

Številka JN: JNV-0006/2024-S-POG-STO
Datum: 16. 4. 2024

DOKUMENTACIJA V ZVEZI Z ODDAJO JAVNEGA NAROČILA

Predmet javnega naročila:
**TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu
v letu 2024**

Številka javnega naročila
JNV-0006/2024-S-POG-STO

Javno naročilo po **odprtem postopku** je bilo objavljeno v Uradnem listu Evropske unije pod številko objave _____, dne _____ in na portalu javnih naročil pod številko objave _____, dne _____.

POVABILO K ODDAJI PONUDBE

Na podlagi 40. člena Zakona o javnem naročanju (Uradni list RS, št. 91/15, 14/18, 121/21, 10/22, 74/22 – odl. US, 100/22 – ZNUZSZS, 28/23 in 88/23 – ZOPNN-F; v nadaljevanju ZJN-3), naročnik 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 »TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024« najkasneje do: **dne 23. 5. 2024 do 10. ure.**

Ponudniki morajo ponudbe predložiti v informacijski sistem e-JN (v nadaljevanju: sistem e-JN) na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si>, v skladu s točko 3 dokumenta Navodila za uporabo informacijskega sistema e-JN: PONUDNIKI (v nadaljevanju: Navodila za uporabo e-JN), ki je del te dokumentacije in objavljen na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si/aktualno/vec-informacij-ponudniki.html>.

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 sistem e-JN, se v sistem e-JN prijavi na istem naslovu.

Uporabnik ponudnika, ki je v sistemu e-JN pooblaščen za oddajanje ponudb, ponudbo odda s klikom na gumb »Oddaj«. 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, Uradni list RS, št. 97/07, 64/16 – odl. US in 20/18 – OROZ631). 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 zgoraj navedenega roka. Za oddano ponudbo se šteje ponudba, ki je v sistemu e-JN označena s statusom »Oddana«.

Ponudnik lahko do roka za oddajo ponudb svojo ponudbo umakne ali spremeni. Če ponudnik v 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 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 bo potekalo avtomatično v sistemu e-JN dne **23. 5. 2024** in se bo začelo ob **12. uri** na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si>.

Odpiranje poteka tako, da sistem e-JN samodejno ob uri, ki je določena za odpiranje ponudb, prikaže podatke o ponudniku in 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«.

Kontaktna oseba naročnika: Ana Savšek

S spoštovanjem,

direktorica
mag. Maja Pak Olaj

1 SPLOŠNE DOLOČBE

1.1 Način izvajanja naročila

Javno naročilo »TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024« je razdeljeno na 3 sklope. Naročnik oddaja javno naročilo po sklopih. Ponudnik lahko predloži ponudbo za en sklop, dva sklopa ali vse tri sklope.

1.2 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.

1.3 Jezik

Postopek javnega naročanja poteka v slovenskem jeziku. Ponudnik mora pripraviti ponudbo v slovenskem jeziku. Ponudnik lahko uporabi že uveljavljene tehnične izraze v tujem jeziku, vendar le v tehničnem delu ponudbe.

Predložena potrdila o kakovosti in certifikati so lahko tudi v tujem jeziku. Če naročnik ob pregledovanju in ocenjevanju ponudb meni, da je treba del ponudbe, ki ni predložen v slovenskem jeziku, prevesti v slovenski jezik, lahko od ponudnika zahteva, da do določenega ustreznega roka to stori na lastne stroške. Za presojo spornih vprašanj, se vedno uporablja ponudba v slovenskem jeziku in del ponudbe v overjenem prevodu v slovenski jezik.

1.4 Podizvajalci

Ponudnik lahko predmetno javno naročilo v celoti izvede sam ali pa ga izvede s podizvajalci.

V primeru izvedbe javnega naročila s podizvajalci, je potrebno v ponudbi:

- navesti vse podizvajalce ter vsak del javnega naročila, ki ga namerava ponudnik oddati v podizvajanje,
- kontaktne podatke predlaganih podizvajalcev in njihovih zakonitih zastopnikov,
- 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 storitve naročnika obvestiti o morebitnih spremembah informacij iz prejšnjega odstavka in poslati informacije o novih podizvajalcih, ki jih namerava naknadno vključiti v izvajanje takšnih 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.

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

- glavni izvajalec v pogodbi pooblastiti naročnika, da na podlagi potrjenega računa s strani glavnega izvajalca neposredno plačuje podizvajalcu,
- podizvajalec predložiti soglasje, na podlagi katerega naročnik namesto ponudnika poravna podizvajalčevo terjatev do ponudnika,
- glavni izvajalec svojemu računu priložiti račun 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 pošlje svojo pisno izjavo in pisno izjavo podizvajalca, da je podizvajalec prejel plačilo za izvedene storitve.

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.

1.5 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.

1.6 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 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 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.

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 primeru javnega naročila storitve, naročnik zahteva, da nekatere ključne naloge opravi neposredno ponudnik sam, če pa ponudbo predloži skupina gospodarskih subjektov, pa sodelujoči v tej skupini.

1.7 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 **13. 5. 2024 do 12. ure**.

Naročnik bo dodatno pojasnilo v zvezi s to dokumentacijo posredoval prek portala javnih naročil najpozneje do dne **15. 5. 2024 do 12. ure**, pod pogojem, da je bila zahteva posredovana pravočasno. Na prepozne zahteve naročnik ne bo odgovarjal.

1.8 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.

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 dvomnost navedbe v tej dokumentaciji.

1.9 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. Naročnik bo očitne in nebitvene napake, ki jih bo našel pri pregledu in ocenjevanju ponudb spregledal.

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 sedmim odstavkom 89. člena ZJN-3, in tistega dela ponudbe, ki se veže na tehnične specifikacije predmeta javnega naročila (npr. načrtovane višine TRP in OTS).

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, ki določa, da sme izključno naročnik ob pisnem soglasju ponudnika popraviti računske napake, ki jih odkrije pri pregledu in ocenjevanju ponudb. Pri tem se količina in cena na enoto brez DDV ne smeta spreminjati. Če se pri pregledu in ocenjevanju ponudb ugotovi, da je prišlo do računske napake zaradi nepravilne vnaprej določene matematične operacije s strani naročnika, lahko naročnik ob pisnem soglasju ponudnika 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. Ne glede na prejšnji odstavek lahko naročnik ob pisnem soglasju ponudnika napačno zapisano stopnjo DDV popravi v pravilno.

1.10 Stroški 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.

1.11 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.

1.12 Rok plačila

Rok plačila je 30 dni od dneva prejema računa.

1.13 Ocenjena vrednost javnega naročila in ponudbena cena

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

Ocenjena vrednost javnega naročila je 550.000,00 evrov brez DDV oz. 671.000,00 evrov z 22% DDV, kot sledi:

Št. Sklopa	Naziv sklopa	Ocenjena vrednost v € brez DDV (vključene vse dajatve, razen DDV)	Ocenjena vrednost v € z DDV

Sklop 1	TV oglaševanje na italijanskem trgu v letu 2024	180.000,00 €	219.600,00 €
Sklop 2	TV oglaševanje na avstrijskem trgu v letu 2024	220.000,00 €	268.400,00 €
Sklop 3	TV oglaševanje na nemškem trgu v letu 2024	150.000,00 €	183.000,00 €

1.14 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.

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 ponudbo zavrnil, če bo ugotovil, da je ponudba neobičajno nizka, ker ni skladna z veljavnimi obveznostmi iz drugega odstavka 3. člena ZJN-3, ki določa, da morajo pri izvajanju javnih naročil gospodarski subjekti izpolnjevati veljavne obveznosti na področju okoljskega, socialnega in delovnega prava, ki so določene v pravu Evropske unije, predpisih, ki veljajo v Republiki Sloveniji, kolektivnih pogodbah ali predpisih mednarodnega okoljskega, socialnega in delovnega prava. Seznam mednarodnih socialnih in okoljskih konvencij določata Priloga X Direktive 2014/24/EU in Priloga XIV Direktive 2014/25/EU.

1.15 Merila

Merilo za izbiro ponudnika za posamezni sklop je ekonomsko najugodnejša ponudba za ta sklop.

Naročnik bo ekonomsko najugodnejšo ponudbo za posamezni sklop izbral na osnovi naslednjih meril:

Št.	Merila za sklop 1, sklop 2 in sklop 3	Udeležba (%)
1.	Najnižja skupna vrednost ponudbe:	50
	a. Ponudbena cena v €	40
	b. Višina agencijske storitve v € brez DDV	10
2	Kakovost izvedbe/vsebina medijskega načrta:	50
	a. Doseženo število Eq TRP 30 sec	30
	b. Skupni doseg 1+ celotne akcije	10
	c. Vsebina ponudbe (opredelitev medijske ciljne skupine in pregled gledanosti TV programov pri ciljni skupini)	10

1.MERILO: najnižja skupna vrednost ponudbe (50 točk)

- a) pri merilu »**Ponudbena cena v €**« lahko ponudnik pridobi največ 40 točk. Ponudbena cena v € je neto cena medijskega zakupa, brez agencijske storitve, brez DDV in brez morebitnih drugih dajatev.

Ponudbena cena v € bo ocenjevana kot relativno razmerje med najnižjo ponujeno ceno in ponujeno ceno ponudnika na podlagi formule:

$$T1.1. = 40 \times \frac{C_m}{C_p}$$

T1.1 = točke pri merilu Ponudbena cena (največ 40)

C_m = najnižja ponujena Ponudbena cena

C_p = ponujena Ponudbena cena posameznega ponudnika

Obračun v točke bo naročnik 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).

- b) pri merilu »**Višina agencijske storitve v € brez DDV**« lahko ponudnik pridobi največ 10 točk.

Višina agencijske storitve v € brez DDV (agencijska provizija) lahko znaša največ 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora.

Višina agencijske storitve v € brez DDV bo ocenjevana kot relativno razmerje med najnižjo ponujeno višino agencijske storitve in ponujeno višino agencijske storitve ponudnika na podlagi formule:

$$T1.2. = 10 \times \frac{Am}{Ap}$$

T.1.2. = točke pri merilu Višina agencijske storitve (največ 10)

Am = najnižja ponujena višina agencijske storitve

Ap = višina agencijske storitve ponudnika

Obračun v točke bo naročnik 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).

2. MERILO: Kakovost izvedbe/vsebine medijskega načrta

- a) pri merilu »**Doseženo število Eq TRP 30 sec**« lahko ponudnik pridobi največ 30 točk.

Ocenjuje se višina načrtovanega števila Eq TRP 30 sec in bo ocenjevano kot relativno razmerje med najvišjim številom TRPjev in TRPjev ponudnika na podlagi formule:

$$T2.1. = 30 \times \frac{Tp}{Tm}$$

T 2.1...točke pri merilu Doseženo število Eq TRP 30 sec (največ 30)

Tm = najvišje št. Eq TRP 30 sec

Tp = število Eq TRP 30 sec

- b) pri merilu »**Skupni doseg 1+ celotne akcije**« lahko ponudnik pridobi največ 10 točk.

Ocenjuje se višina načrtovanega skupnega dosega 1+ (reach) TV kampanje in bo ocenjevano kot relativno razmerje med najvišjim dosegom 1+ in dosegom 1+ ponudnika na podlagi formule:

$$T2.2. = 10 \times \frac{Dp}{Dm}$$

T.2.2. . točke pri merilu Skupni doseg 1+ celotne akcije (največ 10)

Dm = najvišji doseg 1+

Dp = najvišji doseg 1+posameznega ponudnika

- c) pri merilu »**Vsebina ponudbe (opredelitev medijske ciljne skupine in pregled gledanosti TV programov pri ciljni skupini)**« lahko ponudnik pridobi največ 10 točk.

Naročnik bo po tem merilu ocenjeval vsebino ponudbe za vsak posamezni sklop, ki jo bo ponudnik predložil v prilogi »Opredelitev medijske ciljne skupine in pregled gledanosti TV programov pri ciljni

skupini« za vsak posamezen sklop. Ocenjevanje tega merila bo izvedel naročnik s pomočjo 3-članske strokovne komisije strokovnjakov s področja marketinga in zakupa medijev.

Vsebina ponudbe bo ocenjevana na način, da bo opredelitev prejela od 0 do 10 točk, in sicer na način:

- Ponudba bo prejela **0 točk**, v kolikor ne bo vsebovala opredelitve življenjsko stilske ciljne skupine, njenega potenciala (število posameznikov v državi), prikaza demografske strukture in določitve medijske ciljne skupine, prikaza afintet življenjsko stilske ciljne skupine za posamezne TV programe in prikaza dosegov posameznih TV programov ter utemeljitve predloga izbora TV programov, posameznih objav TV oglasov v terminih/oddajah.
- Ponudba bo prejela **5 točk**, v kolikor bo vsebovala opredelitev življenjsko stilske ciljne skupine, določitev njenega potenciala (število posameznikov v državi), prikaz demografske strukture in določitev medijske ciljne skupine z navedbo vira podatkov.
- Ponudba bo prejela **8 točk**, v kolikor bo poleg opredelitve življenjsko stilske ciljne skupine, določitve njenega potenciala (število posameznikov v državi), prikaza demografske strukture in določitve medijske ciljne skupine z navedbo vira podatkov vsebovala tudi prikaz afintet življenjsko stilske ciljne skupine za posamezne TV programe in prikaz dosegov posameznih TV programov.
- Ponudba bo prejela **10 točk**, v kolikor bo vsebovala opredelitev življenjsko stilske ciljne skupine, določitev njenega potenciala (število posameznikov v državi), prikaz demografske strukture in določitev medijske ciljne skupine z navedbo vira podatkov, prikaz afintet življenjsko stilske ciljne skupine za posamezne TV programe in prikaz dosegov posameznih TV programov, poleg tega pa še utemeljitev variantnega predloga izbora TV programov in posameznih objav TV oglasov v terminih/oddajah.

1.16 Obvestilo o odločitvi o oddaji naročila

Naročnik bo podpisano odločitev o oddaji naročila objavil na portalu javnih naročil. Odločitev se šteje za vročeno z dnem objave na portalu javnih naročil.

1.17 Podatki o lastniški strukturi

Izbrani ponudnik mora v roku osmih dni od prejema naročnikovega poziva posredovati podatke o:

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

1.18 Pogodba

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 osmih dneh vrnil podpisane pogodbe, se šteje, da je odstopil od ponudbe.

1.19 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 ponujene storitve 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.

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

1.21 Prenehanje pogodbene obveznosti

Med veljavnostjo pogodbe o izvedbi javnega naročila lahko naročnik odstopi od pogodbe v skladu z določili 96. člena ZJN-3.

1.22 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, 60/17 in 72/19).

2 UGOTAVLJANJE SPOSOBNOSTI

Vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi predmetnega javnega naročila, mora za izkazovanje v nadaljevanju opisanih pogojev predložiti obrazec ESPD v okviru ponudbene dokumentacije.

Naročnik bo pred oddajo javnega naročila od ponudnika, kateremu se je odločil oddati javno naročilo, zahteval, da predloži najnovejša dokazila, ki dokazujejo izpolnjevanje vseh pogojev oziroma bo v skladu z devetimi odstavki 77. člena ZJN-3 podatke preveril v uradnih evidencah z uporabo enotnega informacijskega sistema.

2.1 Razlogi za izključitev

P1 Naročnik bo iz sodelovanja v postopku javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, 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 za kazniva dejanja, kot jih določa prvi odstavek 75. člena ZJN-3 ali za primerljiva kazniva dejanja, ki so jih izrekla tuja sodišča.

V kolikor je gospodarski subjekt v položaju iz zgornjega odstavka, lahko v skladu z devetimi odstavki 75. člena ZJN-3 najkasneje do roka za oddajo ponudb naročniku predloži dokaze, 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 obrazec ESPD (v »Del III: Razlogi za izključitev, Oddelek A: Razlogi, povezani s kazenskimi obsodbami«), za vse gospodarske subjekte v ponudbi. V kolikor je vaš odgovor v tem primeru DA, v navedena polja vpišete zahtevane podatke. V primeru, da uveljavljate popravni mehanizem, na vprašanje »Ste sprejeli ukrepe, s katerimi ste dokazali svojo zanesljivost (»samočiščenje«)?« odgovorite z DA in v polje »Prosimo opišite jih« napišete kršitve in ukrepe, s katerimi lahko dokažete svojo zanesljivost kljub obstoju razlogov za izključitev.

Dokazilo: Izpolnjen obrazec ESPD (v »Del III: Razlogi za izključitev, Oddelek D: Nacionalni razlogi za izključitev«) za izključitveni razlog iz prvega odstavka 75. člena ZJN-3 (kršitev temeljnih pravic delavcev iz 196. člena KZ-1), za vse gospodarske subjekte v ponudbi. V kolikor je vaš odgovor v tem primeru DA, in uveljavljate popravni mehanizem, kršitve in ukrepe, s katerimi lahko dokažete svojo zanesljivost kljub obstoju navedenega razloga za izključitev, navedite v izjavi.

Naročnik bo pred oddajo javnega naročila, za izbranega ponudnika, podatke preveril v uradnih evidencah z uporabo enotnega informacijskega sistema. V tem primeru bo naročnik kot zadosten dokaz, da ne obstajajo razlogi za izključitev iz prvega odstavka 75. člena ZJN-3 upošteval podatke iz kazenske evidence, ki bodo pridobljeni najpozneje v 90 dneh od roka za oddajo ponudb.

Gospodarski subjekt lahko potrdila iz kazenske evidence priloži že v okviru ponudbe. V tem primeru bo naročnik kot zadosten dokaz, da gospodarski subjekt ni v položaju iz prvega odstavka 75. člena ZJN-3 upošteval dokazila, ki ne bodo starejša od 4 mesecev, šteto od roka za oddajo ponudb.

[Navodila za pridobitev potrdil o nekaznovanosti.](#)

P2 Naročnik bo iz sodelovanja v postopku javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, če bo pri preverjanju v skladu s 77., 79. in 80. členom ZJN-3 ugotovil, da gospodarski subjekt 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. Šteje se, da gospodarski subjekt ne izpolnjuje obveznosti iz prejšnjega stavka tudi, če nima predloženih vseh obračunov davčnih odtegljajev za dohodke iz delovnega razmerja za obdobje zadnjih petih let do roka za oddajo ponudbe.

Gospodarski subjekt ne bo izločen, če do roka za oddajo ponudb poravnane neplačane zapadle obveznosti, ki znašajo 50 eurov ali več in predloži vse obračune davčnih odtegljajev za dohodke iz delovnega razmerja za obdobje zadnjih petih let do roka za oddajo ponudbe.

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

Dokazilo: Izpolnjen obrazec ESPD (v »Del III: Razlogi za izključitev, Oddelek B: Razlogi, povezani s plačilom davkov ali prispevkov za socialno varnost«) za vse gospodarske subjekte v ponudbi.

- P3** 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 izrečenimi stranskimi sankcijami izločitve iz postopkov javnega naročanja iz a) točke četrtega odstavka 75. člena ZJN-3.

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

Dokazilo: Izpolnjen obrazec ESPD (v »Del III: Razlogi za izključitev, Oddelek D: Nacionalni razlogi za izključitev«) za vse gospodarske subjekte v ponudbi.

- P4** Naročnik bo iz postopka javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, če je v zadnjih treh letih pred potekom roka za oddajo ponudb 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.

V kolikor je gospodarski subjekt v položaju iz zgornjega odstavka, lahko v skladu z devetim odstavkom 75. člena ZJN-3 najkasneje do roka za oddajo ponudb naročniku predloži dokaze, 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 obrazec ESPD (v »Del III: Razlogi za izključitev, Oddelek D: Nacionalni razlogi za izključitev«) za vse gospodarske subjekte v ponudbi. V kolikor je vaš odgovor v tem primeru DA, in uveljavljate popravni mehanizem, kršitve in ukrepe, s katerimi lahko dokažete svojo zanesljivost kljub obstoju navedenega razloga za izključitev, navedite v izjavi.

- P5** Naročnik bo iz postopka javnega naročanja izločil gospodarski subjekt:

- če se je nad gospodarskim subjektom začel postopek zaradi insolventnosti ali prisilnega prenehanja po zakonu, ki ureja postopek zaradi insolventnosti in prisilnega prenehanja ali
- če se je nad gospodarskim subjektom začel postopek likvidacije po zakonu, ki ureja gospodarske družbe, če njegova sredstva ali poslovanje upravlja 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 ali je nastal položaj z enakimi pravnimi posledicami.

V kolikor je gospodarski subjekt v položaju iz zgornjega odstavka, lahko v skladu z devetim odstavkom 75. člena ZJN-3 najkasneje do roka za oddajo ponudb naročniku predloži dokaze, 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 obrazec ESPD (v »Del III: Razlogi za izključitev, Oddelek C: Razlogi, povezani z insolventnostjo, nasprotjem interesov ali kršitvijo poklicnih pravil«) za vse gospodarske subjekte v ponudbi. V kolikor je vaš odgovor v tem primeru DA, in uveljavljate popravni mehanizem, v polje »Prosim opišite jih« napišete kršitve in ukrepe, s katerimi lahko dokažete svojo zanesljivost kljub obstoju razlogov za izključitev.

2.2 Pogoji za sodelovanje

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. Seznam poklicnih ali poslovnih registrov v državah članicah Evropske unije določa Priloga XI Direktive 2014/24/EU.

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

3 NAVODILA ZA IZDELAVO PONUDBE

Ponudba mora biti podana na obrazcih iz prilog te dokumentacije ali na po vsebini in obliki enakih obrazcih, izdelanih s strani ponudnika.

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

1. **Obrazec št. 1: Ponudba**
2. **Obrazec št. 2: Predračun**
3. **Obrazec št. 3: Izjava o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika**
4. **Obrazec št. 4: Podatki o podizvajalcu, Zahteva podizvajalca za neposredno plačilo**
5. **Obrazec št. 5: parafiran Vzorec pogodbe**
6. **ESPD (za vse gospodarske subjekte v ponudbi)**
7. **Medijski načrti** za predlagano obdobje s podatki o razporeditvi oglaševanja po TV programih, terminskih sklopih in/ali oddajah s podatki o planiranih TRP-jih za vsak termin ter vseh ostalih zahtevah opredeljenih v poglavju 4.1 (vsebina medijskega načrta je določena v razpisni dokumentaciji, obrazec ni predpisan) – *za sklop na katerega se ponudnik prijavlja*;
8. **Opredelitev medijske ciljne skupine in pregled gledanosti TV programov pri ciljni skupini** kot opredeljeno v poglavju 4.1 (obrazec ni predpisan) – *za sklop na katerega se ponudnik prijavlja*

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

3.1 Oddaja ponudbene dokumentacije

Ponudnik ponudbeno dokumentacijo odda na način, da po registraciji oziroma prijavi v sistem e-JN na naslovu: <https://ejn.gov.si/> pri predmetnem javnem naročilu izbere opcijo »Sodeluj na javnem naročilu«, s čimer se odpre stran za pripravo ponudbe. Po vnosu podatkov in dokumentov, podatke in dokumentacijo shrani v sistemu in jo odda tako, da se s klikom na gumb »Oddaj ponudbo« odpre okno, v katerem gospodarski subjekt, ki oddaja ponudbo, s potrditvijo seznanitve s splošnimi pogoji le-te sprejme in s klikom na gumb »Oddaj« ponudbo odda.

Obrazec ESPD za vse gospodarske subjekte:

Obrazec 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. 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. S predložitvijo obrazca ESPD ponudnik tudi potrdi, da izpolnjuje vse druge zahteve naročila.

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

Gospodarski subjekt naročnikov obrazec ESPD (datoteka xml) uvozi na spletni povezavi <https://ejn.gov.si/espd/> in v njega neposredno vnese zahtevane podatke.

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).

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 formatu ali nepodpisan ESPD v xml formatu, pri čemer se v slednjem primeru v skladu Splošnimi pogoji uporabe 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 lastnoročno podpisane ESPD v pdf formatu, ali v elektronski obliki podpisan ESPD v xml formatu.

Obrazec Predračun:

Ponudnik v sistemu e-JN v razdelek »Skupna ponudbena vrednost« v zato namenjen prostor vpiše skupni ponudbeni znesek brez davka v EUR in znesek davka v EUR. Znesek skupaj z davkom v EUR se izračuna samodejno.

Ponudnik v sistemu e-JN v del »Predračun« naloži izpolnjen *Obrazec št. 2: Predračun* v word, excel ali pdf formatu, »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.

V primeru razhajanj med podatki navedenimi v razdelku »Skupna ponudbena vrednost« in podatki v *Obrazcu št. 2: Predračun* – naloženim v del »Predračun«, kot veljavni štejejo podatki v dokumentu, ki je predložen v del »Predračun«.

Drugi dokumenti:

Ponudnik v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge« naloži vse preostale zahtevane dokumente v pdf formatu, lahko pa tudi v poljubnem drugem formatu.

3.2 Razpisna dokumentacija obsega:

- 1. Obrazec št. 1: Ponudba**
- 2. Obrazec št. 2: Predračun**
- 3. Obrazec št. 3: Izjava o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika**
- 4. Obrazec št. 4: Podatki o podizvajalcu, Zahteva podizvajalca za neposredno plačilo**
- 5. Obrazec št. 5: Vzorec pogodbe**
- 6. ESPD v xml priponki**

4 OPIS NAROČILA – TEHNIČNE SPECIFIKACIJE

4.1 Predmet naročila

Predmet naročila je izvedba televizijskega oglaševanja Slovenije kot turistične destinacije po 3 posamičnih sklopih kot je navedeno v nadaljevanju tega poglavja:

- SKLOP 1: TV oglaševanje na italijanskem trgu v letu 2024
- SKLOP 2: TV oglaševanje na avstrijskem trgu v letu 2024
- SKLOP 3: TV oglaševanje na nemškem trgu v letu 2024

Ponudnik lahko odda ponudbo za en, dva ali vse tri sklope.

STO z delovanjem na ključnih trgih in izborom različnih marketinških aktivnosti želi krepiti zaupanje do Slovenije kot turistične destinacije. Televizijsko oglaševanje doseže velik del populacije, zato predstavlja primerni kanal za trženjsko platformo in je poleg digitalnih kampanj ključno za promocijo ter dvig prepoznavnosti, ugleda in verjetnosti izbire Slovenije kot turistične destinacije med izbranimi ciljnim skupinami. S televizijskim oglaševanjem približamo Slovenijo milijonom tujih gledalcev.

S TV oglaševanjem želimo okrepiti prepoznavnost ključnih produktov slovenskega turizma, hkrati pa doseči dva cilja:

- Dvig prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot turistične destinacije pod znamko I feel Slovenia (t.i. awareness)
- Navdihovanje in motiviranje ciljnih segmentov za obisk Slovenije (t.i. consideration), predvsem za segment gosta z višjo dodano vrednostjo (t.i. High Value Traveller).

V TV oglasih želimo izpostaviti ključne produkte slovenskega turizma. Na ta način želimo pozicionirati Slovenijo kot kvalitetno in visoko cenjeno destinacijo za preživljanje aktivnih počitnic v naravi, gastronomije, kulturnih doživetij ter oddiha v zdraviliščih na ključnih trgih slovenskega turizma. Poleg tega želimo Slovenijo izpostaviti kot zeleno/trajnostno destinacijo, hitro dostopno, varno in raznoliko destinacijo.

Ciljne skupine: segmenti in demografija ciljnih skupin

S promocijskimi aktivnostmi STO nagovarja predvsem segment popotnikov »High Value Traveller«, 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 porabijo na dopustovanju v evropskih državah.

Ciljna skupina »High Value Traveller« segmenta predstavlja popotnike:

- ki gredo vsaj enkrat letno na dopust, potovanje ali kratek oddih v tujino (za vsaj tri dni oziroma najmanj dve nočitvi).
- ki ne iščejo vedno najugodnejše ponudbe pri izbiri dopusta/potovanja v Evropi, ampak se ne ozirajo na ceno oziroma pretehtajo vrednost za denar.
- katerih načrtovani izdatki za potovanje presegajo povprečne izdatke, ki jih sicer turisti te države v povprečju porabijo na dopustovanju/potovanju v evropskih državah.
- ki jih med drugim zanimajo outdoor doživetja in počitnice v gorah, mestna in kulturna doživetja, spa in wellness in gastronomska doživetja.
- Na dopust ali potovanje gredo predvsem izven glavne sezone (pomlad, jesen, zima).

Glede na motiv prihoda nagovarjamo sledeče življenjsko stilske ciljne skupine oziroma segmente glede na ključne turistične produkte slovenskega turizma:

- **Aktivnosti v naravi – Outdoor -> Active gostje:** dopust preživljajo v stiku z naravo. Pari, posamezniki in aktivni nostalgiki iščejo izjemno naravo, umik od vsakdana in sprostitve v naravi – t.i. sodobni luksuz. Tu je Slovenija zanje izjemna, skoraj edinstvena z vidika naravnih danosti. Ciljamo zahtevne goste, ki iščejo edinstvena doživetja, drugačna od množičnega turizma. Zanimajo jih dodatne storitve (da gost ni prepuščen sam sebi) v obliki produktov z dodano (in višjo) vrednostjo, glamping namestitve (ne nujno za ves čas bivanja), izvirno avanturistično doživetje (lažje in težje športne aktivnosti – na primer pohodništvo, kolesarjenje, vodni športi, smučanje). Družine z otroki iščejo doživetja za družine, oddih preživljajo v gorah, ob jezerih ali ob morju, zanimajo jih naravne znamenitosti, športne aktivnosti za vso družino in zabava za otroke.

- **Kultura in zgodovinska mesta, Gastronomija -> 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 prevladujejo pari in posamezniki.
- **Zdravje in dobro počutje -> Wellbeing gostje:** iščejo pobeg od napornega vsakdana, želijo nekaj narediti za svoje zdravje in dobro počutje, obenem pa želijo doživeti nekaj novega, pomemben element pri preživljanju dopusta pa so 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. Družine z otroki poleg naštetega iščejo tudi *aquafun*.

Za kvalitetno izvedbo oglaševalske akcije na vseh treh trgih bo ključnega pomena kvaliteta TV programov in čim boljši doseg med našimi ciljnim skupinami.

Ponudnik mora za ciljno skupino na posameznem trgu ob oddaji ponudbe pripraviti najbolj optimalen nabor oz. kombinacijo TV programov za oglaševanje, ki bo dal najboljši izplen, ob tem pa tudi opredeliti dosege posameznih televizijskih programov z afinitetnim indeksom pri ciljni skupini in odstotkom dosega posameznega programa.

Ponudniki morajo za posamezno življenjsko stilsko ciljno skupino opredeliti potencial (število posameznikov) za posamezno državo in opredeliti medijsko ciljno skupino po metodologiji, ki je možna v posamezni državi. Ponudnik opredelitev medijske ciljne skupine zapiše v oddani ponudbi in jo ustrezno ovrednoti, in sicer v obliki priloge »Opredelitev medijske ciljne skupine in pregled gledanosti TV programov pri ciljni skupini« za vsak posamezen sklop (trg), in mora vključevati:

- Opredelitev življenjsko stilske ciljne skupine, določitev njenega potenciala (število posameznikov v državi), prikaz demografske strukture in določitev medijske ciljne skupine z navedbo vira podatkov;
- Prikaz afinitet življenjsko stilske ciljne skupine za posamezne TV programe in prikaz dosegov posameznih TV programov (ponudnik je pri teh opredelitvah dolžan navesti vir podatkov)
- Utemeljitev predloga izbora TV programov, posameznih objav TV oglasov v terminih/oddajah.

Ponudnik mora upoštevati sledeče:

- Oglaševanje mora biti izvedeno na nacionalnih televizijskih programih, zgolj v primeru Nemčije je dovoljeno tudi na televizijskih programih z regionalnim dosegom, glede na ciljno usmerjenost v štiri ključne regije (Bavarska, Baden Württemberg, Hamburg, Severno Porenje Vestfalija).
- Delež objav v »prime time« terminih: oglaševanje mora biti načrtovano vsaj v 70% v »prime time« terminih za oglaševanje. Največ 30% proračuna se lahko razporedi v »non prime time« termine, a v časovnem intervalu od 17:00 do »prime time« obdobja ali od »prime time« obdobja do 24:00.

K ponudbi mora ponudnik priložiti tudi izdelan **medijski načrt** objav, pri katerem morajo biti upoštevane ključne značilnosti in interesi posameznih ciljnih skupin in na tej podlagi pojasnjen izbor posameznih TV programov, oddaj in/ali terminov, v katerih ponudnik predlaga oglaševanje.

Medijski načrt za predlagano obdobje za vsak posamezen sklop (trg) mora vključevati:

- podatke o razporeditvi oglaševanja po TV programih, terminskih sklopih in/ali oddajah skladno s strokovno oceno o optimalnem trajanju oglaševanja za dosego cilja javnega naročila
- Doseg medijskega načrta v % na ciljno skupino in doseg v 000 (vključite tudi podatek o velikosti medijske ciljne skupine)
- Komunikacijska moč TRP in preračun na Eq TRP
- Izračunan CPP na Eq TRP
- Višina agencijske storitve
- Število objav in njihova razporeditev po terminih in oddajah s predlagano dolžino kampanje v ciljnem obdobju z opredelitvijo načrtovanih TRP po dnevih in posameznih objavah na predlaganih TV programih.
- Število ogledov – Opportunity to see OTS
- Skupen doseg medijske ciljne skupine.

- Delež objav v »prime time« terminih
- Vir za merjenje in spremljanje realizacije televizijskega oglaševanja

Oblika medijskega načrta ni predpisana z obrazcem, vendar pa naj ponudnik navede vir podatkov/raziskave in aktualnost uporabljenih podatkov, ki jih je uporabili za pripravo medijskega načrta.

Končni rok izvedbe posameznega sklopa:

Naročnik izvedbo TV oglaševanja v okviru vseh treh sklopov predvideva v obdobju 5.-30. junij 2024.

Ponudnik mora v tem obdobju zagotoviti realizacijo zakupa medijskega prostora v predlaganih načrtovanih količinah.

Naročnik bo z izbranim izvajalcem za posamezni sklop uskladi natančen terminski načrt izvedbe TV oglaševanja, skladno s pogoji tega javnega naročila.

Naročnik lahko od ponudnika kadar koli zahteva, da preneha opravljati storitve po tem javnem naročilu. V tem primeru storitve, ki so del javnega naročila/pogodbe, ne bodo izvedene (delno ali v celoti), ponudnik pa do naročnika ne bo imel zahtevkov za neizvedene storitve.

Po izvedeni kampanji bo moral izbrani ponudnik pripraviti ponakupno poročilo (postbuy) kampanje. Postbuy analiza mora dokazati, da so bile planirane količine dejansko izvedene. Ponakupno poročilo mora vsebovati referenčni vir podatkov raziskave, ki omogoča spremljanje televizijskega oglaševanja na posameznem ciljnem trgu. Ponakupno poročilo mora biti pripravljeno v 14 dneh po zaključku kampanje.

Po izvedeni kampanji bo ponudnik ali njegov podizvajalec izdal račun za izvedeno storitev po posameznem sklopu. Izdanem računu mora biti priložena kopija računa medijskih hiš, pri katerih je bilo izvedeno TV oglaševanje.

V kolikor izvajalec ne realizira predvidenih in v ponudbi ponujenih TRP-jev, jih mora realizirati do konca izvajanja kampanje in ne sme zaračunati vrednosti medijskega zakupa, za katerega izvajalec ni dosegel načrtovanih TRP-jev oz. lahko zaračuna vrednost medijskega zakupa, šele takrat, ko doseže načrtovane TRP-je oz. le za tisti medijski zakup, za katerega je dosegel načrtovane TRP-je. V primeru, da naročnik ugotovi izvajalčevo namerno zavajanje z v ponudbi navedenimi TRP-ji za načrtovano medijsko investicijo, mu lahko zaračuna pogodbeno kazen v višini 20% od vrednosti medijske investicije za posamezen trg.

Realizacijo TRP-jev je ponudnik dolžan spremljati in poročati naročniku po podatkih ustrezne institucije, ki na posameznem trgu meri spremljanje gledanosti TV programov. Vir za merjenje in spremljanje realizacije mora ponudnik opredeliti v oddani ponudbi.

Pri izvajanju medijskega načrta in realizaciji načrtovanih TRP-jev so dovoljena odstopanja navzdol do največ za 3 odstotke od predvidenih TRP-jev na posameznem trgu. Za večja odstopanja mora izvajalec podati utemeljene razloge.

Oglas:

TV oglase zagotovi naročnik iz obstoječih materialov po prejemu ponudb za zakup medijskega prostora, produkcija oglasov NI predmet tega javnega naročila.

Naročnik predvideva 2-3 različne TV oglase za posamezen trg v dolžini 15 sekund (Italija) in 20 sekund (Avstrija in Nemčija) s poudarkom na ključnih produktih slovenskega turizma (Aktivna doživetja v naravi, Zdravje in dobro počutje in gastronomska in kulturna doživetja), ki jih ponudnik ustrezno razporedi glede na svoje ugotovitve v dogovorjenem časovnem obdobju oglaševanja.

Dodatne informacije po sklopih:

Sklop 1: TV oglaševanje na italijanskem trgu v letu 2024

Italija predstavlja za Slovenijo enega najpomembnejših trgov, saj italijanski gostje predstavljajo drugi največji delež tujih turistov v Sloveniji. Italija velja za pomembno evropsko ekonomsko velesilo. Po obsegu BDP ima tretje največje gospodarstvo v evropskem območju ter osmo v svetovnem merilu. Italija

ima za slovenski turizem velik turistični potencial predvsem zaradi bližine in dostopnosti ter višje turistične potrošnje. Večina gostov prihaja iz severne Italije zaradi bližine, najbolj uporabljeno prevozno sredstvo je avtomobil. Osnovni cilj aktivnosti je obdržati trend prihodov italijanskih potnikov in razširiti prepoznavnost Slovenije na celotni italijanski trg.

Ciljna skupina za TV oglaševanje v Italiji:

Glede na opredeljene življenjsko stilske ciljne skupine ponudnik opredeli medijsko ciljno skupino po značilnostih medijskega načrtovanja in zakupa oglasnega prostora v Italiji.

Ciljno področje:

- Celotna Italija (oglaševanje na nacionalnih televizijah)

Dolžina oglasa: 15 sekund

Termin oglaševanja obdobju: predvidoma **5.-30. junij 2024**

Naročnik ima na italijanskem trgu zagotovljena sredstva za zakup medijskega prostora z vključeno agencijsko provizijo največ v višini 180.000 € brez DDV. Višina agencijske storitve ne sme presegati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora. Ponudnik, katerega ponudba bo presegla to vrednost, bo izločena.

Sklop 2: TV oglaševanje na avstrijskem trgu v letu 2024

Avstrija je kot tretji najmočnejši emitivni trg izjemnega pomena za slovensko turistično gospodarstvo. Rast prihodov in nočitev avstrijskih gostov ostaja stabilna in predvsem konstantna. Avstrijski gostje niso le enodnevni obiskovalci, ampak so po vsaki večji ali manjši krizi v turističnem sektorju pomagali oživiti slovensko turistično gospodarstvo. So zvesti gostje, tradicionalisti, ki se vedno z veseljem vračajo na kraje, kjer so bili zadovoljni.

Podoba in percepcija Slovenije na avstrijskem trgu se zadnjih letih pozitivno spreminja in postaja vse bolj prepoznavna kot butična in trajnostna destinacija z raznoliko in pestro ponudbo. Podobo Slovenije želimo še bolj krepiti kot destinacijo, drugačno od množičnega turizma, ki skrbi za naravno okolje in ima odlične pogoje za gastronomska doživetja, spodbujanje zdravega načina življenja v obliki aktivnih doživetij v naravi in skrb za zdravje, izpostaviti želimo tudi izjemna kulturna doživetja in s tem povezano kulturno identiteto Slovenije. Velik pomen trga predstavlja bližina in doseg z avtomobilom. Z delovanjem na trgu in izborom različnih marketinških aktivnosti želimo krepiti zaupanje do destinacije, percepcijo še dvigniti in informirati javnost o pripravljenosti in prilagoditvi destinacije trenutnim razmeram.

V TV spotih bomo zato izpostavljali vodilne produkte slovenskega turizma, ki so avstrijskim gostom še posebej blizu, predvsem pa bomo s TV oglasi opominjali na bližino in dostopnost Slovenije, kar zasledujemo kot visoko konkurenčno prednost v trenutnih kriznih razmerah (ekonomska in rusko-ukrajinska kriza).

Ciljna skupina za TV oglaševanje v Avstriji:

Glede na opredeljene življenjsko stilske ciljne skupine ponudnik opredeli medijsko ciljno skupino po značilnostih medijskega načrtovanja in zakupa oglasnega prostora v Avstriji.

Ciljno področje:

- Celotna Avstrija (oglaševanje na nacionalnih televizijah)

Dolžina oglasa: 20 sekund

Termin oglaševanja v obdobju: predvidoma **5.-30. junij 2024**

Naročnik ima na avstrijskem trgu zagotovljena sredstva za zakup medijskega prostora z vključeno agencijsko provizijo in z vključenim 5% obveznim davkom na oglaševanje največ v višini 220.000 € brez DDV. Višina agencijske storitve ne sme presegati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora. Ponudnik, katerega ponudba bo presegla to vrednost, bo izločena oz. zavrnjena.

Sklop 3: TV oglaševanje na nemškem trgu v letu 2024

Nemčija ostaja za Slovenijo najpomembnejši emitivni trg z visoko stabilnostjo. Gre za trg, ki je svetovna velesila in je gospodarsko tako v evropskem, kot tudi svetovnem merilu v samem vrhu. Podoba in percepcija Slovenije na nemškem trgu se zadnjih nekaj let pozitivno spreminja in postaja tako sčasoma vse bolj prepoznavna predvsem kot varna, bližnja, zelena destinacija z raznoliko in pestro ponudbo. Velik pomen trga predstavlja bližina in doseg z avtomobilom. Podobo Slovenije želimo še bolj krepiti kot destinacijo, drugačno od množičnega turizma, ki skrbi za naravno okolje in ima odlične pogoje za gastronomsko doživetja, spodbujanje zdravega načina življenja v obliki aktivnih doživetij v naravi in skrb za zdravje, izpostaviti želimo tudi izjemna kulturna doživetja. Z delovanjem na trgu in izborom različnih marketinških aktivnosti želimo krepiti zaupanje do destinacije, percepcijo še dvigniti in informirati javnost o pripravljenosti in prilagoditvi destinacije trenutnim razmeram. Pri promociji se osredotočamo predvsem na južni del Nemčije.

Ciljna skupina za TV oglaševanje v Nemčiji:

Glede na opredeljene življenjsko stilske ciljne skupine ponudnik opredeli medijsko ciljno skupino po značilnostih medijskega načrtovanja in zakupa oglasnega prostora v Nemčiji.

Regije oz. zvezne dežele, na katere ciljamo s TV oglaševanjem:

- Bavarska
- Baden Württemberg
- Hamburg
- Severno Porenje Vestfalija

Glede na ciljno usmerjenost v štiri ključne regije naročnik meni, da je smiselno oglaševati tudi na televizijskih programih z regionalnim dosegom.

Dolžina oglasa: 20 sekund

Termin oglaševanja v obdobju: predvidoma **5.-30. junij 2024**

Naročnik ima na nemškem trgu zagotovljena sredstva za zakup medijskega prostora z vključeno agencijsko provizijo največ v višini 150.000 € brez DDV. Višina agencijske storitve ne sme presegati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora. Ponudnik, katerega ponudba bo presegla to vrednost, bo izločena oz. zavrnjena.

PONUDBA

Na osnovi javnega naročila št. JNV-0006/2024-S-POG-STO po odprtem postopku, za »TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024« dajemo ponudbo, kot sledi (ustrezno obkrožiti):

- a.) **Samostojna ponudba**, kot samostojen ponudnik;
- b.) **Skupna ponudba**, pri čemer smo **vodilni partner/sodelujoči partner** (ustrezno obkrožiti);
- c.) **Ponudba s podizvajalci**, kot samostojen ponudnik s podizvajalci.

Ponudba se nanaša (ustrezno obkrožiti in/oz. izpolniti!):

- a.) Na celotno javno naročilo;
- b.) Na posamezen sklop št. _____

1. PODATKI O PONUDNIKU (IN PARTNERJIH - v primeru skupne ponudbe)

POLNI NAZIV IN FIRMA PONUDNIKA:	
NASLOV PONUDNIKA:	
TELEFON:	
IDENTIFIKACIJSKA ŠTEVILKA ZA DDV:	
MATIČNA ŠTEVILKA:	
ŠT. TRR-ja IN BANKA:	
ODGOVORNA OSEBA ZA PODPIS POGODBE (z navedbo funkcije):	
ZAKONITI ZASTOPNIKI:	
EMŠO ZAKONITIH ZASTOPNIKOV:	
IME IN PRIIMEK ter EMŠO oseb, ki so članice upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa gospodarskega subjekta, ki sodeluje v ponudbi, ali ki ima pooblastila za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem. Če je teh oseb več, navedite imena in priimke ter EMŠO vseh oseb.	
PONUDBNIK JE MSP – kot je opredeljeno v Priporočilu Komisije 2003/361/ES	DA NE

2. IZJAVA

Spodaj podpisani, <zastopnik / pooblaščenec> ponudnika oz. partnerja v skupni ponudbi, v zvezi z javnim naročilom z oznako JNV-0003/2024-S-POG-STO za »TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024« s polno odgovornostjo izjavljam, da:

- **smo ob izdelavi ponudbe pregledali in preučili celotno dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila,**

- smo seznanjeni s pogoji, zahtevami, merili, tehničnimi specifikacijami in ostalo vsebino dokumentacije ter se z njimi v celoti strinjamo in jih sprejemamo, brez kakršnihkoli omejitev,
- 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 oz. da v primeru ustavitve postopka, zavrnitve vseh ponudb ali odstopa od izvedbe javnega naročila ne bomo zahtevali povrnitve nobenih stroškov, ki smo jih imeli s pripravo ponudbene dokumentacije,
- smo podali resnične oz. verodostojne izjave.

Če bomo izbrani za izvedbo javnega naročila:

- **bomo javno naročilo izvajali strokovno in kvalitetno po pravilih stroke, v skladu z veljavnimi predpisi (zakoni, pravilniki, standardi, tehničnimi soglasji), 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 v Republiki Sloveniji.

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,
- 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,
- lahko naročnik napačno zapisano stopnjo DDV popravi v pravilno.

Datum in kraj:

Podpis odgovorne osebe:

Navodila za izpolnitev:

- Ponudnik na obrazcu označi, ali daje samostojno ponudbo, skupno ponudbo, ponudbo s podizvajalci;
- Obrazec izpolni samostojni ponudnik, vsak od partnerjev v skupni ponudbi (tudi vodilni partner) oziroma glavni izvajalec pri oddaji ponudbe s podizvajalci;
- V primeru večjega števila partnerjev se ta obrazec kopira.

PREDRAČUN

Sklop 1: TV oglaševanje na italijanskem trgu v letu 2024

TV programi	Delež budgeta % na posamezen TV program	Ponudbena cena v € (brez agencijske storitve in DDVja) = zakup	Višina agencijske storitve v € brez DDV (ne sme presehati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora)	Skupaj (Max: 180.000 € brez DDV)	TRPs	Eq TRP 30 sec	doseg 1+	doseg 3+	Skupaj OTS	delež objav v PT	delež objav v offPT
(število TV programov je opcijsko – dodajte vrstice po potrebi)											
TV program 1:											
TV program 2:											
TV program 3:											
TV program 4:											
TV program 5:											
Skupaj											

Naročnik ima na italijanskem trgu zagotovljena sredstva za zakup medijskega prostora z vključeno agencijsko provizijo največ v višini 180.000 € brez DDV (oz. 219.600 € z DDV). Višina agencijske storitve ne sme presehati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora. Ponudnik, katerega ponudba bo presegla to vrednost, bo izločena oz. zavrnjena.

Sklop 2: TV oglaševanje na avstrijskem trgu v letu 2024

TV programi	Delež budgeta% na posamezen TV program	Ponudben a cena v € (brez agencijske storitve, brez DDVja in brez drugih davkov) = zakup	Višina agencijsk e storitve v € brez DDV (ne sme presežati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora)	Znesek obvezne ga 5% davka na oglaševa nje v €	Skupaj (Max: 220.000 € brez DDV)	TRPs	Eq TRP 30 sec	doseg 1+	doseg 3+	Skupaj OTS	delež objav v PT	delež objav v offPT
(število TV programov je opcijsko – dodajte vrstice po potrebi)												
TV program 1:												
TV program 2:												
TV program 3:												
TV program 4:												
TV program 5:												
Skupaj												

Naročnik ima na avstrijskem trgu zagotovljena sredstva za zakup medijskega prostora z vključeno agencijsko provizijo in z vključenim obveznim 5% davkom na oglaševanje največ v višini 220.000 € brez DDV (oz. 268.400,00 € z DDV). Višina agencijske storitve ne sme presežati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora. Ponudnik, katerega ponudba bo presežala to vrednost, bo izločena oz. zavržena.

Sklop 3: TV oglaševanje na nemškem trgu v letu 2024

TV programi	Delež budgeta % na posamezen TV program	Ponudbena cena v € (brez agencijske storitve in DDVja) = zakup	Višina agencijske storitve v € brez DDV (ne sme presežati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora)	Skupaj (Max: 150.000 € brez DDV)	TRPs	Eq TRP 30 sec	doseg 1+	doseg 3+	Skupaj OTS	delež objav v PT	delež objav v offPT
(število TV programov je opcijsko – dodajte vrstice po potrebi)											
TV program 1:											
TV program 2:											
TV program 3:											
TV program 4:											
TV program 5:											
Skupaj											

Naročnik ima na nemškem trgu zagotovljena sredstva za zakup medijskega prostora z vključeno agencijsko provizijo največ v višini 150.000 € brez DDV (oz. 183.000 € z DDV). Višina agencijske storitve ne sme presežati 5% vrednosti zakupa oglasnega prostora. Ponudnik, katerega ponudba bo presežala to vrednost, bo izločena oz. zavržena.

Ponudnik izrecno izjavlja, da so vse cene v ponudbi končne, nespremenljive in vključujejo vse elemente, iz katerih so sestavljene, vključno z vso komunikacijo, zakupom in agencijsko provizijo. Ponudbene cene so fiksne za celoten čas trajanja pogodbe tako da izvajalec ni upravičen do nobenih dodatnih plačil ali povrnitev stroškov.
V skladu s 7. odstavkom 89. člena ZJN-3 soglašamo, da naročnik popravi očitne 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.
Ponudba mora biti veljavna do 30.9.2024. V izjemnih okoliščinah lahko naročnik zahteva, da ponudniki podaljšajo čas veljavnosti ponudb za določeno časovno obdobje.

Kraj in datum:

Podpis odgovorne osebe:

Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN v razdelek »Predračun« naloži izpolnjen obrazec št. 2 »Predračun« v word, excel ali pdf formatu, ki bo dostopen na javnem odpiranju ponudb.

Obrazec št. 3

Zaradi zagotovitve transparentnosti posla in preprečitve korupcijskih tveganj pri sklepanju poslov v skladu s šestim odstavkom 14. člena ZintPK (Uradni list RS, št. 45/10, 26/11, 43/11, 158/20, 3/22 – ZDeb in 16/23 – ZZPri; v nadaljevanju ZintPK), kot zakoniti zastopnik ponudnika (samostojni ponudnik/vsak partner v skupni ponudbi) v postopku oddaje naročila št. JNV-0006/2024-S-POG-STO, katerega predmet je »TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024« podajam naslednjo

IZJAVO 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 izpolnujete v elektronski obliki oziroma jih priložite izjavi v obliki seznama z vsemi potrebnimi podatki.

Spodaj podpisani zakoniti zastopnik izjavljam, da so pri lastništvu zgoraj navedenega ponudnika udeležene naslednje fizične osebe:

	Ime in priimek	Naslov prebivališča	Delež v %
1.			
2.			
3.			

Spodaj podpisani zakoniti zastopnik izjavljam, da so pri lastništvu zgoraj navedenega ponudnika udeležene naslednje pravne osebe:

	Naziv pravne osebe	Sedež pravne osebe	Delež v %
1.			
2.			
3.			

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 v %
1.			
2.			
3.			

IZJAVA, DA NI POVEZANIH DRUŽB

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

Izjavljam, da v celotni lastniški strukturi ponudnika (*naziv in naslov ponudnika*) _____

ni udeleženih drugih fizičnih ali pravnih oseb ter gospodarskih subjektov, za katere se glede na določbe zakona, ki ureja gospodarske družbe, šteje, da so povezane družbe.

S podpisom te izjave jamčim za točnost in resničnost podatkov ter za podano izjavo prevzemam polno odgovornost. Seznanjen sem z določbo ZintPK, ki določa, da je pogodba v primeru lažne izjave ali neresničnih podatkov o dejstvih v izjavi nična. Zavezujem se, da bom naročnika obvestil o vsaki spremembi posredovanih podatkov.

Datum in kraj:

Podpis zakonitega zastopnika:

PODATKI O PODIZVAJALCU

POLNI NAZIV IN FIRMA PODIZVAJALCA:	
NASLOV PODIZVAJALCA:	
KONTAKTNA OSEBA:	
ELEKTRONSKI NASLOV KONTAKTNE OSEBE:	
TELEFON:	
IDENTIFIKACIJSKA ŠTEVILKA ZA DDV:	
MATIČNA ŠTEVILKA:	
ŠT. TRR-ja in BANKA:	
ODGOVORNA OSEBA ZA PODPIS POGODBE (z navedbo funkcije):	
ZAKONITI ZASTOPNIKI PODIZVAJALCA:	
EMŠO ZAKONITIH ZASTOPNIKOV:	
IME IN PRIIMEK ter EMŠO oseb, ki so članice upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa gospodarskega subjekta, ki sodeluje v ponudbi, ali ki ima pooblastila za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem. Če je teh oseb več, navedite imena in priimke ter EMŠO vseh oseb.	
VRSTA DEL, KI JIH BO IZVEDEL PODIZVAJALEC:	
DELEŽ DEL PODIZVAJALCA V %:	
VREDNOST DEL PODIZVAJALCA: (v EUR brez DDV)	
KRAJ IZVEDBE DEL:	

Kraj in datum:

Podpis podizvajalca:

Navodila za izpolnitev:

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

Podizvajalec:

(naziv in naslov podizvajalca)

ZAHTEVA PODIZVAJALCA ZA NEPOSREDNO PLAČILO IN SOGLASJE

V skladu s petim odstavkom 94. člena 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 »TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024«, objavljenim na portalu javnih naročil pod številom objave _____, z dne _____.

Soglašamo, da naročnik Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana na podlagi pogodbe ter v skladu s petim odstavkom 94. člena ZJN-3 namesto ponudnika/glavnega izvajalca poravnava našo/e terjatev/ve do ponudnika/glavnega izvajalca za opravljena dela pri izvajanju predmetnega javnega naročila.

Kraj in datum:

Podpis podizvajalca:

IZJAVA PODIZVAJALCA, DA NEPOSREDNEGA PLAČILA NE ZAHTEVA

Izjavljamo, da za izvajanje javnega naročila TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024, 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:

Podpis podizvajalca:

Navodila za izpolnitev:

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

VZOREC POGODBE

Javna agencija Republike Slovenije za trženje in promocijo turizma (Slovenska turistična organizacija),

Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana,

ki jo zastopa mag. Maja Pak Olaj

Identifikacijska št. za DDV: SI 93477902

Matična št.: 6889859000

kot naročnik

in

Identifikacijska št. Za DDV: _____

Matična št.: _____

TRR: _____

kot izvajalec

sklepata naslednjo

POGODBO O

TV oglaševanju na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu

v letu 2024 za sklop št.

št.: JNV-0006/2024-S-POG-STO

Uvodna določila

1. člen

Pogodbeni stranki uvodoma ugotavljata, da:

- Je podlaga za sklenitev pogodbe Program dela STO s finančnim načrtom za leti 2024 in 2025, ki ga je sprejel Svet agencije na svoji 13. redni seji dne 16. 11. 2023, h katerim je Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport podalo soglasje dne 11.12.2023.
- je naročnik izvajalca izbral v odprtem postopku za izvedbo »TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024« (v nadaljevanju: javno naročilo), ki ga je dne _____ objavil na Portalu javnih naročil pod št. _____ in v Uradnem listu Evropske unije pod številko objave _____,
- je bil izvajalec na podlagi ponudbe, ki je prispela dne _____, izbran kot najugodnejši ponudnik *ALI* je bil izvajalec na podlagi skupne ponudbe, ki je prispela dne _____, izbran kot najugodnejši ponudnik (*uporabiti v primeru skupne ponudbe*);
- sta razpisna dokumentacija za oddajo javnega naročila po odprtem postopku za izvedbo javnega naročila »TV oglaševanje na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu v letu 2024« (JNV-0006/2024-S-POG-STO) z dne _____ (v nadaljevanju: razpisna dokumentacija) in ponudba izvajalca, prispela dne _____, sestavni del te pogodbe.
- se naročilo izvaja skladno s postavkami finančnega plana za leti 2023 in 2024 STO
Sklop 1 (Italija): SM1 SN 122401, SM1 SN 122404, SM1 SN 122406
Sklop 2 (Avstrija): SM1 SN 121401, SM1 SN 121404, SM1 SN 121405, SM1 SN 121406
Sklop 3 (Nemčija): SM1 SN 120401, SM1 SN 120404, SM1 SN 120405

Naročilo in predmet pogodbe

2. člen

Predmet pogodbe je izvedba **TV oglaševanja na italijanskem, avstrijskem in nemškem trgu** (navesti trg, za katerega je izbran izvajalec) **v letu 2024** kot opredeljeno v razpisni dokumentaciji v poglavju 4.1 Predmet naročila, in sicer za naslednje Sklope:

- SKLOP 1: TV oglaševanje na italijanskem trgu v letu 2024
 - SKLOP 2: TV oglaševanje na avstrijskem trgu v letu 2024
 - SKLOP 3: TV oglaševanje na nemškem trgu v letu 2024
- (Navesti Sklop, za katerega je izbran izvajalec)

Izvajalec je dolžan izvajati zgoraj navedene aktivnosti v skladu z zahtevami iz razpisne dokumentacije, z dne _____, in svojo ponudbo, prispelo dne _____, ki sta sestavni del te pogodbe.

Termin oglaševanja v obdobju: predvidoma od 5. do 30. junija 2024.

Ponudnik mora v tem obdobju zagotoviti zakup medijskega prostora, skladno z njegovo strokovno oceno o optimalnem trajanju oglaševanja za doseg cilja javnega naročila.

Naročnik lahko od ponudnika kadar koli zahteva, da preneha opravljati storitve po tem javnem naročilu. V tem primeru storitve, ki so del javnega naročila/pogodbe, ne bodo izvedene (delno ali v celoti), ponudnik pa do naročnika ne bo imel zahtevkov za neizvedene storitve.

3. člen

Naročnik ima pravico do nadzora nad delom izvajalca, in sicer na način da od izvajalca zahteva poročilo o tem, v kakšnem stanju je naročilo. Prav tako ima naročnik pravico do podajanja vsebinskih izhodišč in predlogov glede na posamezne lastnosti naročila.

Obveznosti naročnika

4. člen

Naročnik se obvezuje, da bo izvajalcu zagotovil:

- sodelovanje v času priprave na vsako posamično izvedbeno rešitev,
- poravnavo svojih finančnih obveznosti v skladu s to pogodbo.
- pripravo in produkcijo TV oglasa za potrebe oglaševanja

Plačila

5. člen

Pogodbena vrednost za:

- Sklop št. 1 je _____ evrov brez DDV oz. _____ z 22% DDV. V znesek je vključena agencijska provizija v višini ____ EUR brez DDV.
- Sklop št. 2 je _____ evrov brez DDV (z vključenim 5% davkom na oglaševanje) oz. _____ z 22% DDV. V znesek je vključena agencijska provizija v višini ____ EUR brez DDV.
- Sklop št. 3 je _____ evrov brez DDV oz. _____ z 22% DDV. V znesek je vključena agencijska provizija v višini ____ EUR brez DDV.

(navesti za vsak sklop, za katerega se sklepa pogodba)

Skupna pogodbena vrednost je _____ evrov brez DDV oz. _____ z 22% DDV.

Pogodbena vrednost vključuje vse stroške, vključno s stroški za komunikacijo, zakupom in agencijsko provizijo in ostale manipulativne stroške izvajalca za izvedbo tega javnega naročila, vključno z vsemi davki in dajatvami.

Naročnik bo izvajalcu plačal na TRR št pri banki

Denarna sredstva, potrebna za plačilo storitev po tej pogodbi, se črpajo iz sledečih finančnih postavk STO:

Sklop 1 (Italija): **SM1 SN 122401, SM1 SN 122404, SM1 SN 122406**

Sklop 2 (Avstrija): **SM1 SN 121401, SM1 SN 121404, SM1 SN 121405, SM1 SN 121406**

Sklop 3 (Nemčija): **SM1 SN 120401, SM1 SN 120404, SM1 SN 120405**

6. člen

Izvajalec je za opravljene storitve upravičen do plačila na podlagi cen iz ponudbe in te pogodbe in količin izvedenih storitev in ni upravičen do nobenih dodatnih plačil ali povrnitve stroškov, ki v tej pogodbi ali razpisni dokumentaciji niso navedeni.

7. člen

Rok za plačilo je 30 dni od dneva prejema pravilno izstavljenega računa, ki ga izvajalec izstavi po izteku 8 dni od dneva, ko naročnik pisno potrdi izvedbo in zakup medijskega prostora. Obvezna priloga izstavljenemu računu je račun podizvajalca (v kolikor gre za ponudbo s podizvajalci) in račun medija. Obvezna priloga računa je tudi poročilo o opravljenih storitvah - po nakupno poročilo (postbuy) akcije, ki dokazuje, da je bilo načrtovano televizijsko oglaševanje dejansko realizirano. Po nakupno poročilo mora biti opremljeno z virom podatkov raziskave, ki meri gledanost TV programov za posamezen sklop.

Izvajanje pogodbe s podizvajalci

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

8. člen

Z izvajalcem bodo pri izvedbi storitev sodelovali naslednji podizvajalci:

polni naziv in firma podizvajalca:	
naslov podizvajalca:	
kontaktna oseba:	
elektronski naslov kontaktne osebe:	
telefon:	
identifikacijska številka za DDV:	
matična številka:	
št. TRR-ja in banka:	
zakoniti zastopniki podizvajalca:	
vrsta del, ki jih bo izvedel podizvajalec:	
Podizvajalec zahteva neposredno plačilo (DA/NE)	

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

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

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

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

Konzorcij

9.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			
vrsta del, ki jih bo izvedel partner:			

Druge obveznosti pogodbenih strank

10. člen

Izvajalec in naročnik se izrecno sporazumeta, da so roki za izvedbo, ki so navedeni v razpisni dokumentaciji, bistvena sestavina pogodbe.

Naročnik je upravičen od izvajalca zahtevati plačilo pogodbene kazni v višini 20 % vrednosti naročila v primeru, da izvajalec ne izpolni katere izmed svojih obveznosti iz te pogodbe ali zamudi z njihovo izpolnitvijo, ne glede na obseg zamude in ne glede na to, ali je naročniku zaradi zamude nastala kakšna škoda.

V kolikor izvajalec ne realizira predvidenih in v ponudbi ponujenih TRP-jev, jih mora realizirati do konca izvajanja kampanje in ne sme zaračunati vrednosti medijskega zakupa, za katerega izvajalec ni dosegel načrtovanih TRP-jev oz. lahko zaračuna vrednost medijskega zakupa, šele takrat, ko doseže načrtovane TRP-je oz. le za tisti medijski zakup, za katerega je dosegel načrtovane TRP-je. V primeru, da naročnik ugotovi izvajalčevo namerno zavajanje z v ponudbi navedenimi TRP-ji za načrtovano

medijsko investicijo, mu lahko zaračuna pogodbeno kazen v višini 20% od vrednosti medijske investicije za posamezen trg.

Realizacijo TRP-jev je ponudnik dolžan spremljati in poročati naročniku po podatkih ustrezne institucije, ki na posameznem trgu meri spremljanje gledanosti TV programov. Vir za merjenje in spremljanje realizacije mora ponudnik opredeliti v oddani ponudbi.

Pri izvajanju medijskega načrta in realizaciji načrtovanih TRP-jev so dovoljena odstopanja navzdol do največ za 3 odstotke od predvidenih TRP-jev na posameznem trgu. Za večja odstopanja mora izvajalec podati utemeljene razloge.

11. člen

Obveznosti obeh pogodbenih strank so tudi:

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

Prehodne in končne določbe

12. člen

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

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

je nična.

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

13. člen

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

- če je naročnik seznanjen, da je sodišče s pravnomočno odločitvijo ugotovilo kršitev obveznosti iz drugega odstavka 3. člena ZJN-3 s strani izvajalca pogodbe o izvedbi javnega naročila ali njegovega podizvajalca ali
- če je naročnik seznanjen, da je pristojni državni organ pri izvajalcu pogodbe ali njegovem 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.

V primeru seznanitve naročnika s kršitvijo mora ta o tem obvestiti izvajalca v desetih dneh. Izvajalec lahko v roku, ki ga določi naročnik, ki pa ne sme biti daljši kot 15 dni, predloži dokaze, da je sprejel zadostne ukrepe, s katerimi lahko dokaže svojo zanesljivost kljub obstoju kršitev. Če obstaja kršitev pri

podizvajalcu, lahko izvajalec v istem roku predloži dokaze, da je podizvajalec sprejel zadostne ukrepe, s katerimi lahko dokaže svojo zanesljivost kljub obstoju kršitev. Če izvajalec ni predložil dokazov za podizvajalca ali če jih je, pa naročnik oceni, da ti ukrepi ne zadoščajo, lahko izvajalec zamenja podizvajalca v roku, ki ga določi naročnik in ne sme biti daljši od 15 dni v skladu s 94. členom ZJN-3, ali sam prevzame del, ki ga je oddal v podizvajanje temu podizvajalcu, če ta zamenjava ali prevzem ne pomeni bistvene spremembe pogodbe. Če izvajalec ni predložil dokazov zase ali za podizvajalca ali če jih je, pa naročnik oceni, da ti ukrepi ne zadoščajo, ali če izvajalec ne prevzame del sam ali predlaga novega podizvajalca ali če naročnik v skladu s 94. členom ZJN-3 pravočasno predlaganega novega podizvajalca zavrne, se razvezni pogoji uresniči pod pogojem, da je od seznaitve naročnika s kršitvijo in do izteka veljavnosti pogodbe še najmanj šest mesecev. Ne glede na prejšnji stavek se pogodba za izvedbo javnega naročila gradnje ne razveže, če bi razveza pogodbe naročniku povzročila nesorazmerne stroške ali bistvene težave pri nemoteni izvedbi gradnje ali nesorazmerno časovno zamudo in pod pogojem, da naročnik izvajalca najkasneje v 20 dneh od seznaitve s kršitvijo obvesti, da se pogodba ne razveže.

V primeru izpolnitve razveznega pogoja se šteje, da je pogodba razvezana z dnem sklenitve nove pogodbe o izvedbi javnega naročila, naročnik pa mora nov postopek oddaje javnega naročila začeti nemudoma, vendar najkasneje v 60 dneh od seznaitve s kršitvijo. Če naročnik v tem roku ne začne novega postopka javnega naročila, se šteje, da je pogodba razvezana šestdeseti dan od seznaitve s kršitvijo.

14. člen

Morebitna neveljavnost posamezne določbe te pogodbe nima vpliva na veljavnost te pogodbe kot celote.

15. člen

Skrbnik pogodbe s strani naročnika je _____ in s strani izvajalca je _____. Odgovorni osebi obeh pogodbenih strank se dogovorita o konkretizaciji izvedbe sodelovanja.

16. člen

Morebitne spore, ki bi nastali iz te pogodbe, bosta stranki reševali sporazumno. Če jima to ne uspe, jih bo reševalo pristojno sodišče v Ljubljani.

17. člen

Vse spremembe in dopolnitve te pogodbe se sprejemajo z aneksi k tej pogodbi, in sicer v pisni obliki.

18. člen

Pogodba stopi v veljavo z dnem podpisa obeh pogodbenih strank in velja od podpisa pogodbe do _____ oz. do izvedbe vseh storitev, ki so predmet pogodbe.

Sestavljena je v treh (3) enakovrednih izvodih, naročnik prejme 2 izvoda izvajalec pa 1 izvod.

Kraj: Ljubljana, dne, _____

Kraj: _____, dne, _____

Naročnik:

Slovenska turistična organizacija

mag. Maja Pak Olaj

direktorica

Izvajalec: