo, je odgovornost naročnika. Izbrani izvajalec je odgovoren za implementacijo kreativne rešitve in najoptimalnejšo, maksimalno učinkovito ter napredno promocijo preko zahetvanega medijskega zakupa v sklopu kampanje.

Ponudnik mora spremljanje odzivov uporabnikov na družbenih omrežjih, kjer se vrši oglaševanje, izvesti v okviru vrednosti tega javnega naročila. V tem primeru bo izbrani ponudnik prevzel so-skrbnništvo (so-uredništvo) vsebin na Facebook strani Feel Slovenia in Instagram FeelSlovenia, kjer spremlja in se odziva na vso komunikacijo, ki bo potekala, v nemškem jeziku. Podrobneje to zajema spremljanje vseh objav in komentarjev na distribuirane oglase ter njihovo spremljanje, odzivanje in odgovarjanje na te komentarje (v najkrajšem možnem času - dogovor), v jeziku, v katerem uporabniki izvajajo akcije in nagovor. Prav tako mora so-skrbnik (na strani izbranega izvajalca) zbirati in izpostaviti tiste komentarje v mesečnem sukcesivnem poročilu, ki so bili v časovnem obdobju enega meseca najpogosteje uporabljeni. Naročnik bo zagotovil aktivno in vzajemno sodelovanje lastnih skrbnikov teh medijev ter nudil vsebinsko pomoč, usmeritve in priporočila do izbranega izvajalca, s ciljem čim kvalitetnejše korespondence z uporabniki teh družabnih omrežij.

b.) Izdelava optimalnega medijskega načrta

Izbrani izvajalec pripravi skladno s poglavjem IV. TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA, točko 4. Terminski načrt izvedbe javnega naročila medijski načrt za dva vala. Prvi val bo zajemal ves mesec oktober, drugi val pa ves mesec november. Za vsak oglaševalski val mora izbrani izvajalec v okviru sukcesivnega medijskega načrta, ponuditi oglaševanje kot sledi:

Televizijsko oglaševanje, oglaševanje v tiskanih medijih, oglaševanje na družbenih omrežjih. Oglasi morajo biti z mediji pravočasno vsebinsko in vizualno usklajeni ter posredovani naročniku v potrditev pred oglaševanjem. V obdobju oglaševanja morajo biti zajeti vsi mediji po posamezni državi, ki jih je določil naročnik.

c.) Spremljanje in koordinacija, organizacija

Izbrani izvajalec bo moral zagotoviti stalno spremljanje učinkovitosti Fokusirane večkanalne kampanje DACH in jo na družbenih omrežjih prilagajati glede na rezultate merjenja in zastavljene cilje, zagotoviti pa mora primerjavo istih metrik učinkovitosti v vseh državah, kjer bo tako oglaševanje potekalo. Naročnik bo izvajanje optimizacije preverjal v računu, do katerega bo imel dostop. Izbrani izvajalec bo moral oglase za vsak format, ki bodo po kriteriju CPM odstopali od treh z najboljšimi rezultati po tem kriteriju, optimizirati s ciljem doseganja CPM-jev najboljših oglasov.

Primerjava uspešnosti digitalnega zakupa med državami mora biti zagotovljena, in sicer se zahteva mesečno merjenje vseh spodaj v alinejah navedenih metrik. Izvajalec mora tudi v orodju za poročanje pripraviti mesečna sukcesivna poročila, ki bodo vključevala družbena omrežja in ostale kanale oglaševanja po posameznih državah. Posamezne komponente poročil bo določil naročnik.

Vsak oglasni format, ki vodi na spletni portal naročnika, mora biti označen z Google UTM parametri, ki omogočajo sledenje v spletni analitiki Google Analytics in v izbranem orodju za poročanje. Izvajalec je dolžan poleg vsakega medijskega načrta posredovati naročniku tudi seznam vseh povezav (linkov) označenih z Google UTM parametri.

Ponudnik mora naročniku oziroma s strani naročnika pooblaščenemu izvajalcu omogočati dostop z geslom in uporabniškim imenom do ažurnih statistik oglaševalskega računa družbenih omrežij prek ločenega računa za celotno obdobje trajanja kampanje vsak dan, 24 ur na dan. Na ta način si naročnik pridržuje pravico do vpogleda v aktualno statistiko in s tem ohranja nadzor nad celotno kampanjo. Ponudnik bo na ta način tudi spremljal, ali je bil v družbena omrežja investiran znesek, kot je predviden s tabelo xsl Priloga k obrazcu predračuna. Ponudnik mora za namene Facebook in Instagram oglaševanja ustvariti nov uporabniški račun v oglasnem sistemu Facebook/Instagram in naročniku dodeliti tako vlogo, da bo imel vpogled v vse za te kanale zahtevane metrike. Tega uporabniškega računa ne sme koristiti za oglaševanje drugih naročnikov. Ponudnik bo po koncu trajanja pogodbe naročniku dodelil status administrator in navedeni uporabniški račun v celoti predal naročniku v uporabo.

V 20 dneh po zaključku kampanje bo izbrani ponudnik svoje podatke o kreditnih karticah ali drugih sredstvih plačil odstranil, naročniku pa dodelil dostop do računa na ravni administratorja.

Zbrani podatki oglasnih strežnikov in oglaševalskih platform se smatrajo kot poslovna skrivnost in jih izbrani izvajalec ne sme razkriti tretjim osebam brez soglasja naročnika.

V primeru oglaševanja na družbenih medijih mora biti kampanja nastavljena na način, da lahko naročnik spremlja naslednje kriterije (prilagojeno glede na cilj in tip oglaševanja- image ali video) na posameznem družbenem mediju:

- Ime kampanje.
- Trajanje kampanje.
- Oglasni format.
- Realizirano število prikazov oglasa za vsak izbrani oglasni format.
- Realizirano število edinstvenih prikazov oglasa za vsak izbrani oglasni format.
- Realizirano število outbound klikov na oglas za vsak izbrani oglasni format.
- Realizirano število link klikov na oglas za vsak izbrani oglasni format.
- Realizirano število edinstvenih klikov na oglas za vsak izbrani oglasni format.
- Realizirano razmerje med prikazi in kliki (CTR) za vsak izbrani oglasni format.
- Realizirano število všečkov, delitev, komentarjev za vse oglasne formate.
- Realizirani prikazi/ogledi videoposnetkov.
- Razmerje med prikazi in kliki videoposnetka.
- Doseg uporabnikov.
- Ad-recall

- Poraba sredstev po državah.

Izbrani izvajalec mora omogočiti izvoz podatkov kampanij v enem od spodnjih formatov:

- xls/xlsx in/ali
- pdf.

Izbrani izvajalec, v primeru skupne ponudbe pa nosilec posla, bo odgovoren za koordinacijo med podizvajalci ali partnerji v skupni ponudbi in med naročnikom. Odgovoren bo tudi za koordinacijo od naročnika do končnih ponudnikov izvajanja marketinških aktivnosti, preko svoje projektne vodje.

Izbrani izvajalec oz. nosilec posla v primeru skupne ponudbe, mora v času izvajanja projekta zagotoviti projektne vodje, ki vodi projekt Fokusirane večkanalne kampanje DACH, na strani izbranega izvajalca in preko katerega bo potekala večina operativne komunikacije med izvajalcem in naročnikom oz. določi enega člana ekipe za poenoteno komunikacijo.

Naročnik si pridržuje pravico, da zahteva spremembo člana strokovne ekipe na strani izbranega izvajalca v primeru, da se izkaže, da je v času izvajanja tega javnega naročila posamezen član strokovne ekipe evidentno nesposoben oz., da je zagrešil resno profesionalno napako, ali da je očitno nezdržljiv s člani projekta na strani naročnika oz. ima tovrstno sodelovanje za posledico nekvalitetno izvedbo predmetnega javnega naročila.

Naročnik je v tem primeru dolžan o tem pisno obvestiti izvajalca ter mu navesti dejstva, na podlagi katerih je prišel do ocene o evidentni nesposobnosti oz. na podlagi katerih ocenjuje, da je posamezen strokovnjak zagrešil resno profesionalno napako ali da je očitno nezdržljiv s člani projekta na strani naročnika. Stranki sporazumno določita primeren rok, v katerem mora izvajalec odpraviti zatrjevana odstopanja pri posameznem strokovnjaku oz. v katerem mora odpraviti posledice zatrjevanih odstopanj. V kolikor izbrani izvajalec odstopanj v danem roku ne odpravi se šteje, da je naročnik z dnem izteka dogovorjenega roka sodelovanje tega strokovnjaka izvajalca pri implementaciji odpovedal s takojšnjim učinkovanjem in ga mora izvajalec takoj zamenjati.

d.) Priprava poročil

Izbrani ponudnik bo naročniku dolžan v času trajanja kampanje posredovati poročilo po vsakem opravljenem oglaševalskem valu.

Prvo mesesečno poročilo zajema terminsko obdobje od 1. oktobra do 31. oktobra 2019, drugo poročilo pa termin od 1. novembra 2019 do 30. novembra 2019 in mora zajemati najmanj spodaj naštetih indikatorje učinkovitosti (KPI-je) oziroma vključevati sledeče vsebine in dosežene rezultate po državah:

Planirano in realizirano število objav/prikazov/TV oglasov oglasov na izbranih medijih in število branj.

Planirano in realizirano število prikazov oglasov pri določeni frekvenci.

Planirano in realizirano število video ogledov.

Realiziran doseg.

Število klikov in RPK (razmerje med prikazi in kliki).

Neto cena CPM/CPC/CPV.

Planiran in realiziran proračun porabe v mesecu ter jasno prikazana razlika med planirano in realizirano porabo v posameznem oglaševalskem valu.

V primeru Facebook/Instagram/ bo poročilo oglaševanja izbranega izvajalca dopolnjeno z naslednjimi metrikami:

Planirano in realizirano število prikazov oglasov (impressions).

Število video ogledov.

Planirano število link in outbound klikov.

Realizirano število link in outbound klikov.

Razmerje med prikazi in link kliki.

Število všečkov in število novih všečkov za celotno stran.

Število t.i. Actions (všečki, delitve in komentarji na objave).

Doseg oglaševanja.

Vsa poročila morajo biti v elektronski obliki (v elektronski so lahko predloženi na digitalnem nosilcu) vsebovati še:

Prikazni ekran (print-screen-e) vseh spletnih elementov uporabljenih v kampanji. Print screen-i morajo zajemati celoten screen od naslovne vrstice internet brskalnika do opravilne vrstice računalnika, ki prikazuje uro in datum pripravljenega print-screen-a.

Priporočila za optimizacijo oglaševanja v prihodnjem obdobju in ovrednotene učinke.

Prikaz preseženih/nedoseženih prikazov oglasov, dosega ali klikov in vrednost le-tega presežka/nedosega. V kolikor število realiziranih prikazov oglasa, dosega ali klikov odstopa od planiranih navzdol (underdelivery) mora izbrani izvajalec o tem obvestiti naročnika in razliko pokriti najkasneje do dejanskega zaključka Fokusirane večkanalne kampanje DACH.

MEDIJSKO NAČRTOVANJE: Naročnik pričakuje predstavitev medijskega načrta naslednjega oglaševalskega vala s strani vodje projekta na strani izbranega izvajalca, do 5 delovnih dni pred začetkom oglaševalskega vala. Pri čemer za ustrezno optimizacijo kampanje uporabi vmesne (meta) podatke o uspešnosti izvedbe kampanje, s katerimi razpolaga do trenutka priprave medijskega načrta, na podlagi dejanskih rezultatov merjenih kot opredeljeno zgoraj. Medijski načrt potrdi naročnik najpozneje 3 delovne dni pred izvedbo dejanskega oglaševanja oz. medijskim zakupom. Medijski načrt bo moral biti pripravljen skladno s celotno predvidenimi finančnimi sredstvi in porazdelitvijo sredstev po državah.

REZULTATI IN POROČANJE: Naročnik pričakuje osebno predstavitev rezultatov na sedežu naročnika, v pregledni ppt obliki (ppt podlago bo posredoval naročnik), s strani vodje projekta na strani izbranega

izvajalca, po izvedenem posamičnem valu oglaševanja, ob vnaprej dogovorjenem dnevu in v rokih, ki so predvideni za oddajo posamičnega poročila.

Predstavitev medijskega načrta in (meta) rezultate kampanje predstavi izvajalec tudi osebno, na sedežu naročnika, v slovenskem jeziku.

Naročnik zahteva, da izbrani izvajalec po zaključku izvajanja kampanje, najpozneje pa do 12. decembra 2019 naročniku predloži tudi zaključno poročilo Fokusirane večkanalne kampanje DACH.

Podrobneje mora zaključno poročilo vsebovati vse parametre iz sukcesivnih poročil ter zaključno mnenje o uspešnosti kampanje po posameznih poročilih in sklepno mnenje, kot sledi:

1. glavne podatke o izvedenem javnem naročilu (naziv, št. pogodbe, pogodbena vrednost, termimska 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.

Vsa poročila v pisni obliki morajo biti izdelana v slovenskem jeziku, razen tabelaričnega dela že vnaprej predvidenih sukcesivnih poročil, ki so pripravljena poenoteno v angleškem jeziku (zaradi ustrezne poenotene mednarodne terminologije).

Za namen nadaljnje diseminacije končnih rezultatov projekta mora pripraviti izbrani izvajalec krajšo PPT različico rezultatov projekta - maks. 20 prosojnic (v slovenskem in angleškem jeziku). Vsebino dorečeta naročnik in izbrani izvajalec naknadno. Zaključno predstavitev doseženih rezultatov projekta opravi izbrani izvajalec osebno, na sedežu naročnika, v vnaprej dogovorjenem obsegu in terminu.

Naročnik pričakuje s strani izbranega izvajalca aktivno sodelovanje na vseh sestankih, kjer bo izvajalec Fokusirane večkanalne kampanje DACH predstavil nov medijski načrt in/ali predstavil poročilo o doseženih rezultatih. Prav tako se od izbranega izvajalca zahteva podrobnejša interpretacija rezultatov tekočih poročil in zaključnega poročila - zahteva se kvalitetna strokovna interpretacija za vsako poročilo, v slovenskem jeziku.

VI. OBRAZCI ZA PRIPRAVO PONUDBE

Obrazec št. 1: PONUDBA

Na osnovi javnega naročila št. JNV-0015/2019-S-POG-STO po odprtem postopku, za »Fokusirano večkanalno kampanjo DACH« dajemo ponudbo, kot sledi (ustrezno obkrožiti):

- a) Samostojna ponudba, kot samostojen ponudnik;
- b) Skupna ponudba, pri čemer smo vodilni partner;
- c) Ponudba s podizvajalci, kot samostojen ponudnik s podizvajalci;
- d) Ponudba z uporabo zmogljivosti drugih subjektov.

1. PODATKI PONUDNIKA

POLNI NAZIV IN FIRMA PONUDNIKA:	
NASLOV PONUDNIKA:	
KONTAKTNA OSEBA:	
ELEKTRONSKI NASLOV KONTAKTNE OSEBE:	
TELEFON:	
TELEFAX:	
IDENTIFIKACIJSKA ŠTEVILKA ZA DDV:	
MATIČNA ŠTEVILKA:	
ŠT. TRANSAKCIJSKEGA RAČUNA IN BANKA:	
ODGOVORNA OSEBA ZA PODPIS POGODBE (z navedbo funkcije):	
ZAKONITI ZASTOPNIKI PONUDNIKA:	

Kraj in datum: _____

Ponudnik: _____

Žig:

Podpis:

2. IZJAVA

Spodaj podpisani, <zastopnik / pooblaščenec> ponudnika <in vsakod partnerjev v skupni ponudbi>, ki se prijavlja na javno naročilo z oznako JNV-0015/2019-S-POG-STO izjavljam, da smo seznanjeni s pogoji, merili za oddajo javnega naročila, tehničnimi specifikacijami in ostalo vsebino dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila za zgoraj navedeno javno naročilo ter se z njimi v celoti strinjamo in jih sprejemamo, brez kakršnihkoli omejitev.

Če bomo izbrani za izvedbo javnega naročila:

- bomo javno naročilo izvajali strokovno in kvalitetno po pravilih stroke, v skladu z veljavnimi predpisi, tehničnimi navodili, priporočili in normativi,
- bomo javno naročilo izvajali s strokovno usposobljenimi sodelavci oziroma kadrom in pri tem upoštevali vse zahteve varstva pri delu in delovne zakonodaje, veljavne na ozemlju Republike Slovenije.

Izjavljamo, da:

- smo ob izdelavi ponudbe pregledali celotno dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila,
- smo v celoti seznanjeni z obsegom in zahtevnostjo javnega naročila,
- ne bomo imeli do naročnika kakršnegakoli odškodninskega zahtevka, če ne bomo izbrani za izvedbo javnega naročila,
- smo podali resnične oz. verodostojne izjave,
- soglašamo, da lahko naročnik popravi računske napake v primeru, da jih odkrije pri pregledu in ocenjevanju ponudb. Pri tem se količina in cena na enoto brez DDV ne smeta spreminjati,
- soglašamo, da lahko naročnik popravi računske napake zaradi nepravilne vnaprej določene matematične operacije s strani naročnika v primeru, da jih ugotovi pri pregledu in ocenjevanju ponudb. Naročnik popravi računsko napako tako, da ob upoštevanju cen na enoto brez DDV in količin, ki jih ponudi ponudnik, izračuna vrednost ponudbe z upoštevanjem pravilne matematične operacije.
- soglašamo, da lahko naročnik napačno zapisano stopnjo DDV popravi v pravilno.

Kraj in datum ter podpis:

Datum in kraj:

Žig in podpis ponudnika:

Obrazec št. 2: SEZNAM GOSPODARSKIH SUBJEKTOV, KI SODELUJEJO V PONUDBI

Ponudnik v primeru skupne ponudbe izpolni spodnjo tabelo:

	Partner 1	Partner 2	Partner 3
Naziv partnerja			
Naslov			
Davčna številka			
Matična številka			
Številka TRR			
Zakoniti zastopnik			
Del javnega naročila, ki ga namerava izvesti			

Ponudnik v primeru ponudbe s podizvajalci izpolni spodnjo tabelo:

	Podizvajalec 1	Podizvajalec 2	Podizvajalec 3
Naziv podizvajalca			
Naslov			
Davčna številka			
Matična številka			
Številka TRR			
Zakoniti zastopnik			
Vrednost del javnega naročila, ki ga namerava izvesti v % ali v EUR			
Vrsta del, ki jih bo izvedel podizvajalec			
Zahteva za neposredno plačilo (DA/NE)			

Ponudnik v primeru ponudbe z uporabo zmogljivosti drugih subjektov izpolni spodnjo tabelo:

	Drug subjekt 1	Drug subjekt 2	Drug subjekt 3
Naziv drugega subjekta			
Naslov			
Davčna številka			
Matična številka			
Zakoniti zastopnik			
Navedba zmogljivosti, ki jih bo uporabil ponudnik: (ekonomski in finančni položaj / tehnična ali strokovna sposobnost)			

Kraj in datum: _____

Ponudnik: _____

Žig:

Podpis:

Navodilo za izpolnjevanje: V primeru, da v ponudbi sodeluje več partnerjev, podizvajalcev ali drugih subjektov, je potrebno obrazec kopirati.

Obrazec št. 3: OBRAZEC ZA ZAVAROVANJE ZA RESNOST PONUDBE (VZOREC)

Glava s podatki o garantu (zavarovalnici/banki) ali SWIFT-ključ

Za: (vpiše se upravičenca tj. izvajalca postopka javnega naročanja)

Datum: (vpiše se datum izdaje)

VRSTA ZAVAROVANJA: (vpiše se vrsta zavarovanja: kavcijsko zavarovanje/bančna garancija)

ŠTEVILKA: (vpiše se številka zavarovanja)

GARANT: (vpiše se ime in naslov zavarovalnice/banke v kraju izdaje)

NAROČNIK: (vpišeta se ime in naslov naročnika zavarovanja, tj. kandidata oziroma ponudnika v postopku javnega naročanja)

UPRAVIČENEC: (vpiše se izvajalec postopka javnega naročanja)

OSNOVNI POSEL: obveznost naročnika zavarovanja iz njegove ponudbe, predložene v postopku javnega naročanja št. (vpiše se številka objave oziroma interne oznake postopka oddaje javnega naročila), katerega predmet je (vpiše se predmet javnega naročila).

ZNESEK V EUR: (vpiše se najvišji znesek s številko in besedo)

LISTINE, KI JIH JE POLEG IZJAVE TREBA PRILOŽITI ZAHTEVI ZA PLAČILO IN SE IZRECNO ZAHTEVAJO V SPODNJEM BESEDILU: (nobena/navede se listina)

JEZIK V ZAHTEVANIH LISTINAH: slovenski

v papirni obliki s priporočeno pošto ali katerikoli obliko hitre pošte ali osebno ali v elektronski obliki po SWIFT sistemu na naslov (navede se SWIFT naslova garanta)

KRAJ PREDLOŽITVE: (garant vpiše naslov podružnice, kjer se opravi predložitev papirnih listin, ali elektronski naslov za predložitev v elektronski obliki, kot na primer garantov SWIFT naslov)

Ne glede na naslov podružnice, ki jo je vpisal garant, se predložitev papirnih listin lahko opravi v katerikoli podružnici garanta na območju Republike Slovenije.

ROK VELJAVNOSTI: DD. MM. LLLL (vpiše se datum veljavnosti, ki je zahtevan v razpisni dokumentaciji za oddajo predmetnega javnega naročila ali v obvestilu o naročilu)

STRANKA, KI MORA PLAČATI STROŠKE: (vpiše se ime naročnika zavarovanja, tj. kandidata oziroma ponudnika v postopku javnega naročanja)

Kot garant se s tem zavarovanjem nepreklicno zavezuje, da bomo upravičencu izplačali katerikoli

znesek do višine zneska zavarovanja, ko upravičenec predloži ustrezno zahtevo za plačilo v zgoraj navedeni obliki predložitve, podpisano s strani pooblaščenega(-ih) podpisnika(-ov), skupaj z drugimi listinami, če so zgoraj naštete, ter v vsakem primeru skupaj z izjavo upravičenca, ki je bodisi vključena v samo besedilo zahteve za plačilo bodisi na ločeni podpisani listini, ki je priložena zahtevi za plačilo ali se nanjo sklicuje, in v kateri je navedeno, v kakšnem smislu naročnik zavarovanja ni izpolnil svojih obveznosti iz osnovnega posla.

Zavarovanje se lahko unovči iz naslednjih razlogov, ki morajo biti navedeni v izjavi upravičenca oziroma zahtevi za plačilo:

1. naročnik zavarovanja je umaknil ponudbo po poteku roka za prejem ponudb ali nedopustno spremenil ponudbo v času njene veljavnosti; ali
2. izbrani naročnik zavarovanja na poziv upravičenca ni podpisal pogodbe; ali
3. izbrani naročnik zavarovanja ni predložil zavarovanja za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti v skladu s pogoji naročila.

Katerokoli zahtevo za plačilo po tem zavarovanju moramo prejeti na datum veljavnosti zavarovanja ali pred njim v zgoraj navedenem kraju predložitve.

Morebitne spore v zvezi s tem zavarovanjem rešuje stvarno pristojno sodišče v Ljubljani po slovenskem pravu.

garant
(žig in podpis)

Obrazec št. 4: ZAVAROVANJE ZA DOBRO IZVEDBO POGODBENIH OBVEZNOSTI (VZOREC)

Glava s podatki o garantu (zavarovalnici/banki) ali SWIFT ključ

Za: (vpiše se upravičenca tj. izvajalca postopka javnega naročanja)

Datum: (vpiše se datum izdaje)

VRSTA ZAVAROVANJA: (vpiše se vrsta zavarovanja: kavcijsko zavarovanje/bančna garancija)

ŠTEVILKA: (vpiše se številka zavarovanja)

GARANT: (vpiše se ime in naslov zavarovalnice/banke v kraju izdaje)

NAROČNIK: (vpišeta se ime in naslov naročnika zavarovanja, tj. kandidata oziroma ponudnika v postopku javnega naročanja)

UPRAVIČENEC: (vpiše se izvajalec postopka javnega naročanja)

OSNOVNI POSEL: obveznost naročnika zavarovanja iz njegove ponudbe, predložene v postopku javnega naročanja št. (vpiše se številka objave oziroma interne oznake postopka oddaje javnega naročila), katerega predmet je (vpiše se predmet javnega naročila).

ZNESEK V EUR: (vpiše se najvišji znesek s številko in besedo)

LISTINE, KI JIH JE POLEG IZJAVE TREBA PRILOŽITI ZAHTEVI ZA PLAČILO IN SE IZRECNO ZAHTEVAJO V SPODNJEM BESEDILU: (nobena/navede se listina)

JEZIK V ZAHTEVANIH LISTINAH: slovenski

v papirni obliki s priporočeno pošto ali katerokoli obliko hitre pošte ali osebno ali v elektronski obliki po SWIFT sistemu na naslov (navede se SWIFT naslova garanta)

KRAJ PREDLOŽITVE: (garant vpiše naslov podružnice, kjer se opravi predložitev papirnih listin, ali elektronski naslov za predložitev v elektronski obliki, kot na primer garantov SWIFT naslov)
Ne glede na naslov podružnice, ki jo je vpisal garant, se predložitev papirnih listin lahko opravi v katerikoli podružnici garanta na območju Republike Slovenije.

ROK VELJAVNOSTI: DD. MM. LLLL (vpiše se datum veljavnosti, ki je zahtevan v razpisni dokumentaciji za oddajo predmetnega javnega naročila ali v obvestilu o naročilu)

STRANKA, KIMORA PLAČATISTROŠKE: (vpiše se ime naročnika zavarovanja, tj. kandidata oziroma ponudnika v postopku javnega naročanja)

Kot garant se s tem zavarovanjem nepreklicno zavezujemo, da bomo upravičencu izplačali katerikoli znesek do višine zneska zavarovanja, ko upravičenec predloži ustrezno zahtevo za plačilo v zgoraj navedeni obliki predložitve, podpisano s strani pooblaščenega(-ih) podpisnika(-ov), skupaj z drugimi listinami, če so zgoraj naštet, ter v vsakem primeru skupaj z izjavo upravičenca, ki je bodisi vključena v samo besedilo zahteve za plačilo bodisi na ločeni podpisani listini, ki je priložena zahtevi za plačilo ali se nanjo sklicuje, in v kateri je navedeno, v kakšnem smislu naročnik zavarovanja ni izpolnil svojih obveznosti iz osnovnega posla.

Katerokoli zahtevo za plačilo po tem zavarovanju moramo prejeti na datum veljavnosti zavarovanja ali pred njim v zgoraj navedenem kraju predložitve.

Morebitne spore v zvezi s tem zavarovanjem rešuje stvarno pristojno sodišče v Ljubljani po slovenskem pravu.

garant
(žig in podpis)

Obrazec št. 5: IZJAVA O LASTNIŠKIH RAZMERJIH

Zaradi zagotovitve transparentnosti posla in preprečitve korupcijskih tveganj pri sklepanju poslov v skladu s 6. odstavkom 14. člena ZintPK (Uradni list RS, št. 45/10, 26/11 in 43/11) ter 6. odstavkom 91. člena ZJN-3, kot zakoniti zastopnik ponudnika (samostojni ponudnik/vsak partner v skupni ponudbi) v postopku oddaje naročila št. JNV-0015/2019-S-POG-STO za »Izvedbo fotografskih storitev in storitev video produkcije« podajam naslednjo

IZJAVA O UDELEŽBI FIZIČNIH IN PRAVNIH OSEB V LASTNIŠTVU PONUDNIKA

PODATKI O PONUDNIKU:

Opomba: vpisati podatke o pravni osebi zasebnega ali javnega prava, fizični osebi – samostojnem podjetniku posamezniku, društvu, združenju, ...

(naziv in naslov ponudnika)

(matična številka)

(davčna številka)

UDELEŽBA FIZIČNIH IN PRAVNIH OSEB V LASTNIŠTVU PONUDNIKA

Opomba: vpisati je potrebno naslednje podatke o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika:

- za fizične osebe: ime in priimek, naslov prebivališča in delež lastništva;
- za pravne osebe: naziv in naslov pravne osebe in delež lastništva.

Podatke je potrebno vpisati za vse udeležene v lastništvu, ne glede na delež lastništva. V kolikor je oseb v lastništvu ponudnika več, dodajte vrstice v tabeli, če obrazec izpolnjujete v elektronski obliki oziroma jih priložite izjavi v obliki seznama z vsemi potrebnimi podatki.

	IME IN PRIIMEK/ NAZIV PRAVNE OSEBE	NASLOV PREBIVALIŠČA/ SEDEŽ PRAVNE OSEBE	DELEŽ LASTNIŠTVA
1.			
2.			

POVEZANE DRUŽBE

Opomba: v primeru, da so s ponudnikom povezane družbe, za katere se glede na določbe zakona, ki ureja gospodarske družbe, šteje, da so povezane družbe s ponudnikom, ponudnik izpolni spodnjo tabelo z naslednjimi podatki:

- naziv in naslov povezane družbe,
- vrsta povezave in/ali delež lastništva.

Podatke je potrebno vpisati za vse s ponudnikom povezane družbe.

	NAZIV POVEZANE DRUŽBE	NASLOV POVEZANE DRUŽBE	VRSTA POVEZAVE/ DELEŽ LASTNIŠTVA
1.			
2.			

IZJAVA, DA NI POVEZANIH DRUŽB

Opomba: v primeru, da povezanih družb s ponudnikom ni, ponudnik poda naslednjo izjavo:

Izjavljamo, da s ponudnikom (naziv in naslov ponudnika) _____

ni povezanih družb, za katere se glede na določbe zakona, ki ureja gospodarske družbe, šteje, da so povezane.

S podpisom te Izjave o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika jamčimo za točnost in resničnost podatkov ter za podano izjavo prevzemamo polno odgovornost. Seznanjeni smo z določbo ZintPK, ki določa, da je pogodba v primeru lažne izjave ali neresničnih podatkov o dejstvih v izjavi nična.

Datum in kraj:

Žig in podpis zakonitega zastopnika:

Obrazec št. 6: STROKOVNA EKIPA PONUDNIKA IN REFERENČNI PROJEKTI

Ponudnik: _____

Ponudnik izpolni Obrazec št. 6 skladno s poglavjem II. POGOJI ZA UDELEŽBO, točko 2. Pogoji za sodelovanje P11.

Izjavljamo, da ima naša strokovna ekipa znanja in izkušnje na področju vodenja in izvedbe digitalne medijske strategije v mednarodnem okolju, kar dodatno dokazujemo tudi s potrdili referenc s strani posameznih naročnikov - izdajateljev referenc, ki jamčijo, da so bili posli uspešno izvedeni. Naša strokovna ekipa za izvedbo tega javnega naročila je sestavljena iz 6 strokovnjakov, kot navedeno spodaj.

Ponudnik navede spodaj v tabelah le tiste projekte medijskega zakupa in izvedbenega oblikovanja, za katere bo predložil tudi potrdila referenc **s strani posameznih naročnikov - izdajateljev referenc!**

1. PROJEKTNI VODJA

Ime in priimek: _____

E-mail, telefon strokovnjaka: _____

Strokovnjak ima najmanj 5 let delovnih izkušenj pri vodenju mednarodnih projektov medijskih digitalnih strategij, s funkcijo vodje projekta zadnjih 5 let, od dneva oddaje ponudbe na to javno naročilo, od tega en projekt izveden v zadnjih 3 letih v

vrednosti nad 0,5 mio evrov brez DDV. Navede ga med 5 referenčnih projektov zadnjih 5 let.

Zap. št. reference	Naziv projekta in vrednost medijskega zakupa v evrov brez DDV:	Naziv naročnika:	Obdobje izvajanja storitve:
1.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		
2.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		
3.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		
4.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		
5.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		

2. STROKOVNJAK ZA VODENJE KAMPANJ NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

Ime in priimek: _____

E-mail, telefon strokovnjaka: _____

Strokovnjak ima najmanj 3 strokovne reference za medijsko planiranje, upravljanje in optimizacijo kampanj na družbenih omrežjih v zadnjih 3 letih, od tega en projekt izveden v zadnjih 3 letih od dneva oddaje ponudbe na to javno naročilo, v vrednosti nad 50.000 evrov brez DDV in 1 projekt v vrednosti nad 10.000 evrov brez DDV.

Zap. št. reference	Naziv projekta in vrednost medijskega zakupa v evrov brez DDV:	Naziv naročnika:	Obdobje izvajanja storitve:
1.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		
2.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		
3.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		

--	--	--	--

3. STROKOVNJAK ZA IZVEDBO KREATIVNIH OBLIKOVALSKIH REŠITEV (ART DIREKTOR)

Ime in priimek: _____

E-mail, telefon strokovnjaka: _____

Strokovne reference strokovnjaka izkazujemo s tremi referenčnimi projekti **s področja inovativnih kreativnih rešitev v okviru oglaševalskih projektov** zadnjih 5 let od dneva oddaje ponudbe na to javno naročilo, od tega en izveden projekt digitalne marketinške kampanje v vrednosti nad 50.000 evrov brez DDV.

Zap. št. reference	Naziv projekta in vrednost medijskega zakupa v evrov brez DDV:	Kratek opis ali povezava	Obdobje izvajanja storitve:
1.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		
2.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		
3.	<i>Vrednost v evrov brez DDV:</i>		

4. STROKOVNJAK ZA TEKSTOPISIJE (VODILNI TEKSTOPISEC)

Ime in priimek: _____

E-mail, telefon strokovnjaka: _____

Strokovne reference strokovnjaka izkazujemo s tremi referenčnimi projekti **strokovnjaka pri izvedbi inovativnih kreativnih rešitev v okviru oglaševalskih projektov** zadnjih 3 let od dneva oddaje tega javnega naročila.

Zap. št. reference	Naziv projekta	Kratek opis ali povezava	Obdobje izvajanja storitve:
1.			

2.			
3.			

Ponudnik se obveže, da bodo vsi s tem obrazcem predvideni člani strokovne ekipe **obvezno prisotni** na uvodnem in zaključnem sestanku z naročnikom in **vsaj 2 člani od 4 članov obvezno na vsakem obdobjem sestanku, po zaključku posameznega vala.**

V primeru, da se med trajanjem pogodbe spremeni kadrovska sestava strokovne ekipe, bo ponudnik zagotovil neprekinjeno kadrovsko sestavo strokovne ekipe s kadri, ki ustrezajo zahtevanim pogojem iz razpisne dokumentacije. Izkazovanje pogojev za novega člana strokovne ekipe bo ponudnik, predložil naročniku v potrditev.

Naročnik si pridržuje pravico, da reference preveri in da zahteva spremembo člana strokovne ekipe v primeru, da se izkaže, da je v času trajanja javnega naročila posamezen član strokovne ekipe evidentno nesposoben oz., da je zagrešil resno profesionalno napako, ali da je očitno nezdržljiv s člani projekta na strani naročnika oz. ima tovrstno sodelovanje za posledico nekvalitetno izvedbo predmetnega javnega naročila.

** OPOMBA: Naročnik želi, da poteka večina komunikacije s strani izbranega izvajalca preko ene osebe (projektni vodja na strani izvajalca). Kljub temu morajo biti naročniku na voljo zgoraj navedeni strokovnjaki, da jih lahko kontaktira ali vključi v reševanje problematike skupaj s projektnim vodjem. Zato morajo biti navedeni tudi ostali kontakti strokovnjakov (e-mail in telefon), ki bodo omogočili odziv posameznega strokovnjaka najkasneje v 24 urah, ob pogoju, da so kontaktirani ob delovnikih.*

Kraj in datum: _____ Ponudnik: _____

Žig:

Podpis: _____

Obrazec št. 7: POTRDILO REFERENCE S STRANI POSAMEZNIH NAROČNIKOV

Pod kazensko in materialno odgovornostjo izjavljamo, da so spodaj navedeni podatki o referenčnih delih resnični. Na podlagi poziva bomo naročniku v zahtevanem roku predložili dodatna dokazila o uspešni izvedbi navedenih referenčnih del oziroma uspešno izvedenih poslov ponudnika, če bo le ta želel preveriti resničnost navedb o izvedenih referenčnih delih.

Izvajalec (ponudnik, ki kandidira na to javno naročilo):	
Strokovnjak ponudnika (ime in priimek):	
Naročnik del (izdajatelj reference):	
Naslov naročnika:	
Kontaktna oseba naročnika:	
Telefonska številka kontaktne osebe naročnika:	
Datum in leto izvedbe posla:	
Kraj, država izvedbe posla:	
Opis izvedenih del izvajalca za katerega se izdaja referenca:	
Obkrožite ustrezno vrsto storitev strokovnjaka, za katerega izdajate potrdilo.	<ul style="list-style-type: none">- Vodenje projekta- Vodenje kampanje na družbenih omrežjih- Izvedba kreativnih oblikovalskih rešitev- Tekstopisje

Potrjujemo, da je na podlagi našega naročila, zgoraj navedeni izvajalec kvalitetno, pravočasno in skladno s pogodbenimi določili izvedel navedeno referenčno delo. Potrdilo dajemo na prošnjo izvajalca in velja izključno za potrebe pri njegovem kandidiranju za pridobitev javnega naročila »Fokusirana večkanalna kampanja DACH«, ki ga izvaja Slovenska turistična organizacija.

Kraj in datum:

žig

Podpis odgovorne osebe naročnika:
(izdajatelj reference)

Navodilo za izpolnjevanje:

Obrazec se ustrezno kopira glede na število zahtevanih referenc za vsak posamičen posel, s katerim predlagani strokovnjak potrjuje svoje delovne izkušnje in znanje, na Obrazcu 6: Strokovna ekipa.

Obrazec št. 8: PONUDBENI PREDRAČUN

NAROČNIK:	Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana
NAZIV JAVNEGA NAROČILA:	Javno naročilo po odprtem postopku za Izvedbo Fokusirana večkanalna kampanja DACH
ŠT. JAVNEGA NAROČILA:	JNV-0015/2019-S-POG-STO

NAZIV IN SEDEŽ PONUDNIKA:	
---------------------------	--

Zap. št.	Merilo	Cena v EUR brez DDV
T1	Dejanski medijski zakup z všteto zahtevano investicijo v oglase na kanalu Facebook, brez investicije v Instagram	
T2	Agencijske storitve	
	SKUPAJ	

NAVODILO ZA IZPOLNJEVANJE: Ponudnik mora upoštevati, da želi naročnik skladno z ocenjeno vrednostjo uresničiti sledečo finančno porazdelitev med trgi v celoti: naročnik je za trg Nemčija predvidel strošek za medijski zakup in agencijske storitve v višini 482.786,89 € brez DDV oziroma 589.000,00 € z ddv, pri čemer strošek agencijskih storitev ne sme presegati 43.889,72 € brez ddv oziroma 53.545,45 € z ddv. Za trg Avstrija je naročnik predvidel strošek za medijski zakup in agencijske storitve v višini 399.000,00 € brez ddv oziroma 486.780,00 € z ddv, pri čemer strošek agencijskih storitev ne sme presegati 36.272,73 € brez ddv oziroma 44.252,73 € z ddv. Za trg Švica je naročnik predvidel strošek za medijski zakup in agencijske storitve v višini 368.213,12 € brez ddv oziroma 449.220,00 € z ddv, pri čemer strošek agencijskih storitev ne sme presegati 33.473,92 € brez ddv oziroma 40.838,18 € z ddv. in Ponudnik izpolni samo rumena in oranžna polja. Znesek iz zelenega okvirja tabele 1 (C1) prepiše v tabelo obrazca št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN pod postavko "Dejanski medijski zakup z všteto zahtevano investicijo v oglase na kanalu Facebook, brez investicije v Instagram", znesek iz sivega polja (C2) pa v polje Agencijske storitve. Investicija v tabelah pod postavko Instagram reach, Stories engagement predstavlja razliko med ponudnikovo ceno za medijski zakup skupaj z investicijo v Facebook oglaševanje, ki ga je predvidel naročnik, ter ponudnikovo ceno za agencijske storitve. Ta znesek bo moral izbrani ponudnik investirati v zakup oglasov na kanalu Instagram pod pogoji, zapisanimi v razpisni dokumentaciji Fokusirana večkanalna kampanja DACH. Podane cene so fiksne in izražene v evrih (€) brez DDV. Cene morajo vsebovati vse ponudnikove stroške, morebitne možne rabate, popuste, carinske dajatve in druge dajatve.

Celotna ponudba se nanaša na izvedbo VSEH NAROČENIH AKTIVNOSTI, kot so opisane poglavju V. Predmet naročila. Delne ponudbe niso dovoljene, in jih bo naročnik kot nepopolne izločil iz nadaljnje obravnave.

Seznanjeni smo, da naročnik izbranemu ponudniku ne bo dovoljeval dodatnega zaračunavanja storitev, ki izhaja iz izvedbe tega javnega naročila.

Soglašamo, da bo naročnik popravil očitne računске napake, ki jih odkrije pri pregledu in ocenjevanju ponudbe. Pri tem se količina in cena na enoto ne smeta spreminjati.

Veljavnost ponudbe je najmanj do 15.9.2019.

Ponudnik v sistemu e-JN izpolnjen in podpisan PONUDBENI PREDRAČUN naloži v razdelek »Predračun« v *.pdf datoteki.

Ponudnik v sistemu e-JN izpolnjeno tabelo xls, ki je priloga temu PONUDBENEMU PREDRAČUNU, naloži v razdelek "Druge priloge".

Kraj in datum: _____

Ponudnik: _____

Žig:

Podpis: _____

Obrazec št. 9: ZAHTEVA PODIZVAJALCA ZA NEPOSREDNO PLAČILO / IZJAVA
PODIZVAJALCA, DA NEPOSREDNEGA PLAČILA NE ZAHTEVA

Podizvajalec:

ZAHTEVA PODIZVAJALCA ZA NEPOSREDNO PLAČILO

V skladu s 94. členom ZJN-3 zahtevamo, da naročnik Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana na podlagi potrjenega računa oziroma situacije s strani ponudnika/glavnega izvajalca:

_____ neposredno plačuje nam, kot podizvajalcu:

_____ za javno naročilo Fokusrana večkanalna kampanja DACH, objavljenim na Portalu javnih naročil pod številom objave ____, z dne__.

Kraj in datum:

Žig in podpis podizvajalca:

IZJAVA PODIZVAJALCA, DA NEPOSREDNEGA PLAČILA NE ZAHTEVA

Izjavljamo, da za izvajanje javnega naročila Fokusrana večkanalna kampanja DACH, objavljenega na Portalu javnih naročil pod številom objave _____, z dne _____, ki je bilo oddano ponudniku/glavnemu izvajalcu:

_____ od naročnika Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana ne zahtevamo neposrednega plačila naših terjatev, ki jih bomo imeli do ponudnika/glavnega izvajalca za opravljena dela pri izvajanju predmetnega javnega naročila.

Kraj in datum:

Žig in podpis podizvajalca:

Navodila za izpolnitev:

- Vsak podizvajalec izpolni zanj sprejemljivo zahtevo oziroma izjavo, drugo paprečrta;
- V primeru sodelovanja večjega števila podizvajalcev se obrazec kopira.

Obrazec št. 10: IZJAVA O ŠTEVILU ZAPOSLENIH

NAROČNIK:	Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana
NAZIV JAVNEGA NAROČILA:	Javno naročilo po odprtem postopku za Izvedbo Fokusirana večkanalna kampanja DACH
ŠT. JAVNEGA NAROČILA:	JNV-0015/2019-S-POG-STO
NAZIV IN SEDEŽ PONUDNIKA:	

Izjavljamo, da je bilo pri ponudniku v letu 2017 v povprečju _____ zaposlenih in v letu 2018 v povprečju _____ zaposlenih (štejejo zaposleni za določen in nedoločen čas).

S podpisom te Izjave o številu zaposlenih jamčimo za točnost in resničnost podatkov ter za podano izjavo prevzemamo polno kazensko in materialno odgovornost.

Kraj in datum: _____

Žig:

Ponudnik: _____

Podpis:

Obrazec št. 11: VZOREC POGODBE

Slovenska turistična organizacija
Dimičeva 13, 1000 Ljubljana
ki ga zastopa: mag. Maja Pak, direktorica
Identifikacijska št. za DDV.: SI 93477902
Matična št.: 6889859000
TRR št.: SI56 0110 0600 0049 687 pri UJP

(v nadaljevanju: naročnik)

in

ki ga zastopa:
Identifikacijska št. za DDV:
Matična št.
TRR št.:

(v nadaljevanju: izvajalec)

sklepata naslednjo

POGODBO o izvedbi Fokusirane večkanalne kampanje DACH št. JNV-0015/2019-S-POG-STO

Uvodne določbe

1. člen

Pogodbени stranki uvodoma ugotavljata:

- da je naročnik izvedel postopek javnega naročanja v skladu z Zakonom o javnem naročanju (Uradni list RS, št. 91/2015), na podlagi Programa dela STO za leti 2018 in 2019, ki ga je sprejel Svet agencije na svoji 10. redni seji dne 3.10.2017, h kateremu je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 5.10.2017, Sprememb in dopolnitev Programa dela STO za leti 2018 in 2019, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 12. redni seji dne 31.5.2018, h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne 5.6.2018, ter Sprememb in dopolnitev Programa dela STO za leti 2018 in 2019, ki jih je sprejel Svet agencije na svoji 13. redni seji dne 19.11.2018 h katerim je Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo podalo soglasje dne

18.12.2018, vse v skladu s šestim odstavkom 58. člena Zakon o izvrševanju proračunov Republike Slovenije za leti 2018 in 2019 (Uradni list RS, št. 71/17, 13/18 – ZJF-H in 83/18).

- da je naročnik izvajalca izbral v odprtem postopku javnega naročila za »Izvedbo fotografskih storitev in storitev video produkcije« (JNV-0015/2019-S-POG-STO), ki je bilo objavljeno na portalu za javna naročila e-naročanje dne, pod številko objave,
- je bil izvajalec na podlagi ponudbe z dne, izbran kot najugodnejši ponudnik ALI je bil izvajalec na podlagi skupne ponudbe z dne, izbran kot najugodnejši ponudnik (uporabiti v primeru skupne ponudbe);
- sta razpisna dokumentacija za oddajo javnega naročila po odprtem postopku za izvedbo »Fokusirane večkanalne kampanje DACH« (JNV-0015/2019-S-POG-STO) z dne (v nadaljevanju: razpisna dokumentacija) in ponudba izvajalca z dne sestavni del te pogodbe;

Predmet pogodbe

2. člen

Predmet pogodbe je izvedba Fokusirane večkanalne kampanje DACH na predpisan način in z doseganjem zahtevanih ciljev - kot opredeljeno v poglavju V. PREDMET NAROČILA razpisne dokumentacije in tudi vseh drugih poglavjih razpisne dokumentacije, ki je sestavni del te pogodbe. Predmet se deli na dva dela:

- A. Dejanski medijski zakup
- B. Agencijske storitve

Pri izvedbi zgoraj omenjenih aktivnosti mora izvajalec obvezno upoštevati tudi vsa določila, opisana v poglavju IV. TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA razpisne dokumentacije, ki je sestavni del te pogodbe.

Izvajalec je dolžan izvajati zgoraj navedene aktivnosti v skladu z zahtevami iz razpisne dokumentacije in svojo ponudbo, ki sta sestavna dela te pogodbe.

Terminski načrt izvedbe

3. člen

Izbrani izvajalec bo po podpisu pogodbe za izvedbo tega javnega naročila imel na voljo do 8 dni za pripravo popolnega medijskega načrta, ki bo zajemal:

- okvirni finančni načrt medijskega zakupa za celotno trajanje digitalne kampanje, po vrsti medijskega zakupa in po posamezni državi ter načrtom doseganja ciljev. Pri pripravi tega načrta bo izbrani izvajalec upošteval, da bo kampanja potekala v oktobru in novembru 2019 in, da bo moral sredstva med dvema mesecema karseda enakomerno porazdeliti.
- podroben finančni in medijski načrt, s konkretno načrtovanim ciljnim dosegom za prvi val oglaševanja, po posameznih medijih in po posamezni državi oz. skupini držav.

Prvi dan oglaševanja bo 1. oktober 2019. Advertorial, ki je lahko objavljen zunaj terminskega okvira obeh valov oglaševanja (29.09.2019 ali 1.12. 2019) je Magazine 110 % v okviru ponudbe Die Presse.

Naročnik bo takoj po podpisu pogodbe organiziral usklajevalni sestanek strokovnih predstavnikov pogodbenega partnerja, kjer bo predstavil svojo strokovno ekipo in uskladi z izbranim ponudnikom podrobnosti glede izvedbe javnega naročila vnaprej, za celoten potek Fokusirane večkanalne kampanje DACH. Izbrani ponudnik bo predstavil način koordinacije kampanje in spremljanja kampanje s podprto tehnologijo. Pogodbeni partnerji tudi uskladijo končno verzijo vmesnega sukcesivnega in zaključnega poročila, prvi je kot vzorec (ang. draft) priložen v Prilogi 3 te razpisne dokumentacije.

Trajanje Fokusirane večkanalne kampanje DACH v vseh omenjenih državah je do vključno 30.11.2019 in bo potekalo v dveh oglaševalskih valih. Prvi val bo potekal v mesecu oktobru, drugi val pa v mesecu novembru.

Obveznosti in dolžnosti izvajalca

4. člen

Izvajalec se obvezuje, da bo:

- svoje naloge opravil strokovno in s skrbnostjo dobrega strokovnjaka,
- izvajal storitve po tej pogodbi po pravilih stroke, v skladu z navodili naročnika in v pogodbenih rokih,
- takoj pisno opozoril naročnika na okoliščine, ki bi lahko otežile ali onemogočile kvalitetno in pravilno izvedbo storitev,
- 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,
- omogočal ustrezen nadzor naročniku,
- z naročnikom sodeloval ter na njegovo zahtevo nemudoma posredoval vso dokumentacijo (finančno, pravno, vsebinsko-projektno...) in pojasnila.

Obveznosti obeh pogodbenih strank

5. člen

Vsaka pogodbeni stranka je dolžna:

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

Pogodbena vrednost in plačilo obveznosti

6. člen

Pogodbena vrednost javnega naročila je 1.250.000,00 evrov brez DDV oz. 1.525.000,00 evrov z 22% DDV. Vse aktivnosti morajo biti prilagojene finančnemu načrtu iz xls tabele Priloga k obrazcu št. 8 PONUDBENI PREDRAČUN in v celoti ne sme presegati vrednosti 1.250.000,00 evrov brez DDV. Dovoljena so odstopanja navzdol do največ 1 odstotek od predvidene vrednosti za celotni zakup oglasov na posameznem trgu.

Pogodbena vrednost za izvedbo Fokusirane večkanalne kampanje DACH zajema:

- Vse stroške za Dejanski zakup oglasnega prostora
- Vse stroške agencijskih storitev

Naročnik bo izvajalcu plačal na TRR št pri banki

Denarna sredstva, potrebna za plačilo storitev po tej pogodbi, se črpajo iz finančne postavke STO, SN _____ SM .

7. člen

Rok plačila za opravljene storitve je 30 dni od dneva prejema pravilno izstavljenega računa, s strani izvajalca. Izvajalec bo naročniku posredoval račun za opravljene storitve najpozneje v roku 8 dni po potrditvi poročila s strani naročnika.

Poročila so lahko posredovana v pregled po elektronski pošti, za hitrejšo korespondenco, končna različica sukcesivnega (končnega) 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.

Poslovna skrivnost

8. člen

Pogodbeni stranki sta sporazumni, da so vsi podatki, ki jih izvajalec v času izvajanja aktivnosti, ki so predmet te pogodbe poslovna skrivnost naročnika in jih izvajalec ne sme razkriti tretjim osebam brez soglasja naročnika.

Avtorske pravice

9. člen

Izvajalec bo vse materialne avtorske pravice na ustvarjenih avtorskih delih prenesel na naročnika.

Garancija

10. člen

V roku 10 dni po podpisu pogodbe bo izvajalec naročniku dostavil bančno garancijo za dobro izvedbo del ali kavcijsko zavarovanje zavarovalnice za dobro izvedbo del v skladu z Obrazcem št. 4 razpisne dokumentacije v višini 40.000,00 EUR.

Predložitev v prejšnjem odstavku navedene garancije je pogoj za veljavnost pogodbe. V primeru, da izvajalec ne predloži garancije za dobro izvedbo del v skladu s to pogodbo, pogodba ne začne učinkovati.

Garancija za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti mora veljati do 31.12.2019.

Podizvajalci

11. člen

(Ta člen se uporabi samo v primeru, da izvajalec nastopa s podizvajalcem, v nasprotnem se prečrta.)

Seznam podizvajalcev:

	Podizvajalec 1	Podizvajalec 2	Podizvajalec 3
Naziv podizvajalca			
Naslov			
Davčna številka			
Matična številka			
Številka TRR			
Zakoniti zastopnik			
Vrednost del javnega naročila, ki ga namerava izvesti v % ali v EUR			
Vrsta del, ki jih bo izvedel podizvajalec			

Zahteva za neposredno plačilo (DA/NE)			
---------------------------------------	--	--	--

Glavni izvajalec mora med izvajanjem javnega naročila naročnika obvestiti o morebitnih spremembah informacij iz prejšnjega odstavka in poslati informacije o novih podizvajalcih, ki jih namerava naknadno vključiti v izvajanje, in sicer najkasneje v petih dneh po spremembi. V primeru vključitve novih podizvajalcev mora glavni izvajalec skupaj z obvestilom posredovati tudi:

- nazive podizvajalcev ter vsak del javnega naročila, ki ga namerava oddati v podizvajanje,
- kontaktne podatke in zakonite zastopnike predlaganih podizvajalcev,
- izpolnjene ESPD teh podizvajalcev v skladu z 79. členom ZJN-3 ter
- priložiti zahtevo podizvajalca za neposredno plačilo, če podizvajalec to zahteva.

Naročnik bo zavrnil vsakega podizvajalca, če zanj obstajajo razlogi za izključitev iz razpisne dokumentacije. 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 mora o morebitni zavrnitvi novega podizvajalca obvestiti glavnega izvajalca najpozneje v desetih dneh od prejema predloga.

S podpisom te pogodbe izvajalec pooblasti naročnika, da na podlagi potrjenih računov s strani izvajalca in izdanih s strani podizvajalca za predmet te pogodbe naročnik izvede plačilo obveznosti za dobavljeno opremo podizvajalcu, ki zahteva neposredno plačilo. Podizvajalec, ki zahteva neposredno plačilo to potrdi s podpisom obrazca soglasja za neposredna plačila, ki je priloga te pogodbe. Izvajalec mora izdanim računom naročniku priložiti račune svojih podizvajalcev, ki jih je pred tem potrdil izvajalec.

Če neposredno plačilo podizvajalcu ni obvezno, mora naročnik od glavnega izvajalca zahtevati, 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.

Konzorcij

12. člen

(Ta člen pogodbe se uporabi samo v primeru, če kot izvajalec nastopa konzorcij, v nasprotnem se prečrta.)

Sestavni del te pogodbe je tudi Pravni akt o skupni izvedbi naročila, sklenjen med člani konzorcija dne, ki opredeljuje naloge in odgovornost posameznih izvajalcev za izvedbo naročila, in sicer najmanj:

- imenovanje nosilca posla pri izvedbi javnega naročila;

- pooblastilo nosilcu posla in odgovorni osebi za sklenitev in podpis pogodbe;
- obseg storitev, ki jih bo opravil posamezni ponudnik in njihove odgovornosti;
- izjavo, da so vsi ponudniki v skupni ponudbi seznanjeni z navodili ponudnikom in razpisnimi pogoji ter merili za dodelitev javnega naročila in da z njimi v celoti soglašajo;
- izjavo, da so vsi ponudniki seznanjeni s plačilnimi pogoji iz razpisne dokumentacije in
- navedbo, da odgovarjajo naročniku neomejeno solidarno.

	Partner 1	Partner 2	Partner 3
Naziv partnerja			
Naslov			
Davčna številka			
Matična številka			
Številka TRR			
Zakoniti zastopnik			
Del javnega naročila, ki ga namerava izvesti			

Končne določbe

13. člen

Če katera od strank ne izpolnjuje obveznosti iz te pogodbe, lahko druga brez posledic zanjo odstopi od pogodbe 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, dokler naročnik ne izbere novega izvajalca storitev. V kolikor naročnik odpove pogodbo iz krivdnih razlogov na strani izvajalca, sme od izvajalca zahtevati plačilo pogodbene kazni v višini 5 % pogodbene vrednosti. Naročnik ima pravico zahtevati pogodbeno kazen tudi, če mu zaradi kršitve obveznosti s strani izvajalca ni nastala nobena škoda. Če je škoda, ki je nastala naročniku večja od pogodbene kazni, ima naročnik pravico zahtevati razliko do polne odškodnine.

14. člen

V kolikor naročnik s strani financerja (Ministrstvo RS za gospodarski razvoj in tehnologijo) ne pridobi sredstev za poravnavanje obveznosti iz te pogodbe oz. ne pridobi zadostne količine sredstev, si naročnik pridržuje pravico odpovedati to pogodbo oz. zmanjšati obseg storitev, izvajalec pa se izrecno odpoveduje kakršnimkoli odškodninskim zahtevkom iz tega naslova. V primeru nastanka v prejšnjem stavku omenjenih okoliščin bo naročnik izvajalca o tem obvestil nemudoma in na primeren način.

15. člen

Ta pogodba je nična, če kdo v imenu ali na račun druge pogodbene stranke, poslovodnemu osebju in/ali kateremukoli zaposlenemu pri naročniku 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 naročniku povzročena škoda ali je omogočena pridobitev nedovoljene koristi poslovodnemu osebju in/ali kateremukoli zaposlenemu pri naročniku ali posredniku organa ali organizacije iz javnega sektorja, drugi pogodbeni stranki ali njenemu predstavniku, zastopniku, posredniku.

16. člen

Ta pogodba je sklenjena pod razveznim pogojem, ki se uresniči v primeru izpolnitve ene od naslednjih okoliščin:

- če bo naročnik seznanjen, da je sodišče s pravnomočno odločitvijo ugotovilo kršitev obveznosti delovne, okoljske ali socialne zakonodaje s strani izvajalca ali podizvajalca ali
- če bo naročnik seznanjen, da je pristojni državni organ pri izvajalcu ali podizvajalcu v času izvajanja pogodbe ugotovil najmanj dve kršitvi v zvezi s plačilom za delo, delovnim časom, počitki, opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava kljub obstoju elementov delovnega razmerja ali v zvezi z zaposlovanjem na črno in za kateri mu je bila s pravnomočno odločitvijo ali več pravnomočnimi odločitvami izrečena globa za prekršek,
- ter pod pogojem, da je od seznanitve s kršitvijo in do izteka veljavnosti pogodbe še najmanj šest mesecev oziroma če izvajalec nastopa s podizvajalcem pa tudi, če zaradi ugotovljene kršitve pri podizvajalcu izvajalec ne nadomesti ali zamenja tega podizvajalca, na način določen v skladu s 94. členom ZJN-3 in določili te pogodbe v roku 30 dni od seznanitve s kršitvijo.

V primeru izpolnitve okoliščine in pogojev iz prejšnjega odstavka se šteje, da je pogodba razvezana z dnem sklenitve nove pogodbe o izvedbi javnega naročila za predmetno naročilo. O datumu sklenitve nove pogodbe bo naročnik obvestil izvajalca.

Če naročnik v roku 30 dni od seznanitve s kršitvijo ne začne novega postopka javnega naročila, se šteje, da je pogodba razvezana trideseti dan od seznanitve s kršitvijo.

17. člen

Naročnik za skrbnika te pogodbe imenuje(ime in priimek);@.....
(e-pošta); (telefon)

Izvajalec za skrbnika te pogodbe imenuje(ime in priimek);@..... (e-
pošta); (telefon)

Vsa obvestila povezana z izpolnjevanjem pogodbenih obveznosti morajo biti posredovana pisno po pošti, faksu ali elektronski pošti.

18. člen

Pogodbeni stranki bosta vsa morebitna nesoglasja v povezavi s to pogodbo poskušala reševati sporazumno, na miren način, brez intervencije sodišča. V kolikor na tak način nesoglasji ni mogoče rešiti, bo o sporu odločilo stvarno pristojno sodišče v Ljubljani po pravu Republike Slovenije.

19. člen

Pogodba je sklenjena slovenskem in angleškem jeziku. V primeru nejasnosti se za tolmačenje pogodbenih določil prednostno uporablja besedilo v slovenskem jeziku.

(Ta člen se uporabi, v kolikor je pogodba sklenjena tudi v angleškem jeziku, v nasprotnem se prečrta.)

20. člen

Pogodba je sklenjena z dnem podpisa zadnje od obeh pogodbenih strank pod odložim pogojem iz 10. člena te pogodbe in velja do 31.12.2019.

Pogodba je sestavljena v treh (3) enakovrednih izvodih, od katerih prejme naročnik dva (2), izvajalec pa en (1) izvod.

Kraj in datum:

Kraj in datum:

Naročnik:

Izvajalec:

Slovenska turistična organizacija

direktorica

mag. Maja Pak

Obrazec št. 12: SOGLASJE ZA PRIDOBITEV POTRDILA IZ KAZENSKE EVIDENCE ZA PRAVNE OSEBE

_____ (naziv pooblastitelja-ponudnika) dajemo soglasje naročniku, Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana, skladno z 77. členom Zakona o javnem naročanju ZJN-3 in 22. členom Zakona o varstvu osebnih podatkov (ZVOP-1, Ur. l. RS 86/2004), da za potrebe preverjanja izpolnjevanja pogojev v postopku oddaje Javnega naročila po odprtem postopku za izvedbo Fokusirane večkanalne kampanje DACH, št. JNV-0015/2019-S-POG-STO, od Ministrstva za pravosodje in javno upravo, Sektor za izvrševanje kazenskih sankcij, Kazenska evidenca, pridobi potrdilo iz kazenske evidence, da kot ponudnik nismo bili pravnomočno obsojeni zaradi kaznivih dejanj, ki so opredeljena v 75. členu ZJN-3.

Podatki o pravni osebi:

Polno ime podjetja:	
Sedež podjetja:	
Občina sedeža podjetja:	
Številka vpisa v sodni register (št. vložka):	
Matična številka podjetja:	

Kraj in datum:

Pooblastitelj:

Žig:

Podpis:

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

Obrazec št. 13: SOGLASJE ZA PRIDOBITEV POTRDILA IZ KAZENSKE EVIDENCE ZA FIZIČNE OSEBE (zakonite zastopnike)

Spodaj podpisan-a _____ (ime in priimek) skladno z 77. členom Zakona o javnem naročanju ZJN-3 in 22. členom Zakona o varstvu osebnih podatkov (ZVOP-1, Ur. l. RS 86/2004), pooblaštam Slovensko turistično organizacijo, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana, da za potrebe preverjanja izpolnjevanja pogojev v postopku oddaje Javnega naročila po odprtem postopku za izvedbo Fokusirane večkanalne kampanje DACH, št. JNV-0015/2019-S-POG-STO, od Ministrstva za pravosodje in javno upravo, Sektor za izvrševanje kazenskih sankcij, Kazenska evidence, pridobi potrdilo iz kazenske evidence, da kot zakoniti zastopnik ponudnika nisem bil-a pravnomočno obsojen-a zaradi kaznivih dejanj, ki so opredeljena v 75. členu ZJN-3.

Moji osebni podatki so naslednji:

EMŠO:	
Ime in priimek:	
Datum rojstva:	
Kraj rojstva:	
Država rojstva:	
Naslov stalnega/začasnega bivališča:	
Državljanstvo:	
Moj prejšnji priimek se je glasil:	

Kraj in datum:

Pooblastitelj:

Žig:

Podpis:

Navodilo za izpolnjevanje: Obrazec izpolnijo vse osebe, ki so članice upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa ponudnika, partnerja v skupni ponudbi in podizvajalca ali ki imajo pooblastilo za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem. V primeru, da ima ponudnik, partner v skupni ponudbi ali podizvajalec več oseb, ki so članice upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa ponudnika ali ki imajo pooblastilo za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem, se izpolni ustrezno število soglasij.

Obrazec št. 14: IZJAVA O NATIVNIH GOVORCIH - PREVAJALCIH

NAROČNIK:	Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana
NAZIV JAVNEGA NAROČILA:	Javno naročilo »Globalna digitalna kampanja 2019« po odprtem postopku
ŠT. JAVNEGA NAROČILA:	JNV-0015/2019-S-POG-STO

NAZIV IN SEDEŽ PONUDNIKA:	
---------------------------	--

Izjavljamo, da bodo vse prevode opravili nativni govorniki – prevajalci.

Kraj in datum: _____ Ponudnik: _____

Žig:

Podpis:

Del I: Informacije o postopku oddaje javnega naročila in naročniku

Informacije o objavi	
<p>Pri postopkih oddaje javnega naročila, pri katerih je bil javni razpis objavljen v Uradnem listu Evropske unije, bodo informacije, zahtevane v delu I, pridobljene samodejno, če bo dokument ESPD ustvarjen in izpolnjen s storitvijo ESPD. Sklic na objavo ustreznega obvestila v Uradnem listu Evropske unije:</p>	
Številka obvestila v UL EU:	<input type="text"/>
<p>Če se ne zahteva objava obvestila v Uradnem listu Evropske unije, navedite druge informacije, s katerimi je mogoče postopek oddaje javnega naročila nedvoumno opredeliti (npr. sklic na objavo na nacionalni ravni):</p>	
Številka obvestila na PJN:	<input type="text"/>

Identiteta naročnika	
Ime naročnika:	<input type="text" value="Slovenska turistična organizacija"/>
Država:	<input type="text" value="Slovenija"/>

Informacije o postopku oddaje javnega naročila	
Naziv naročila:	<input type="text" value="Fokusirana večkanalna kampanja DACH"/>
Kratek opis naročila:	<input type="text" value="Fokusirana večkanalna kampanja DACH"/>
Referenčna številka spisa, ki jo je določil naročnik (če je primerno):	<input type="text" value="JNV-0015/2019-S-POG-STO"/>
Ali je javno naročilo pridržano (31. člen ZJN-3)?	<input type="radio"/> Da <input checked="" type="radio"/> Ne

Del II: Informacije glede gospodarskega subjekta

A. Informacije o gospodarskem subjektu

Ime:	<input type="text"/>	E-naslov:	<input type="text"/>
Ulica in hišna številka:	<input type="text"/>	Telefonska številka:	<input type="text"/>
Poštna številka:	<input type="text"/>	Kontaktna oseba:	<input type="text"/>
Kraj:	<input type="text"/>	ID za DDV	<input type="text"/>
Država:	<input type="text"/>	Druga nacionalna ID (matična) številka	<input type="text"/>
Spletni naslov:	<input type="text"/>		

Ali je gospodarski subjekt mikropodjetje, malo ali srednje podjetje (glede na kriterije v Priporočilu komisije 2003/361/ES)?

Da Ne

Poleg tega vpišite manjkajoče informacije v oddelkih A,B,C ali D dela IV, kakor je ustrezno, SAMO če se to zahteva v ustreznem obvestilu ali dokumentaciji v zvezi z oddajo javnega naročila.

Ali gospodarski subjekt sodeluje pri postopku oddaje javnega naročila skupaj z drugimi subjekti?

Da Ne

a) Navedite vlogo gospodarskega subjekta v skupini (vodja, odgovoren za posamezne naloge ...):

b) Navedite druge gospodarske subjekte, ki sodelujejo v postopku oddaje javnega naročila:

c) Kadar je primerno, navedite ime sodelujoče skupine:

Če je primerno, navedite sklop (sklope), za katerega (katere) gospodarski subjekt želi oddati ponudbo:

B. Informacije o predstavnikih gospodarskega subjekta

Kadar je primerno, navedite imena in naslove oseb, ki so pooblaščen, da zastopajo gospodarski subjekt za namene tega postopka oddaje javnega naročila (potrebna je navedba vseh oseb, ki so članice upravnega odbora, vodstvenega ali nadzornega organa tega gospodarskega subjekta ali ki imajo pooblastila za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem):

Zastopnik:

Ime:	<input type="text"/>	Priimek:	<input type="text"/>
Datum rojstva	<input type="text"/>	Kraj rojstva:	<input type="text"/>
Položaj/nastopa v vlogi:	<input type="text"/>	Ulica in hišna številka:	<input type="text"/>
Poštna številka:	<input type="text"/>	Kraj	<input type="text"/>
Država:	<input type="text"/>	Telefonska številka	<input type="text"/>
E-naslov	<input type="text"/>		

Če je potrebno, navedite podrobne informacije o zastopstvu (njegove oblike, obseg, namen, zastopnikov EMŠO ...):

C. Informacije o uporabi zmogljivosti drugih subjektov (81. člen ZJN-3)

Za vsakega od zadevnih gospodarskih subjektov, katerih zmogljivosti ponudnik uporablja v skladu z 81. členom ZJN-3, predložite ločen obrazec za ESPD, v katerem so navedene informacije, ki se zahtevajo v oddelkih A in B tega dela ter dela III, obrazec pa morajo zadevni gospodarski subjekti ustrezno izpolniti in podpisati. Opozarjamo, da mora biti tu navedeno tudi tehnično osebje ali tehnični organi, ki ne pripadajo neposredno podjetju gospodarskega subjekta, zlasti tisti, ki so odgovorni za kontrolo kakovosti, ter v primeru javnih naročil gradenj tehnično osebje in tehnični organi, od katerih lahko gospodarski subjekt zahteva, da opravijo gradnjo.

Kolikor je to relevantno za specifično zmogljivost ali zmogljivosti, ki jih gospodarski subjekt uporablja, vključite informacije iz delov IV in V za vsakega od zadevnih subjektov.

Ali gospodarski subjekt uporablja zmogljivosti drugih subjektov, da bi izpolnil pogoje za sodelovanje iz dela IV ter merila in pravila (če obstajajo) iz dela V spodaj?

Da Ne

D: Informacije o podizvajalcih, katerih zmogljivosti gospodarski subjekt ne uporablja

Za javno naročilo storitev in gradenj za vsakega zadevnega podizvajalca, ki ni vključen v oddelku C tega dela, oziroma za vsako kategorijo zadevnih podizvajalcev poleg informacij v tem oddelku, navedite informacije iz oddelkov A in B tega dela ter dela III. Za javno naročilo blaga pa to navedite le, če naročnik te informacije izrecno zahteva (94. člen ZJN-3).

Ta oddelek se namreč izpolni za javno naročilo storitev in gradenj, za javno naročilo blaga pa samo, če te informacije izrecno zahteva naročnik.

Ali namerava gospodarski subjekt oddati del javnega naročila v podizvajanje tretjim osebam (v skladu s 94. členom ZJN-3 in če ne uporablja njegovih zmogljivosti v skladu z 81. členom ZJN-3)?

Da Ne

Če ste odgovorili z da in kolikor je znano, navedite predlagane podizvajalce:

Del III: Razlogi za izključitev

A: Razlogi, povezani s kazenskimi obsodbami

Člen 57(1) Direktive 2014/24/EU je v nacionalno zakonodajo prenesen s prvim odstavkom 75. člena ZJN-3 in določa dejanja, ki imajo elemente naštetih 43 kaznivih dejanj po KZ-1. Prvih 6 razlogov spodaj, ki jih določa člen 57(1) Direktive 2014/24/EU, in zadnji - 7. razlog, ki je določen v nacionalni zakonodaji, v celoti zajema razlog za izključitev, kot je opredeljen v prvem odstavku 75. člena ZJN-3 in ki se uporablja pri oddaji javnega naročila:

Sodelovanje v hudodelski združbi

Ali je bila gospodarskemu subjektu ali kateri koli osebi, ki je član njegovega upravnega, upravljalškega ali nadzornega organa ali je pooblaščen za zastopanje, odločanje ali nadzor v tem subjektu, izrečena pravnomočna obsodba zaradi sodelovanja v hudodelski družbi, pri čemer je od obsodbe minilo največ pet let ali pa v njenem primeru še vedno velja čas izključitve, določen neposredno v obsodbi? Kot je opredeljeno v členu 2 Okvirnega sklepa Sveta 2008/841/PNZ z dne 24. oktobra 2008 o boju proti organiziranemu kriminalu (UL L 300, 11.11.2008, str. 42).

Vaš odgovor

Da Ne

Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki?

Da Ne

Korupcija

Ali je bila gospodarskemu subjektu ali kateri koli osebi, ki je član njegovega upravnega, upravljalškega ali nadzornega organa ali je pooblaščen za zastopanje, odločanje ali nadzor v tem subjektu, izrečena pravnomočna obsodba zaradi korupcije, pri čemer je od obsodbe minilo največ pet let ali pa v njenem primeru še vedno velja čas izključitve, določen neposredno v obsodbi? Kot je opredeljeno v členu 3 Konvencije o boju proti korupciji uradnikov Evropskih skupnosti ali uradnikov držav članic Evropske unije, UL C 195, 25.6.1997, str. 1, in členu 2(1) Okvirnega sklepa Sveta 2003/568/PNZ z dne 22. julija 2003 o boju proti korupciji v zasebnem sektorju (UL L 192, 31.7.2003, str. 54). Ta razlog za izključitev zajema tudi korupcijo, kot je opredeljena v nacionalnem pravu javnega naročnika (naročnika) oziroma gospodarskega subjekta.

Vaš odgovor

Da Ne

Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki?

Da Ne

Goljufija

Ali je bila gospodarskemu subjektu ali kateri koli osebi, ki je član njegovega upravnega, upravljalškega ali nadzornega organa ali je pooblaščen za zastopanje, odločanje ali nadzor v tem subjektu, izrečena pravnomočna obsodba zaradi goljufije, pri čemer je od obsodbe minilo največ pet let ali pa v njenem primeru še vedno velja čas izključitve, določen neposredno v obsodbi? V smislu člena 1 Konvencije o zaščiti finančnih interesov Evropskih skupnosti (UL C 316, 27.11.1995, str. 48).

Vaš odgovor

Da Ne

Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki?

Da Ne

Teroristična kazniva dejanja ali kazniva dejanja, povezana s terorističnimi dejavnostmi

Vaš odgovor

<p>Ali je bila gospodarskemu subjektu ali kateri koli osebi, ki je član njegovega upravnega, upravljalškega ali nadzornega organa ali je pooblaščen za zastopanje, odločanje ali nadzor v tem subjektu, izrečena pravnomočna obsodba zaradi terorističnih kaznivih dejanj ali kaznivih dejanj, povezanih s terorističnimi dejavnostmi, pri čemer je od obsodbe minilo največ pet let ali pa v njenem primeru še vedno velja čas izključitve, določen neposredno v obsodbi? Kot so opredeljena v členih 1 in 3 Okvirnega sklepa Sveta z dne 13. junija 2002 o boju proti terorizmu (UL L 164, 22.6.2002, str. 3). Ta razlog za izključitev zajema tudi spodbujanje k storitvi kaznivega dejanja, pomoč ali podporo pri tem ali poskus storitve kaznivega dejanja, kot je navedeno v členu 4 navedenega okvirnega sklepa.</p>	<p><input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Ne</p> <p>Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki? <input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Ne</p>
<p>Pranje denarja ali financiranje terorizma Ali je bila gospodarskemu subjektu ali kateri koli osebi, ki je član njegovega upravnega, upravljalškega ali nadzornega organa ali je pooblaščen za zastopanje, odločanje ali nadzor v tem subjektu, izrečena pravnomočna obsodba zaradi pranja denarja ali financiranje terorizma, pri čemer je od obsodbe minilo največ pet let ali pa v njenem primeru še vedno velja čas izključitve, določen neposredno v obsodbi? Kot je opredeljeno členu 1 Direktive 2005/60/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 26. oktobra 2005 o preprečevanju uporabe finančnega sistema za pranje denarja in financiranje terorizma (UL L 309, 25.11.2005, str. 15).</p>	<p>Vaš odgovor <input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Ne</p> <p>Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki? <input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Ne</p>
<p>Delo otrok in druge oblike trgovine z ljudmi Ali je bila gospodarskemu subjektu ali kateri koli osebi, ki je član njegovega upravnega, upravljalškega ali nadzornega organa ali je pooblaščen za zastopanje, odločanje ali nadzor v tem subjektu, izrečena pravnomočna obsodba zaradi dela otrok in drugih oblik trgovine z ljudmi, pri čemer je od obsodbe minilo največ pet let ali pa v njenem primeru še vedno velja čas izključitve, določen neposredno v obsodbi? Kot je navedeno v členu 2 Direktive 2011/36/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 5. aprila 2011 o preprečevanju trgovine z ljudmi in boju proti njej ter zaščiti njenih žrtev in o nadomestitvi Okvirnega sklepa Sveta 2002/629/PNZ (UL L 101, 15.4.2011, str. 1).</p>	<p>Vaš odgovor <input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Ne</p> <p>Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki? <input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Ne</p>
<p>Kršitev temeljnih pravic delavcev Ali je bila gospodarskemu subjektu ali kateri koli osebi, ki je član njegovega upravnega, upravljalškega ali nadzornega organa ali je pooblaščen za zastopanje, odločanje ali nadzor v tem subjektu, izrečena pravnomočna obsodba zaradi 7. kršitev temeljnih pravic delavcev, pri čemer je od obsodbe minilo največ pet let ali pa v njenem primeru še vedno velja čas izključitve, določen neposredno v obsodbi? Kot je opredeljeno v 196. členu Kazenskega zakonika (Uradni list RS, št. 50/12 – uradno prečiščeno besedilo in 54/15; v nadaljnjem besedilu: KZ-1).</p>	<p>Vaš odgovor <input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Ne</p> <p>Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki? <input type="radio"/> Da <input type="radio"/> Ne</p>

B: Razlogi, povezani s plačilom davkov ali prispevkov za socialno varnost

Člen 57(2) Direktive 2014/24/EU je v nacionalno zakonodajo prenesen z drugim odstavkom 75. člena ZJN-3, ki določa, da mora gospodarski subjekt izpolnjevati obvezne dajatve in druge denarne nedavčne 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 (vrednost neplačanih zapadlih obveznosti na dan oddaje ponudbe ali prijave ne sme znašati 50 eurov ali več). Šteje se, da gospodarski subjekt 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. Spodaj navedena razloga v celoti zajemata razlog za izključitev, kot je opredeljen v drugem odstavku 75. člena ZJN-3 in ki se uporablja pri oddaji javnega naročila:

Plačevanje davkov

Ali je gospodarski subjekt kršil svoje obveznosti v zvezi s plačilom davkov v državi, v kateri ima sedež, in državi članici naročnika, če ta ni ista kot država sedeža?

Vaš odgovor

Da Ne

Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki?

Da Ne

Plačevanje prispevkov za socialno varnost

Ali je gospodarski subjekt kršil svoje obveznosti v zvezi s plačilom prispevkov za socialno varnost v državi, v kateri ima sedež, in državi članici naročnika, če ta ni ista kot država sedeža?

Vaš odgovor

Da Ne

Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki?

Da Ne

D: Nacionalni razlogi za izključitev

V skladu z Direktivo 2014/24/EU in Direktivo 2014/25/EU določa četrti odstavek 75. člena ZJN-3 naslednje nacionalne razloge za izključitev, ki se uporabljajo pri oddaji javnega naročila:

Nacionalna določba – evidenca z negativnimi referencami

Ali je gospodarski subjekt na dan, ko poteče rok za oddajo ponudb ali prijav, uvrščen v evidenco gospodarskih subjektov z negativnimi referencami?

Vaš odgovor

Da Ne

Nacionalna določba – prekrški na področju delovnih razmerij in zaposlovanja na črno

Vaš odgovor

Da Ne

Ali je pri gospodarskemu subjektu v zadnjih treh letih pred potekom roka za oddajo ponudb ali prijav pristojni organ Republike Slovenije ali druge države članice ali tretje države ugotovil najmanj dve kršitvi v zvezi s plačilom za delo, delovnim časom, počitki, opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava kljub obstoju elementov delovnega razmerja ali v zvezi z zaposlovanjem na črno, za kateri mu je bila s pravnomočno odločitvijo ali več pravnomočnimi odločitvami izrečena globa za prekršek?

Ali so te informacije na razpolago v elektronski obliki?

Da Ne

Del IV: Pogoji za sodelovanje

Gospodarski subjekt mora zagotoviti informacije samo, kadar je zadevne pogoje za sodelovanje zahteval naročnik v ustreznem obvestilu ali dokumentaciji v zvezi z oddajo javnega naročila, na katero se sklicuje obvestilo. Če je to dovolil naročnik, lahko za vse pogoje za sodelovanje enkrat izpolni oddelek a dela IV, ne da bi moral izpolniti oddelke A, B, C ali D dela IV. V nasprotnem primeru glede uporabljenih pogojev za sodelovanje izpolni oddelke A, B, C in D.

a: Skupna navedba za vse pogoje za sodelovanj

Glede pogojev za sodelovanje gospodarski subjekt izjavlja, da

Izpolnjuje vse zahtevane pogoje za sodelovanje, navedene v ustreznem obvestilu ali dokumentaciji v zvezi z oddajo javnega naročila, na katero se sklicuje obvestilo.

Vaš odgovor

Da Ne

Zaključek

Del V: Zmanjšanje števila ustreznih kandidatov

Gospodarski subjekt mora zagotoviti informacije samo, kadar je naročnik v skladu s 82. členom ZJN-3 navedel objektivne in nediskriminatorne pogoje ali pravila, ki jih namerava uporabiti za zmanjšanje števila kandidatov, ki bodo povabljeni, da oddajo ponudbe ali sodelujejo v dialogu. Te informacije, ki jih lahko spremljajo zahteve v zvezi s potrdili oziroma vrstami potrdil ali oblikami listinskih dokazov, ki jih je treba predložiti, če so potrebna, so navedene v ustreznem obvestilu ali dokumentaciji v zvezi z oddajo javnega naročila. Samo za omejene postopke, konkurenčne postopke s pogajanjem, postopke s pogajanjem z objavo, postopke konkurenčnega dialoga in partnerstva za inovacije, v katere so vključena pogajanja.

Del VI: Sklepne izjave

Podpisani uradno izjavljam/izjavljamo, da so informacije, ki sem jih navedel/smo jih navedli v delih II–V, točne in pravilne in da sem jih podal/smo jih podali zavedajoč se posledic resnih zavajajočih razlag.

Poleg tega podpisani uradno izjavljam/izjavljamo, da: /.

Podpisani uradno izjavljam/izjavljamo, da lahko na zahtevo nemudoma predložim/predložimo potrdila in druge oblike listinskih dokazov, na katere se sklicujem/sklicujemo, razen kadar:

- lahko naročnik zadevna dokazila pridobi neposredno iz brezplačno dostopne nacionalne zbirke podatkov v kateri koli državi članici (pod pogojem, da je gospodarski subjekt predložil potrebne informacije (spletni naslov, organ ali telo, ki je izdalo dokumentacijo, natančen sklic na dokumentacijo), s pomočjo katerih to lahko stori naročnik; če se zahteva, je treba za tak dostop priložiti ustrezno soglasje), ali
- naročnik že razpolaga z zadevnimi dokazili.

Podpisani dajem/o uradno soglasje, da Slovenska turistična organizacija pridobi dostop do dokazil, ki sem jih predložil/smo jih predložili v

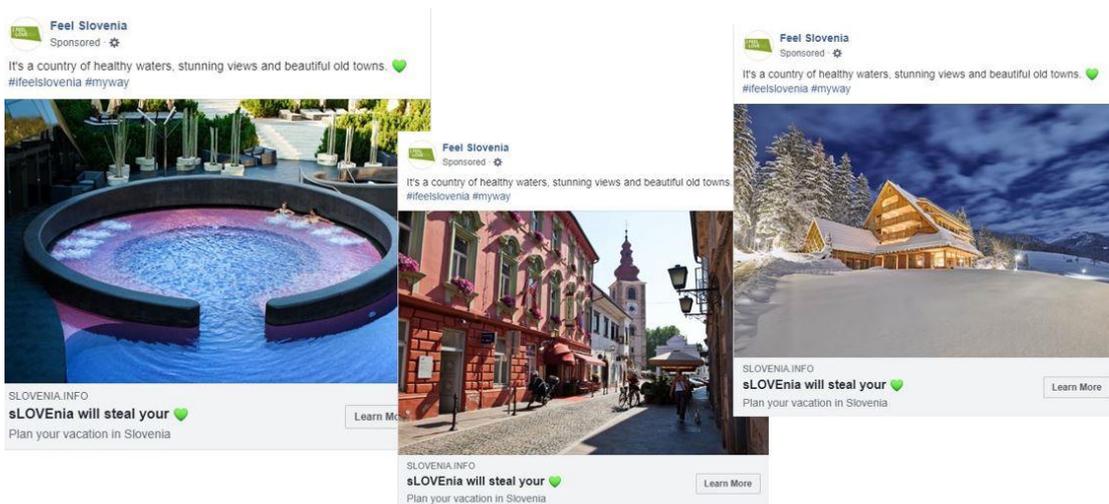
tega enotnega evropskega dokumenta v zvezi z oddajo javnega naročila za namene *Fokusirana večkanalna kampanja DACH (JNV-0015/2019-S-POG-STO)*, in da bom priložil soglasja oseb, ki so članice upravnega, vodstvenega ali nazornega organa ali ki imajo pooblastila za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem, da Slovenska turistična organizacija za isti postopek javnega naročanja v ustreznem registru pridobi tudi podatke za preveritev ponudbe glede razlogov za izključitev iz oddelka A dela III.

Kraj in datum ter podpis:

Priloga 1: Primer razlike v komunikaciji za različne demografske skupine



PRIMER KOMUNIKACIJE 24-34



KOMUNIKACIJA 35+

Priloga 2: Mesečno poročilo za agencijske storitve

POROČILO O OPRAVLJENEM DELU za ____ val oglaševanja 2019

Naziv javnega naročila: Javno naročilo za izvedbo »Fokusirana večkanalna kampanja DACH«

Številka javnega naročila: JNV-0015/2019-S-POG-STO

Izvajalec:

Datum izdelave poročila: _____ 2019

Status dokumenta: POPOLNO DELNO POPOLNO NEPOPOLNO

Poročilo pripravil:

Poročilo odobril: _____

Obdobje poročanja: _____

1. POTEK PROJEKTA

1.1 Izvedene aktivnosti v obdobju poročanja

Aktivnosti	Opravljenosti:
Izvedbeno oblikovanje –priprava oglasov	
Spremljanje in odgovarjanje na komentarje	
Prevodi tekstov	
Uskladitev vsebin z mediji za vsebinsko oglaševanje	
Priprava poročil	
Priprava idejne zasnove	
Ostalo v okviru aktivnosti	

1.2 Finančna vrednost izvedenih aktivnosti v obdobju poročanja

Izvedene aktivnosti so v tekočem obdobju poročanja zahtevale napor v vrednosti _____ brez DDV.
Realizacija aktivnosti do obdobja poročanja je _____% predvidene celotne porabe sredstev.

2. PREGLED ODPRTIH PROBLEMOV

2.1 Problemi, ki so se na projektu pojavili v obdobju poročanja:

2.2 Problemi, ki izhajajo iz prejšnjih obdobj in še niso rešeni ter njihovo stanje:

2.3 Tveganja na projektu v bližnji prihodnosti:

3. PREGLED PREDLAGANIH SPREMEMB/IZBOLJŠAV:

4. NAPOVED ZA NADALJEVANJE:

Kraj in datum:

Izvajalec:

Žig:

Podpis:

Priloga 3: Vzorčno poročilo za državo

Portal	Ad format *	Position on portal **	Planned ad impressions/views	Delivered ad impressions/views	Delivered unique visitors	Delivered Clicks	Delivered CTR	NO. of inscreens impressions	Frequency	Bounce rate (%) ***	Pages per visit ***	Average time on site ***	Nett CPM/CPV	Planned budget ****	Realized budget ****	Difference****
Spiegel.de	Video pre-roll (ROS)	ROS														
Sueddeutsche.de	Video pre-roll (ROS)	ROS														
Tripadvisor.de	300x600 (ROS)	ROS														
TOTAL																

Google																	
Placement	Planned video views / clicks	Realized video views	Realized clicks	CTR	Unique cookies	Frequency	Active view viewable impressions	Delivered ad impressions	Video viewed up to 25%	Video viewed up to 50%	Video viewed up to 100%	CPV	CPM	CPC	Planned budget ****	Realized budget ****	Difference****
YouTube (non-skippable ads)																	
YouTube (true view)																	
GDN																	
Search																	

Facebook // Instagram															
Placement	Planned video views / clicks	Realized video views	Realized clicks	CTR	Page likes	Reach	Video viewed up to 25%	Video viewed up to 50%	Video viewed up to 100%	CPV	CPC	Planned budget ****	Realized budget ****	Difference****	
Video															
Carousel															
Page like															
Instagram															

Comments

Recommendations

Source of all metrics (if not marked otherwise) have to be one of requested adserver, Youtube, Facebook&Instagram, Twitter.
 300x250, 160x600, 728x90, 300x600, Wallpaper, Takeover, Billboard, Filmstrip, Portrait, Pushdown, Sidekick, Slider, Mobile, VIDEO (and others if planned)
 Homepage, Section, Article or ROS
 Data from Client's Google analytics
 Planned budget is value based on media plan and approved by client. Realized budget is value which occurred during period.

DATE: _____

SIGNATURE: _____