

Zakup oglasnega prostora v medijih

**Dokumentacija v zvezi z oddajo
javnega naročila**

Kazalo vsebine

1	Povabilo	3
2	Naročnik.....	3
3	Oznaka in predmet javnega naročila	3
4	Postopek oddaje javnega naročila	3
5	Trajanje javnega naročila	3
6	Temeljna pravila za dostop, obvestila in pojasnila v zvezi z dokumentacijo za oddajo javnega naročila	4
6.1	Dostop do dokumentacije za oddajo javnega naročila	4
6.2	Obvestila in pojasnila v zvezi z dokumentacijo za oddajo javnega naročila.....	4
7	Rok in način predložitve ponudb	4
8	Informacije v zvezi z odpiranjem ponudb.....	5
9	Pravna podlaga	5
10	Stroški javnega naročila.....	5
11	Tehnične specifikacije.....	6
12	Ugotavljanje sposobnosti	8
12.1	Pogoji za sodelovanje	8
13	Ponudba.....	9
13.1	Priprava ponudbe	9
13.2	Dokumenti, ki so sestavni del ponudbe	10
13.3	Variantne ponudbe.....	13
13.4	Veljavnost ponudbe	13
13.5	Uporaba jezika.....	13
14	Merilo za oddajo javnega naročila	13
15	Okvirni sporazum	15
15.1	Vzorec okvirnega sporazuma.....	15
16	Zaupnost.....	16
17	Pravno varstvo	16

1 Povabilo

Vabimo zainteresirane ponudnike, da predložijo svojo ponudbo skladno z zahtevami iz te dokumentacije za oddajo javnega naročila (v nadaljevanju dokumentacija). Postopek oddaje javnega naročila se izvaja v skladu z določili veljavnega Zakona o javnem naročanju (v nadaljevanju ZJN-3, Uradni list RS, št. 91/15 in nadaljnje spremembe), ki veljajo za infrastrukturno področje.

2 Naročnik

GEN energija d.o.o. – skrajšano GEN (v nadaljevanju: GEN ali naročnik)

Vrbina 17

8270 KRŠKO

Slovenija

3 Oznaka in predmet javnega naročila

Oznaka javnega naročila: JN-S-001/2024.

Predmet javnega naročila je Zakup oglasnega prostora v medijih.

Podrobnejši obseg in opis predmeta javnega naročila je podan v drugih delih te dokumentacije.

4 Postopek oddaje javnega naročila

Za oddajo predmetnega naročila se v skladu s 40. členom ZJN-3 izvede odprti postopek.

Naročnik bo, na podlagi pogojev in meril, določenih v dokumentaciji, izbral enega (1) ponudnika, s katerim bo sklenil okvirni sporazum.

Naročnik si pridružuje pravico, da poveča ali zmanjša obseg naročenih storitev in ga prilagodi dejanskim potrebam naročnika. Ponudnik nima nobenih pravic iz naslova izgube prihodka ali izgubljenega dobička ali podobno v primeru, da bo obseg naročenih storitev manjši od predvidenega.

5 Trajanje javnega naročila

Predmet javnega naročila se bo izvajal 12 mesecev od veljavnosti okvirnega sporazuma.

6 Temeljna pravila za dostop, obvestila in pojasnila v zvezi z dokumentacijo za oddajo javnega naročila

6.1 Dostop do dokumentacije za oddajo javnega naročila

Dokumentacija se nahaja na spletni strani portala za javno naročanje <https://www.enarocanje.si/>.

6.2 Obvestila in pojasnila v zvezi z dokumentacijo za oddajo javnega naročila

Komunikacija s ponudniki o vprašanjih v zvezi z vsebino javnega naročila in v zvezi s pripravo ponudbe poteka izključno preko portala javnih naročil.

Naročnik bo zahtevo za pojasnilo dokumentacije oziroma kakršnokoli drugo vprašanje v zvezi z naročilom štel kot pravočasno, v kolikor bo na portalu javnih naročil zastavljeno najkasneje do vključno 9. 2. 2024 do 12.00 ure.

Na zahteve za pojasnila oziroma druga vprašanja v zvezi z naročilom, zastavljena po tem roku, naročnik ne bo odgovarjal.

Naročnik sme v skladu s 67. členom ZJN-3 spremeniti ali dopolniti dokumentacijo. Vsaka sprememba in dopolnitev dokumentacije postane njen sestavni del. Kot del dokumentacije štejejo tudi vprašanja in odgovori, objavljeni na portalu javnih naročil.

Ponudniki morajo sami spremljati morebitne spremembe ali dopolnitve dokumentacije.

7 Rok in način predložitve ponudb

Ponudniki morajo ponudbe predložiti v informacijski sistem e-JN na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si>.

Ponudnik se mora pred oddajo ponudbe registrirati na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si>, 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 ponudb, ponudbo odda s klikom na gumb »Oddaj«. Informacijski sistem e-JN ob oddaji ponudb zabeleži identiteto uporabnika in čas oddaje ponudbe. Uporabnik z dejanjem oddaje ponudbe izkaže in izjavi voljo v imenu ponudnika oddati zavezujočo ponudbo (18. člen Obligacijskega zakonika). Z oddajo ponudbe je le-ta zavezujoča za čas, naveden v ponudbi, razen če jo uporabnik ponudnika umakne ali spremeni pred potekom roka za oddajo ponudb.

Ponudba se šteje za pravočasno oddano, če jo naročnik prejme preko sistema e-JN <https://ejn.gov.si> najkasneje do 23. 2. 2024 do 10:00 ure. 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.

Ponudnik je po oddaji ponudbe sam dolžan v sistemu e-JN spremljati vsa obvestila v zvezi s predmetnim javnim naročilom.

8 Informacije v zvezi z odpiranjem ponudb

Odpiranje ponudb bo potekalo avtomatično v informacijskem sistemu e-JN dne 23. 2. 2024 ob 11:10 uri na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si>.

Odpiranje poteka tako, da sistem e-JN samodejno ob uri, ki je določena za javno odpiranje ponudb, prikaže podatke o ponudniku, o variantah, če so bile zahtevane oziroma dovoljene, skupni ponudbeni vrednosti ponudbe ter omogoči dostop do dokumenta, ki ga ponudnik naloži v sistem e-JN pod razdelek »Skupna ponudbena cena«, v del »Predračun«.

9 Pravna podlaga

Naročnik izvaja postopek oddaje javnega naročila na podlagi veljavnega zakona in podzakonskih aktov, ki urejajo javno naročanje.

10 Stroški javnega naročila

Ponudnik nosi vse stroške, povezane s pripravo in predložitvijo svoje ponudbe, kar vključuje tudi morebitne prevode vseh obrazcev in dokazil, ki jih bo v okviru pregledovanja in ocenjevanja ponudb pridobil oziroma zahteval naročnik iz tujega jezika v slovenski jezik.

Naročnik ni v nobenem primeru odgovoren za morebitno škodo, ki bi ponudnikom nastala v okviru predmetnega postopka oddaje javnega naročila zaradi zavrnitve vseh ponudb, izločitve vseh ponudb, odstopa od izvedbe javnega naročila ali ne sklenitve pogodbe, in ne glede na vodenje ali izid razpisnega

postopka ne bo plačal nobenih stroškov ali kakršnekoli odškodnine ponudnikom.

11 Tehnične specifikacije

Naročnik bo za zakup medijskega prostora za obdobje 12 mesecev namenil do 700.000 EUR brez DDV.

Ponudnik bo pogodbene storitve zakupa medijskega prostora v medijih realiziral na dva načina:

a. čisti zakup: naročnik pošlje pisno naročilo z vsemi podatki (cena, medij, datum objave, velikost oglasov, količina objav), izvajalec opravi zakup v medijih, ki so navedeni v tabelah 1-3, lahko pa tudi v tistih, ki niso navedeni v tabelah 1-3.

Primer naročila: objava v mediju XY, izid 10. 11., velikost 116 x 166 mm, cena XX eur brez DDV.

Pri čistem zakupu izvajalec zaračuna 1% provizije od vrednosti naročila.

b. zakup z načrtovanjem: naročnik pošlje izhodišča za pripravo medijskega načrta, izvajalec pripravi izbiro medijev, terminski in finančni načrt oglaševanja ter opravi zakup v medijih, ki so navedeni v tabelah št. 1-3. Za načrtovanje in izvedbo medijskega načrta lahko ponudnik zaračuna agencijsko provizijo.

Primer naročila: *pripravljamo akcijo osveščanja o trajnostnem razvoju s sončnimi paneli (dodana bodo natančnejša navodila). V ta namen želimo akcijo medijsko podpreti. Prosimo za pripravo medijskega plana v tiskanih in spletnih medijih. Planirana sredstva za akcijo znašajo 20.000 eur brez DDV. Želeni termin oglaševanja je prva polovica meseca junija.*

Agencijska provizija mora biti fiksna za celotno pogodbeno obdobje izražena v odstotkih (%). Vsi stroški morajo biti vračunani. Agencijska provizija v ponudbi mora pokrivati vse stroške, ki jih bo imel ponudnik z realizacijo naročila. Dodatno zaračunavanje ni dovoljeno.

Ponudnik naj v tabeli št. 1 vnese znesek Cost-Per-Point (v nadaljevanju: CPP), v tabelah št. 2 in 3. pa vnese ob vsakem naštetem mediju popust, ki ga lahko zagotovi, ne glede na obseg oglaševanja.

Če bodo v ponudbi za dano naročilo ponujene neobičajno nizke cene v skladu z določilom 86. člena ZJN-3, bo naročnik pred zavrnitvijo take ponudbe zahteval pisno podrobno obrazložitev vseh postavk ponudbe, za katere bo menil, da so merodajne in jih bo, upoštevajoč prejete obrazložitve, preveril.

Naročnik sledi trendu oglaševanja na trgu, zato ne more predvideti, katere kanale komuniciranja bo koristil v prihodnje. V času trajanja okvirnega sporazuma bo naročnik izkoristil posamezne kanale, glede na naravo komuniciranja (npr. medijska kampanja samo na televiziji; samo v tiskanih medijih ali samo na spletu; kombinacija televizije in radia; ali pa tiskanih medijev in spleta, ...). Izbira kanala komuniciranja bo v veliki meri odvisna tudi od storitve, ki jo bo naročnik želel komunicirati.

Ostalo:

- **roki za pripravo medijskih planov:** 3-5 delovnih dni, **zakupov:** 1-3 delovnih dni;
- ponudnik je dolžan naročniku **pred objavo oglasov** (del uredniškega dela medijev), ki niso delo/oz. niso posredovani s strani naročnika (in njegovih oblikovalskih agencij) **posredovati v vpogled in potrditev**,

- medijski plani morajo poleg **specifikacij** medijev, dimenzij, kontaktov pošiljanja, rokov oddaj in izdaj, vsebovati redno ceno (po veljavnem ceniku), znižano za popust, ki ga zagotavlja agencija + morebitni drugi popusti + provizija + DDV,
- **računi** morajo imeti zapisane vse prej navedene postavke in dokazno gradivo (revije, spletni zapisi na USB-ključku, Print Scrn....),
- **ponudnik je dolžan predložiti originalne/redne cenike** medijev naročniku v vpogled in jih ažurirati v primeru sprememb,
- ponudnik je dolžan skrbeti za **obveščanje naročnika** o ponudbah in alternativnih, novih medijih,
- ponudnik mora ob zasnovi posebnih medijskih projektov ob izteku le-teh naročniku dostaviti analizo oz. **poročilo o izvedeni akciji**,
- ponudnik mora naročniku dostavljati informacije oz. analize o medijskem prostoru in medijih na trgu (dosegi, naklade, obiskanost spletnih strani, ...),

Ponudnik mora v sklopu svoje ponudbe pripraviti razpisno nalogo, in sicer predlog strategije zakupa oglasnega prostora v medijih za opisano oglaševalsko akcijo:

»Naročnik želi izvesti akcijo energetskega opismenjevanja javnosti o predvidenih trendih porabe električne energije v Sloveniji v prihodnjem desetletju, ki bo narasla predvidoma za 20 % do 30 %. Glavna ciljna publika akcije so ženske, stare med 18 in 44 let. Pripravljeni bodo: televizijski oglasi, radijski oglasi, videovsebine, testimoniali, tiskani oglasi. Naročnik bi za to akcijo namenil 100.000 EUR brez DDV, trajala bi 1 mesec v visoki sezoni.«

Ponudnik mora pripraviti predlog zakupa medijskega prostora, ki vključuje:

- Televizijske kanale – največ 3 televizijske hiše
- Medije zunanjega oglaševanja – potrebno zagotoviti pokritost v vseh regijah
- Radijske kanale – največ 3 radijske postaje
- Tiskane kanale – največ 2 medijski hiši
- Digitalne kanale – potrebno vključiti socialna omrežja

Omejitve pri pripravi zakupa medijskega prostora so:

- Televizijski kanali:
 - Predvidena dolžina oglasa 20"
 - Vsaj 70 % oglasov mora biti pozicioniranih v osrednji programski čas (18.00-23.00)
 - Na televizijskih kanalih se lahko porabi največ 40 % vrednosti zakupa za opisano akcijo
- Mediji zunanjega oglaševanja:
 - Porabi se lahko največ 20 % vrednosti zakupa za opisano akcijo
- Radijski kanali:
 - Predvidena dolžina oglasa 30"
 - Vsaj 70 % oglasov mora biti pozicioniranih v osrednji programski čas (07.00-10.00)
 - Porabi se lahko največ 10 % vrednosti zakupa za opisano akcijo
- Tiskani kanali:
 - Porabi se lahko največ 30 % vrednosti zakupa za opisano akcijo
- Digitalni kanali:

- Vsaj 70 % zakupa na digitalnih kanalih mora biti namenjenega za oglaševanje na socialnih omrežjih
- Porabi se lahko največ 30 % vrednosti zakupa za opisano akcijo

Od ponudnika pričakujemo:

- Detajlen medijski načrt objav po vseh medijih
- Razlago in razloge odločitev o vključevanju posameznih medijev in razporeditve oglasov v njih
- Načrtovan odstotek vključenosti ciljne skupine na digitalnih kanalih (engagement rate)
- Oceno vključenosti, dosega in afinitete, na podlagi oglaševanja v podobnem časovnem obdobju lanskega leta, temelječe na TGI (Target Group Index) indexom, ki ga pripravlja agencija Mediana.

12 Ugotavljanje sposobnosti

Ponudnik mora izpolnjevati vse v tej točki navedene pogoje.

Naročnik bo pred oddajo javnega naročila od ponudnika, kateremu se je odločil oddati predmetno naročilo, zahteval, da predloži dokazila kot dokaz izpolnjevanja pogojev za sodelovanje iz točke 12.1 te dokumentacije.

V kolikor ponudnik nima sedeža v Republiki Sloveniji in na zahtevo naročnika ne more pridobiti in predložiti zahtevanih dokumentov, ker država, v kateri ima ponudnik svoj sedež, ne izdaja takšnih dokumentov, jih je mogoče nadomestiti z zapriseženo izjavo. Če pa ta v državi, v kateri ima ponudnik svoj sedež, ni predvidena, pa z 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.

12.1 Pogoji za sodelovanje

12.1.1 Kadrovski pogoji

Ponudnik mora za celoten čas izvajanja javnega naročila zagotoviti projektno ekipo vsaj treh (3) strokovnjakov, ki bodo osebno sodelovali pri izvajanju storitev javnega naročila in ki bodo v stiku z naročnikom. Naročnik zahteva naslednjo strokovno usposobljenost:

1. Vodja projekta mora izpolnjevati naslednje pogoje:

- najmanj tri (3) reference, s katerimi izkaže, da je v obdobju zadnjih štirih (4) letih, šteto od objave obvestila o tem javnem naročilu na portalu javnih naročil, opravljal kot vodja projekta primerljive storitve v višini 250.000,00 EUR brez DDV. Kot primerljive storitve se štejejo storitve svetovanja in izvajanja zakupa oglasnega prostora v medijih: televizija, radio, spletni mediji, tiskani mediji, oglaševanje na zunanjih površinah.

2. Najmanj dva (2) sodelujoča pri projektu morata izpolnjevati naslednje pogoje:

- najmanj tri (3) reference, s katerimi izkaže, da je v obdobju zadnjih štirih (4) letih, šteto od objave obvestila o tem javnem naročilu na portalu javnih naročil, opravljal primerljive storitve. Kot primerljive storitve se štejejo storitve svetovanja in planiranja zakupa oglasnega prostora v medijih: televizija, radio, spletni mediji, tiskani mediji, oglaševanje na zunanjih površinah.

Vsak sodelujoči iz točke 2. mora posamično izpolnjevati zahtevane pogoje.

DOKAZILO:

- Izpolnjen ESPD obrazec.
- Izpolnjen obrazec Izpolnjevanje kadrovske pogojev.
- Referenčno potrdilo naročnika za sodelujoči kader.

Naročnik bo upošteval že zaključene projekte/pogodbe ali aktivne projekte/pogodbe, ki se izvajajo najmanj tri (3) mesece, šteto od objave obvestila o tem javnem naročilu na portalu JN.

12.1.2 Pogoji za sodelovanje glede strokovne sposobnosti

- Ponudnik je v zadnjih štirih (4) letih šteto od dneva objave tega javnega naročila na portalu javnih naročil opravil vsaj tri (3) projekte zakupa medijskega prostora v višini 250.000,00 EUR brez DDV ali več.

DOKAZILO:

- Izpolnjen ESPD obrazec.
- Izpolnjen obrazec o izpolnjevanju strokovne sposobnosti.
- Potrjeno referenčno potrdilo o dobro opravljenem delu.

Naročnik bo upošteval že zaključene projekte/pogodbe ali aktivne projekte/pogodbe, ki se izvajajo najmanj tri (3) mesece, šteto od objave obvestila o tem javnem naročilu na portalu JN.

13 Ponudba

13.1 Priprava ponudbe

Ponudba mora biti v celoti pripravljena v skladu s to dokumentacijo ter mora izpolnjevati vse pogoje za udeležbo na tem javnem razpisu. V kolikor bodo informacije ali dokumentacija, ki jo bo predložil ponudnik nepopolna ali napačna oziroma, če bodo posamezni dokumenti manjkali bo naročnik zahteval, da ponudnik v ustreznem roku predloži manjkajoče dokumente ali dopolni, popravi ali pojasni ustrezne informacije ali dokumentacijo.

Naročnik od ponudnika zahteva dopolnitev, popravek, spremembo ali pojasnilo njegove ponudbe, le kadar

določenega dejstva ne more preveriti sam.

Če ponudnik ne predloži manjkajočega dokumenta ali ne dopolni, popravi ali pojasni ustrezne informacije ali dokumentacije v zahtevanem roku, bo naročnik ponudnika izključil.

13.2 Dokumenti, ki so sestavni del ponudbe

Ponudba, ki jo odda ponudnik, mora vsebovati izpolnjene naslednje obrazce in priloge razen, če v nadaljevanju zahtevano drugače:

1. Podatki o ponudniku.
2. Izpolnjen obrazec ESPD.
3. Predračun.
4. Izpolnjene tabele št. 1, 2 in 3.
5. Obrazec Izjava o izpolnjevanju kadrovskih pogojev.
6. Obrazec Izjava o izpolnjevanju strokovne sposobnostjo.
7. Referenčno potrdilo naročnika.
8. Referenčno potrdilo o dobro opravljenem delu.
9. Zahtevani izdelki iz točke 11. Tehnične specifikacije te dokumentacije (Razpisna naloga).
10. Soglasje podizvajalca o neposrednih plačilih.

V kolikor ponudnik oddaja ponudbo s podizvajalcem, podizvajalec pa želi neposredna plačila mora oddati izpolnjen obrazec soglasje podizvajalca za neposredna plačila.

Naročnik bo pred oddajo javnega naročila od ponudnika, kateremu so bo odločil oddati javno naročilo zahteval predložitev referenčnih potrdil naročnika in referenčnih potrdil o dobro opravljenem delu. Ponudnik pa lahko že pri oddaji ponudbe predloži referenčna potrdila naročnika in referenčna potrdila o dobro opravljenem delu.

Ponudnik, ki odda ponudbo, pod kazensko in materialno odgovornostjo jamči, da so vsi podatki in dokumenti, podani v ponudbi, resnični. V nasprotnem primeru ponudnik naročniku odgovarja za vso škodo, ki mu je nastala.

Ponudnik z oddajo ponudbe sprejme vse pogoje iz te dokumentacije.

13.2.1 Obrazec ESPD za vse gospodarske subjekte

Obrazec ESPD predstavlja uradno izjavo gospodarskega subjekta, da izpolnjuje pogoje za sodelovanje, hkrati pa zagotavlja ustrezne informacije, ki jih zahteva naročnik. Obrazec ESPD vključuje tudi uradno izjavo o tem, da bo gospodarski subjekt na zahtevo in brez odlašanja sposoben predložiti dokazila, ki dokazujejo neobstoj razlogov za izključitev oziroma izpolnjevanje pogojev za sodelovanje.

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

Gospodarski subjekt naročnikov obrazec ESPD (datoteka XML) uvozi na spletni strani Portala javnih naročil/ESPD: http://www.enarocanje.si/_ESPD/ in v njega neposredno vnese zahtevane podatke.

Izpolnjen in podpisan ESPD mora biti v prijavi 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).

Ponudnik, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo, naloži svoj ESPD v razdelek »Dokumenti«, del »ESPD – ponudnik«, ESPD ostalih sodelujočih pa naloži v razdelek »Sodelujoči«, del »ESPD – ostali sodelujoči«. Ponudnik, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo, naloži elektronsko podpisan ESPD v *.xml obliki ali nepodpisan ESPD v *.xml obliki, pri čemer se v slednjem primeru v skladu Splošnimi pogoji uporabe informacijskega sistema e-JN šteje, da je oddan pravno zavezujoč dokument, ki ima enako veljavnost kot podpisan.

Za ostale sodelujoče ponudnik v razdelek »Sodelujoči«, del »ESPD – ostali sodelujoči« priloži podpisane ESPD v PDF obliki, ali v elektronski obliki podpisan *.xml.

13.2.2 Predračun

Ponudnik v obrazcu Predračun izpolni vse zahtevane postavke. Agencijska provizija mora biti fiksna za celotno pogodbeno obdobje.. Agencijska provizija v ponudbi mora pokrivati vse stroške, ki jih bo imel ponudnik z realizacijo naročila. Dodatno zaračunavanje ni dovoljeno.

Redni količinski oz. vrednostni (glede na obseg sodelovanja) popusti, ki jih mediji objavljajo v rednih cenikih ne smejo biti vključeni v ponujen/zagotovljen popust agencije. Izvajalec se hkrati obvezuje prenesti na naročnika vse ugodnosti, ki jih ponuja posamezni medij (dodatni popusti, količinski popusti, sezonski popusti, last minute popusti, gratis objave, brezplačne objave člankov, ...), o čemer se izvajalec in naročnik dogovorita ob konkretnih medijskih zakupih.

Vse vrednosti in odstotki naj bodo zaokroženi in prikazani na 2 decimalni mesti natančno.

Ponudnik ne sme spreminjati vsebine predračuna.

V primeru, da bo naročnik pri pregledu in ocenjevanju ponudb odkril očitne računske napake, bo ravnal v skladu s sedmim odstavkom 89. člena ZJN-3.

Ponudnik v sistem e-JN v razdelek »Skupna ponudbena vrednost« v zato namenjen prostor vpiše skupni ponudbeni znesek brez davka v EUR v višini utežene povprečne cene CPP navedene v obrazcu Predračun in znesek davka v EUR. V del »Predračun« pa naloži datoteko Predračun v obliki pdf. »Skupna ponudbena vrednost«, ki bo vpisana v istoimenski razdelek in dokument, ki bo naložen kot predračun v del »Predračun«, bosta razvidna in dostopna na javnem odpiranju ponudb.

13.2.3 Druga dokumentacija

Ostale obrazce in priloge, ki so zahtevane kot sestavni del ponudbe in druga dokazila ponudnik naloži v razdelek »Druge priloge«. **Izpolnjene tabele št. 1, 2 in 3 ponudnik predloži v razdelek »Druge priloge«.**

13.2.4 Finančno zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti

Izbrani ponudnik mora kot zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti predložiti finančno zavarovanje v skladu z določili okvirnega sporazuma. Izbrani ponudnik kot instrument finančnega zavarovanja predloži overjeno izvršnico v višini 30.000,00 EUR brez DDV.

Naročnik bo unovčil zavarovanje za dobro izvedbo obveznosti po tej pogodbi, če izbrani ponudnik ne bo izpolnil svojih pogodbenih obveznosti v skladu z določili pogodbe.

13.2.5 Druga določila za pripravo ponudbe

13.2.5.1 Skupna ponudba

Skupina ponudnikov lahko pogoje za sodelovanje, ki se nanašajo na ustreznost kadrovske in strokovne sposobnosti, izpolnjuje kumulativno, kar omogoča, da jih vsi kandidati izpolnijo skupaj, razen če v tej dokumentaciji oziroma ZJN-3 ni določeno drugače.

13.2.5.2 Podizvajalci

V primeru, da bo ponudnik izvajal javno naročilo s podizvajalci, mora 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,
- če podizvajalec to zahteva, priložiti tudi zahtevo podizvajalca za neposredno plačilo.

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.

Glavni izvajalec mora med izvajanjem javnega naročila naročnika obvestiti o morebitnih spremembah informacij iz druge odstavka 94. člena ZJN-3 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 podatke in dokumente iz druge, tretje in četrte alineje drugega odstavka 94. člena ZJN-3.

Ponudnik in vsi imenovani podizvajalci lahko pogoje za sodelovanje, ki se nanašajo na ustreznost za strokovno in kadrovske sposobnosti, izpolnjujejo kumulativno, kar omogoča, da jih vsi kandidat in podizvajalci skupaj

izpolnijo, razen če v tej dokumentaciji oziroma ZJN-3 ni določeno drugače. Ustreznost za opravljanje poklicne dejavnosti morajo podizvajalci izpolnjevati posamično.

V kolikor ponudnik izpolnjevanje katerega od pogojev dokazuje skupaj s katerim od podizvajalcev, v teku izvajanja pogodbe pa bi želel takšnega podizvajalca zamenjati, bo moral zagotoviti, da sam izpolnjuje konkretni pogoj oz. da je na novo postavljeni podizvajalec takšen, da tudi skupaj z njim ponudnik izpolnjuje zahtevane pogoje.

Ponudnik, ki mu bo oddano naročilo in ki bo nastopil s podizvajalci, bo v razmerju do naročnika v celoti odgovarjal za izvedbo naročila.

13.3 Variantne ponudbe

Naročnik v skladu z 72. členom ZJN-3 seznaja ponudnike, da ne bo dovoljeval variantnih ponudb.

13.4 Veljavnost ponudbe

Ponudba mora veljati vsaj 30. 4. 2024.

13.5 Uporaba jezika

Postopek javnega naročanja poteka v slovenskem jeziku.

Naročnik omogoča, da lahko ponudnik del dokumentacije oz. dokazil o izpolnjevanju pogojev ali meril priloži tudi v angleškem jeziku. V kolikor naročnik oceni, da je predloženo dokumentacijo v tujem jeziku potrebno prevesti, je ponudnik dolžan na zahtevo naročnika na svoje stroške posredovati prevode dokumentacije v slovenski jezik.

14 Merilo za oddajo javnega naročila

Naročnik bo izbral ekonomsko najugodnejšo ponudbo na podlagi naslednjih meril:

A: Razpisna naloga (do 35 točk)

B: Doseženi CPP v medijih 1 (do 25 točk)

C: Popusti v medijih 2 (do 15 točk)

D: Popusti v medijih 3 (do 10 točk)

E: Agencijska provizija (do 15 točk)

A: Razpisna naloga (35 točk)

Komisija naročnika bo subjektivno ocenila razpisno nalogo. Točke bo razporedila po naslednjih kategorijah:

- ustreznost medijske strategije, ki vsebinsko ustrezno podpira cilj kampanje in krepi ugled naročnika **(od 0 do 10 točk)**
- ustreznost izbora medijev, širina in utemeljitev izbranih medijev glede na zastavljeni cilj in ciljno skupino **(od 0 do 10 točk)**
- Dokazano stopnjo učinkovitosti kampanje za dani proračun, pri čemer mora biti razvidno, kateri mediji so uporabljeni v strategiji in s katerimi mediji bo naročnik dosegel posamezne cilje **(od 0 do 10 točk)**
- Inovativnost pri uporabi medijskih orodij, kanalov in formatov **(od 0 do 5 točk)**

B. Doseženi CPP za objave v izbranih medijih v tabeli št. 1 (do 25 točk)

V kategoriji doseženih popustov objave v medijih v tabeli št. 1 (25 točk) bomo merili doseženo višino CPP. Ponudnik z najnižjo uteženo višino CPPja (utežitev CPPjev po medijih je podana v tabeli št. 1.) v izbranih medijih dobi 25 točk, ostali ustrezno manj.

Točke bo naročnik izračunal po naslednji formuli*:

$$\text{Doseženi CPP (B)} = \frac{\text{Najnižja utežena vrednost CPP}}{\text{Ponujena utežena vrednost CPP}} \times 25$$

C. Popusti za objave v izbranih medijih v tabeli št. 2 (do 15 točk)

V kategoriji popustov za objave v medijih (15 točk) bomo merili uteženo povprečno višino popustov v medijih, kjer naročnik pričakuje, da bo izvajal oglaševanje in so naštet v tabeli št. 2 (utežitev popustov je podana v tabeli št. 2). Ponudnik z najvišjim povprečnim popustom za objave v medijih dobi 15 točk, ostali ustrezno manj.

Točke za popuste v medijih v tabeli št. 3 bo naročnik izračunal po naslednji formuli*:

$$\text{Popust (C)} = \frac{\text{Ponujeni povprečni popust v medijih}}{\text{Najvišji povprečni popust v medijih}} \times 15$$

D. Popusti za objave v izbranih medijih v tabeli št. 3 (do 10 točk)

V kategoriji popustov za objave v medijih (10 točk) bomo merili povprečno višino popustov v medijih, kjer naročnik pričakuje, da bo izvajal oglaševanje in so naštet v tabeli št. 3. Ponudnik z najvišjim povprečnim popustom za objave v medijih dobi 10 točk, ostali ustrezno manj.

Točke za popuste v medijih v tabeli št. 3 bo naročnik izračunal po naslednji formuli*:

$$\text{Popust (D)} = \frac{\text{Ponujeni povprečni popust v medijih}}{\text{Najvišji povprečni popust v medijih}} \times 10$$

E. Agencijska provizija za zakup z načrtovanjem (15 točk)

V kategoriji agencijske provizije (15 točk) bomo merili vrednost agencijske provizije. Izvajalec z najnižjo povprečno agencijsko provizijo dobi 15 točk, ostali ustrezno manj, izračunano po naslednji formuli:

$$\text{Agencijska provizija (E)} = \frac{10 + \text{Najnižja agencijska provizija (v \%)}}{10 + \text{Ponujena agencijska provizija (v \%)}} \times 15$$

*V primeru, da mediji, navedeni v tabelah št. 1-3 v času razpisa ne obstajajo več oziroma oglaševanje pri njih ni mogoče, ponudnik v tabeli to ustrezno označi. Naročnik bo pri medijih preveril njihov obstoj oziroma možnost oglaševanja. V primeru, da posamezni medij ne obstaja več oziroma oglaševanje ni mogoče, bo naročnik medij odstranil iz izračuna povprečnega popusta, v nasprotnem primeru, če se izkaže, da medij še vseeno obstaja in je oglaševanje pri njemu možno, ponudnik pa navede nasprotno, bo naročnik pri izračunu najugodnejšega ponudnika upošteval popust v višini 0 %.

$$\text{Končna ocena} = A + B + C + D + E$$

V primeru, da bosta dve ali več ponudb ocenjeni z enako končno oceno, bo izbran ponudnik, ki je dosegel večje število točk iz vsebinske ocene (A).

15 Okvirni sporazum

15.1 Vzorec okvirnega sporazuma

V skladu s šestim odstavkom 14. člena Zakona o integriteti in preprečevanju korupcije (Uradni list RS, št. 69/11-UPB2 in nadaljnje spremembe) je dolžan izbrani ponudnik na poziv naročnika, pred podpisom okvirnega sporazuma, predložiti izjavo ali podatke o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika ter o gospodarskih subjektih za katere se glede na določbe zakona, ki ureja gospodarske družbe, šteje, da so povezane družbe s ponudnikom. Če bo ponudnik predložil lažno izjavo oziroma bo dal neresnične podatke o navedenih dejstvih, bo to imelo za posledico ničnost okvirnega sporazuma, ponudnik pa je dolžan povrniti vso nastalo škodo.

Ponudnik izpolni vzorec okvirnega sporazuma z osnovnimi podatki ponudnika.

Naročnik izrecno opozarja, da v trenutku sklenitve tega okvirnega sporazuma ne pozna obsega (količine) posameznega zakupa, kot tudi ne načina zakupa. Prav tako opozarja, da medijev ne deli na nosilne in podporne medije.

Vzorec okvirnega sporazuma se bo pred podpisom vsebinsko prilagodil glede na to, ali bo izbrani ponudnik predložil skupno ponudbo ali prijavil sodelovanje podizvajalcev.

15.1.1 Spremembe okvirnega sporazuma med njegovo veljavnostjo

Naročnik si v skladu s prvo točko prvega odstavka 95. člena ZJN-3 pridružuje pravico do spremembe okvirnega sporazuma med njegovo veljavnostjo v naslednjem primeru:

- v kolikor se pojavijo na trgu novi mediji, ki so pomembni za oglaševanje naročnika ali obstoječi mediji spremenijo naziv, si naročnik pridružuje pravico, da pri izvajanju okvirnega sporazuma naroča tudi storitve zakupa v teh medijih. Izvajalec si bo moral prizadevati, da za zakup oglasnega prostora v novih medijih na željo naročnika pridobi ponudbo, ki bo sorazmerna proviziji/popustu za oglaševanje glede na že dogovorjene obstoječe provizije in popuste.

16 Zaupnost

Informacije, ki jih bo ponudnik označil kot poslovno skrivnost, bodo uporabljene samo za namene postopka in ne bodo dostopne nikomur izven kroga oseb, ki bodo vključene v postopek. Kot poslovno skrivnost lahko ponudnik označi informacije, ki niso javne po zakonu ali kako drugače javno dostopni ter informacije, ki so s predpisi ali internimi akti ponudnika označene kot poslovna skrivnost.

Ob tem naročnik opozarja ponudnika, da pod poslovno skrivnost ne sodijo informacije, ki so splošno znane ali lahko dosegljive osebam v krogih, ki se običajno ukvarjajo s to vrsto informacij ali so dostopne po Zakonu o dostopu informacij javnega značaja. .

17 Pravno varstvo

Zahtevek za revizijo, ki se nanaša na vsebino objave, povabilo k oddaji ponudbe ali razpisno dokumentacijo, se lahko vloži v desetih delovnih dneh od dneva objave obvestila o naročilu ali prejemu povabila k oddaji ponudbe. Kadar naročnik spremeni ali dopolni navedbe v objavi, povabilu k oddaji ponudbe ali v razpisni dokumentaciji, se lahko zahtevek za revizijo, ki se nanaša na spremenjeno, dopolnjeno ali pojasnjeno vsebino objave, povabila ali razpisne dokumentacije ali z njim neposredno povezano navedbo v prvotni objavi, povabilu k oddaji ponudbe ali razpisni dokumentaciji, vloži v desetih delovnih dneh od dneva objave obvestila o dodatnih informacijah, informacijah o nedokončanem postopku ali popravku, če se s tem obvestilom spreminjajo ali dopolnjujejo zahteve ali merila za izbiro najugodnejšega ponudnika.

Zahtevek za revizijo se vloži preko portala eRevizija.

Zahtevek za revizijo mora vsebovati:

1. ime in naslov vlagatelja zahtevka ter kontaktno osebo,
2. ime naročnika,
3. oznako javnega naročila,
4. predmet javnega naročila,
5. pooblastilo za zastopanje v predrevizijskem in revizijskem postopku, če vlagatelj nastopa s pooblaščencom,
6. potrdilo o plačilu takse iz prvega odstavka 71. člena Zakona o pravnem varstvu v postopkih javnega naročanja v višini 4.000,00 EUR.

Vlagatelj mora v zahtevku za revizijo navesti očitne kršitve ter dejstva in dokaze, s katerimi se kršitve dokazujejo.

Taksa se plača na račun transakcijski račun št. SI56 0110 0100 0358 802

Račun je odprt pri: Banka Slovenije, Slovenska 35, 1505 Ljubljana, Slovenija

SWIFT KODA: BSLJSI2X

Št. računa: SI56011001000358802

Referenca: 11 16110-7111290-XXXXXXLL

Zadnji, tretji del reference pomeni številko objave obvestila o javnem naročilu. Sestavljen je iz osmih števil, od tega sta zadnji dve mesti namenjeni za navedbo letnice iz številke objave oziroma oznake javnega naročila.

dr. Dejan Paravan,
generalni direktor