

Številka JN: **JNV-0012/2024-S-POG-STO**

Datum: **18. 6. 2024**

**DOKUMENTACIJA V ZVEZI Z ODDAJO
JAVNEGA NAROČILA**

Predmet javnega naročila:

**OGLAŠEVANJE KLJUČNIH PRODUKTOV SLOVENSKEGA TURIZMA V SPLETNIH MEDIJIH NA
IZBRANIH TUJIH TRGIH V LETU 2024**

Številka javnega naročila
JNV-0012/2024-S-POG-STO

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

Kazalo

| | |
|--|----|
| POVABILO K ODDAJI PONUDBE..... | 4 |
| 1 SPLOŠNE DOLOČBE | 5 |
| 1.1 Način izvajanja naročila | 5 |
| 1.2 Sodelovanje..... | 5 |
| 1.3 Jezik..... | 5 |
| 1.4 Podizvajalci | 5 |
| 1.5 Skupna ponudba..... | 6 |
| 1.6 Uporaba zmogljivosti drugih subjektov..... | 6 |
| 1.7 Pojasnila dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila | 6 |
| 1.8 Dopolnitve in spremembe dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila | 7 |
| 1.9 Dopustne dopolnitve, pojasnila in popravek ponudbe, računske napake | 7 |
| 1.10 Stroški ponudbe..... | 8 |
| 1.11 Variantne ponudbe | 8 |
| 1.12 Način obračuna in izstavitve računa ter rok plačila..... | 8 |
| 1.13 Ocenjena vrednost javnega naročila in ponudbena cena..... | 10 |
| 1.14 Neobičajno nizka ponudba | 10 |
| 1.15 Merila za izbor izvajalca | 11 |
| 1.16 Obvestilo o odločitvi o oddaji naročila | 11 |
| 1.17 Podatki o lastniški strukturi | 11 |
| 1.18 Pogodba..... | 12 |
| 1.19 Zaupnost podatkov..... | 12 |
| 1.20 Ustavitev postopka, zavrnitev vseh ponudb, odstop od izvedbe javnega naročila | 12 |
| 1.21 Prenehanje pogodbene obveznosti..... | 12 |
| 1.22 Zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti..... | 13 |
| 1.23 Pravno varstvo..... | 13 |
| 2 UGOTAVLJANJE SPOSOBNOSTI | 13 |
| 2.1 Razlogi za izključitev | 13 |
| 2.2 Pogoji za sodelovanje | 15 |
| 3 NAVODILA ZA IZDELAVO PONUDBE..... | 19 |
| 3.1 Oddaja ponudbene dokumentacije | 19 |
| 4 TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA | 21 |
| 4.1 Ključna izhodišča javnega naročila | 21 |

| | | |
|-----|--|----|
| 4.2 | Ciljne skupine: segmenti in demografija ciljnih skupin | 25 |
| 4.3 | Okvirni terminski načrt izvedbe javnega naročila | 27 |
| 4.4 | Cilji javnega naročila | 28 |
| 5 | PREDMET NAROČILA | 29 |
| | Aktivnost 1: Zakup oglasnega prostora v tujih spletnih medijih | 29 |
| | Aktivnost 2: Priprava predloga terminskega načrta oglaševanja po medijih..... | 31 |
| | Aktivnost 3: Priprava vsebin, oblikovanje oglasov, prevajanje, usklajevanje z mediji in z naročnikom. | 32 |
| | Aktivnost 4: Priprava mesečnih sukcesivnih poročil aktivnosti, priprava zaključnega poročila (elaborata) ter poročila o medijskem prostoru. | 35 |
| | Obrazec št. 1: Ponudba..... | 38 |
| | Obrazec št. 2: Ponudbeni predračun | 40 |
| | Obrazec št. 3: Izjava o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika | 42 |
| | Obrazec št. 4: Podatki o podizvajalcu..... | 44 |
| | Obrazec št. 5: Obrazec zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti (vzorec) | 47 |
| | Obrazec št. 6: Reference ponudnika | 49 |
| | Obrazec št. 7: Potrdilo reference ponudnika s strani naročnika referenčnega projekta | 50 |
| | Obrazec št. 8: Strokovna ekipa..... | 51 |
| | Obrazec št. 9: Potrdilo reference strokovnjaka s strani posameznih naročnikov | 54 |
| | Obrazec št. 10: Izjava o nativnih govornicah - prevajalcih | 56 |
| | Obrazec št. 11: Vzorec pogodbe | 57 |
| | Priloga 1: Vzorec poročila o mesečnih aktivnostih..... | 69 |

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 »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« najkasneje do: **dne 26. 7. 2024 do 10:00 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 **26. 7. 2024** in se bo začelo ob **13:00** 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: Katja Nared

S spoštovanjem,

direktorica
mag. Maja Pak Olaj

1 SPLOŠNE DOLOČBE

1.1 Način izvajanja naročila

Naročnik oddaja javno naročilo za predmet naročila »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« v celoti. Ponudnik mora ponuditi vse razpisane vrste storitev (delne ponudbe niso dovoljene).

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

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

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

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

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

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 ali gradenj in vodstvenih delavcev podjetja ter pogojev v zvezi z ustreznimi poklicnimi izkušnjami lahko ponudnik zahteva pri uporabi zmogljivosti drugih subjektov le, če bodo slednji izvajali gradnje ali storitve, za katere se zahtevajo te zmogljivosti. Če želi ponudnik uporabiti zmogljivosti drugih subjektov, mora naročniku dokazati, da bo imel na voljo potrebna sredstva, na primer s predložitvijo zagotovil teh subjektov v ta namen.

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 gradnje, storitve in blaga, ki vključuje namestitvena ali inštalacijska dela, 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 15. 7. 2024 do 12:00 ure.

Naročnik bo dodatno pojasnilo v zvezi s to dokumentacijo posredoval prek portala javnih naročil najpozneje dne 18. 7. 2024 do 12. ure pod pogojem, da je bila zahteva posredovana pravočasno. Na prepozne zahteve naročnik ne bo odgovarjal.

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.

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 dvoumnost 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 ali nebistvene 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.

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.

1.10 Stroški ponudbe

Ponudnik nosi vse stroške, povezane s pripravo in predložitvijo ponudbe, vključno s stroški prospektnega materiala, katalogov, če jih bo naročnik zahteval. 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 Način obračuna in izstavitve računa ter rok plačila

Rok plačila je 30 dni od dneva prejema računa po poročilu, ki ga predhodno odobri naročnik. Izbrani izvajalec mora izstaviti poročilo o izvedbi aktivnosti za prejšnji koledarski mesec v obliki in na način kot ga je predpisal naročnik. Izbrani izvajalec mora izstaviti poročilo na obrazcu, ki je predložen v prilogi. Mesečno poročilo mora vsebovati podroben popis izvedenih aktivnosti in izvedenega oglaševanja po posameznih trgih in medijih. Potrjeno poročilo s strani naročnika je pogoj za izstavitve računa.

Izbrani izvajalec mora poskrbeti za plačilo storitev in zakup oglaševalskega prostora.

Vsak **obračun** izvedenih storitev vključuje naslednje stroške:

a) Stroške za aktivnosti v okviru Aktivnosti 1:

Ti stroški se priznavajo za dejanski zakup oglasnega prostora v medijih in izvedeno oglaševanje skladno s ponudbami, ki jih je pridobil naročnik.

b) Stroške za aktivnosti v okviru Aktivnosti 2-4 (agencijske storitve):

V skladu s to razpisno dokumentacijo so Aktivnosti 2-4 naslednje:

- Aktivnost 2: Priprava predloga terminskega načrta oglaševanja po medijih.
- Aktivnost 3: Priprava oglaševalskih vsebin, oblikovanje oglasov, prevajanje, vsebinski pregled ustreznosti vsebin in morebitni popravki, usklajevanje z mediji in z naročnikom.
- Aktivnost 4: Priprava mesečnih sukcesivnih poročil aktivnosti, priprava zaključnega poročila (elaborata) ter priprava poročila o medijskem prostoru.

Ti stroški se priznavajo za izdelavo vseh za izvedbo potrebnih oglasnih formatov, besedil in priprave ostalih vsebin z vključitvijo kreativne rešitve STO (My way), vse potrebne prevode oglasnih vsebin, člankov in oglasnih vsebin, naročanje oglaševanja, brifiranje in usklajevanje z mediji, ponudniki in naročnikom, izdelavo medijskih načrtov, poročil, analiz in predstavitev v zahtevanih oblikah v slovenskem ter po potrebi v angleškem jeziku ter ostale manipulativne stroške izbranega izvajalca za izvedbo tega javnega naročila, vključno z vsemi davki in dajatvami.

Terminski načrt oglaševanja pripravi izbrani ponudnik, potrdi pa ga naročnik.

Naročnik bo izbranemu ponudniku za vsako preteklo koledarsko mesečno obdobje plačal, kot sledi:

- Stroške v okviru Aktivnosti 1 po izvedenem zakupu oglasnega prostora oziroma po izvedenem oglaševanju, glede na predhodno pridobljene ponudbe.
- Stroške v okviru Aktivnosti 2-4 (agencijske storitve) – v sorazmerni vrednosti, ki jo je v ponudbi navedel izbrani ponudnik.

Izvajalec bo naročniku posredoval račun za opravljene storitve (Aktivnosti 1-4) najpozneje v roku 8 dni po potrditvi mesečnega poročila s strani naročnika, po koncu vsakega koledarskega meseca oglaševanja. Izvajalec je dolžan izdati poročila v roku 5 delovnih dni po zaključku vsakega koledarskega meseca in zaključno poročilo za celotno oglaševanje v letu 2024 do najkasneje **17.12.2024.**

Naročnik v roku 3 delovnih dni po prejemu vsakokratnega poročila, poročilo pregleda in ga potrdi ali pa zavrne z zahtevo po dopolnitvah. V kolikor so potrebne dopolnitve ali dodatna pojasnila, jih naročnik naslovi na izbranega izvajalca čim prej v roku za pregled, izvajalec pa mora odgovoriti najpozneje v roku 2 delovnih dni od prejema zahtevka za dopolnitev.

Poročila so z namenom hitrejše korespondence lahko posredovana v pregled po elektronski pošti, prav tako zaključno poročilo in elaborat. K vsakem poročilu bo izvajalec dodal zajeme objavljenih vsebin ter aktivne url povezave do teh vsebin, ki dokazujejo izvedbo oglaševanja skladno s to razpisno dokumentacijo in pogodbo.

Naročnik izvedbo aktivnosti oglaševanja ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih medijih na izbranih trgih predvideva v obdobju med avgustom in decembrom 2024, pri čemer se morajo vse aktivnosti oglaševanja obvezno zaključiti do 8. decembra 2024.

Ponudnik mora v tem obdobju zagotoviti realizacijo zakupa medijskega prostora in realizacijo vseh KPI-jev skladno s ponodbami medijskih hiš. Realizacijo s ponodbami opredeljenih KPI-jev je ponudnik dolžan spremljati, naročniku mesečno poročati o mesečni realizaciji in po potrebi opozoriti na morebitne zagate pri zagotavljanju končnih ciljev zakupa.

V kolikor ponudnik ne realizira predvidenih in v ponudbi ponujenih elementov medijskega zakupa in KPI-jev, naročnik lahko zavrne določen del zaključnega poročila in ni dolžan plačati deleža storitev, ki so predmet tega naročila in ne bodo v celoti realizirane, po presoji glede na ocenjeno morebitno škodo.

Naročnik zahteva, da izbrani izvajalec po zaključku izvajanja celotne kampanje za leto 2024, najpozneje pa do 17. 12. 2024, naročniku predloži tudi zaključno poročilo –elaborat »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« (lahko v elektronski obliki).

Kakovostno pripravljeno zaključno poročilo o uspešnosti izvedbe »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024«, ki je usklajeno in potrjeno strani naročnika, je pogoj za izstavitve zadnjega računa izvajalca.

1.13 Ocenjena vrednost javnega naročila in ponudbena cena

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

Ocenjena vrednost celotnega javnega naročila je 629.435,25 € z DDV oziroma 515.930,53 € brez DDV. Od tega je:

- 572.213,86 € z DDV oziroma 469.027,75 € brez DDV namenjeno Aktivnosti 1 (maksimalen zakup oglasnega prostora) in
- največ 57.221,39 € z DDV oziroma 46.902,78 € brez DDV namenjeno Aktivnosti 2-4 (agencijske storitve).

Ponudba ponudnika ne sme preseči v prejšnjem odstavku navedenih vrednosti.

Pri izračunu agencijskih storitev se upošteva cena brez DDV, ki jo izbrani ponudnik predloži v ponudbi. Ta ne sme presegati zgoraj navedene ocenjene vrednosti, namenjene Aktivnostim 2-4. Ponudba mora vsebovati vse stroške, ki jih bo imel ponudnik z realizacijo naročila, popuste in rabate.

Ponudnik predloži svojo ponudbo na Obrazcu št. 2: PONUDBENI PREDRAČUN. Z oddajo svoje ponudbe se ponudnik zaveže, da bo izvedel in dosegel vse v tej razpisni dokumentaciji zastavljene cilje, za vsak ciljni trg posebej.

Naročnik je že pridobil ponudbe za medijski zakup v spletnih medijih, ki so zbrane na [tej povezavi](#). Izbrani izvajalec mora opredeljene aktivnosti iz pridobljenih ponudb v celoti realizirati po cenah, ki jih je izpogajal naročnik, ali nižjih cenah. Kot dokazilo, da so bili cilji z naslova vsebinskih ponudb realizirani, služijo poročila s strani medijev, mesečna poročila izbranega izvajalca z ustreznimi zajemi ali pdf materiali strani, ter url povezavami, ki dokazujejo izvedbo oglaševanja, izvedenega za naročnika, skladno s to razpisno dokumentacijo in pogodbo. To je pogoj za izplačilo stroškov, nastalih iz naslova zakupa oglasnega prostora v medijih.

Proračun za izvedbo tega javnega naročila zajema vse stroške storitev.

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 utemeljitve o elementih ponudbe, za katere meni, da so odločilni za izpolnitev naročila oziroma vplivajo na razvrstitev ponudb.

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

1.15 Merila za izbor izvajalca

Merilo za izbiro najugodnejšega ponudnika je ekonomsko najugodnejša ponudba.

Naročnik bo najugodnejšo ponudbo izbral na osnovi naslednjega merila:

| Merilo | Udeležba (v %) |
|--|----------------|
| Agencijska provizija na vrednost zakupa oglasnega prostora izražena v odstotkih (največ 10 %) | 100 % |

Merilo za izbor izvajalca je agencijska provizija na vrednost zakupa oglasnega prostora izražena v odstotkih. Ponudnik mora v ustrezen priložen obrazec navesti ponujeno provizijo za izvedbo javnega naročila izraženo v odstotkih in v evrih brez DDV.

Ponudnik mora navesti agencijsko provizijo, ki odraža tržno ceno in zagotavlja kakovostno izvedbo aktivnosti ter zadošča načelu gospodarne učinkovitosti javno-finančnih sredstev.

Maksimalna agencijska provizija, ki jo prizna naročnik pri tem javnem naročilu, ne sme presegati 10 % vrednosti zakupa oglasnega prostora, in se kasneje med izvajanjem predmeta tega javnega naročila ne bo smela spreminjati navzgor. V primeru, da ponudnik odda ponudbo z višjo agencijsko provizijo, bo njegova ponudba izločena.

Naročilo bo oddano tistemu ponudniku, ki bo ponudil najnižjo provizijo za izvedbo javnega naročila »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« v celoti.

V primeru, da bo več ponudnikov ponudilo enako najnižjo višino provizije, bo naročnik skozi žreb izbral ponudbo. Na žrebu bodo lahko prisostvovali ponudniki, katerih ponudbe bodo vključene v žreb. Pravila žreba bo naročnik opisal v povabilu k prisostvovanju na žrebu.

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. Naročnik bo lahko obračunal škodo, ki jo je imel zaradi neizpolnjevanja pogodbenih obveznosti s strani izbranega ponudnika oz. odstopa od podpisa pogodbe.

Pogodba o izvedbi javnega naročila postane veljavna pod pogojem, da izbrani ponudnik pravočasno predloži finančno zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti, določeno v tej razpisni dokumentaciji.

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

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

1.20 Ustavitve 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 Zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti

Originalno bančno garancijo ali kavcijsko zavarovanje zavarovalnice za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti bo izbrani ponudnik, ne glede na vrednost ponudbe, predložil najkasneje v desetih dneh po sklenitvi pogodbe z naročnikom, in sicer v višini 50.000,00 EUR brez DDV. Predložitev tega zavarovanja je pogoj za veljavnost pogodbe.

Zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti mora veljati do 31.1.2025.

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

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

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

1.23 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 devetim odstavkom 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 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 A: Razlogi, povezani s kazenskimi obsodbami«) za vse gospodarske subjekte v ponudbi. V kolikor je vaš odgovor v tem primeru DA, in uveljavljate popravni mehanizem, v polje »Opišite jih« napišete kršitve in ukrepe, s katerimi lahko dokažete svojo zanesljivost kljub obstoju razlogov za izključitev.

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 poravna neplačane zapadle obveznosti, ki znašajo 50 eurov ali več in predloži vse obračune davčnih odtegljajev za dohodke iz delovnega razmerja za obdobje zadnjih pet 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, v polje »Opišite jih« napišete kršitve in ukrepe, s katerimi lahko dokažete svojo zanesljivost kljub obstoju razlogov za izključitev.

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 »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.

Dokazilo: Izpis iz ustreznega poklicnega registra ALI izpis iz poslovnega registra.

Ekonomski in finančni položaj

- P7** Ponudnik mora v poslovnem letu 2023 izkazovati letni promet vsaj 700.000 €. Kot splošni letni promet se štejejo čisti prihodki od prodaje.

Pogoj lahko izpolnjujejo vsi gospodarski subjekti, ki so udeleženi pri izvedbi javnega naročila, skupaj.

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

Tehnična in strokovna sposobnost

- P8** Ponudnik je moral imeti v letu 2023 povprečno zaposlenih najmanj 5 delavcev (štejejo zaposleni za določen in nedoločen čas).

Pogoj lahko izpolnjujejo vsi gospodarski subjekti, ki so udeleženi pri izvedbi javnega naročila, skupaj.

Dokazilo: Izpis iz javnih evidenc. V primeru, da je ponudnik iz tujine, le-ta priloži izjavo.

Reference ponudnika

- P9** Ponudnik mora izkazovati referenco vsaj ene večje vsebinske oglaševalske kampanje v spletnih medijih. Referenčna kampanja mora biti izvedena v vsaj treh od naslednjih držav oziroma trgov: Nemčija, Avstrija, Italija, Francija, Danska, Finska in Združeno kraljestvo, in sicer mora obsegati:

- izdelavo in izvedbo načrta oglaševanja v medijih, zakup oglasnega prostora, pripravo oglasnega materiala (advertoriali in druga besedila), oblikovanje oglasov, priprava poročil o izvedbi v minimalni vrednosti medijskega zakupa posamezne kampanje 30.000 EUR brez DDV. Šteje le projekt, ki se je zaključil v zadnjih treh letih od dneva objave javnega naročila.

Pogoj lahko izpolnjujejo vsi gospodarski subjekti, ki so udeleženi pri izvedbi javnega naročila, skupaj.

Dokazilo:

- izpolnjen obrazec Reference ponudnika,
- izpolnjen obrazec Potrdilo reference ponudnika s strani naročnika referenčnega projekta.

Iz opisa reference v priloženem obrazcu mora biti razvidno, da je ponudnik v referenčnem obdobju že izvedel kampanjo vsebinskega oglaševanja v spletnih medijih v vsaj treh od naštetih držav oziroma trgov.

Referenčni projekti so morali biti opravljeni kakovostno, pravočasno in skladno s pogodbenimi določili.

Strokovna ekipa

P10 Ponudnik mora za delo na projektu, ki je predmet naročila, zagotoviti strokovno ekipo, ki mora biti sestavljena iz vsaj treh (3) različnih strokovnjakov (treh različnih oseb, vsaka oseba lahko izvaja le eno funkcijo), ki morajo izpolnjevati naslednje pogoje:

PROJEKTNI VODJA – 1 strokovnjak

Imenovani strokovnjak mora izpolnjevati naslednje pogoje:

- vsaj 5 let delovnih izkušenj pri vodenju oglaševalskih akcij mednarodnih projektov (opravljal funkcijo vodje projekta);
- izkazovati reference z najmanj enim (1) referenčnim projektom s področja vodenja oglaševalskih akcij mednarodnih projektov v vrednosti vsaj 30.000 evrov brez DDV (kjer je opravljal funkcijo vodje projekta), ki se je zaključil v zadnjih 3 letih od dneva objave javnega naročila;
- znanje slovenskega in angleškega jezika.

STROKOVNJAK ZA VSEBINSKI MARKETING – 1 strokovnjak

Imenovani strokovnjak mora izkazovati strokovno referenco z najmanj enim (1) referenčnim projektom s področja izvedbe inovativnih kreativnih rešitev v okviru vsebinskih oglaševalskih projektov (advertorialov, medijskih objav, kampanj vsebinskega marketinga) v vrednosti vsaj 30.000 evrov brez DDV, ki se je zaključil v zadnjih 3 letih od dneva objave javnega naročila.

STROKOVNJAK ZA TEKSTOPISIJE (STAREJŠI TEKSTOPISEC) – 1 strokovnjak

Imenovani strokovnjak mora izkazovati strokovno referenco z najmanj enim (1) referenčnim projektom s področja izvedbe inovativnih kreativnih rešitev v okviru vsebinskih oglaševalskih projektov (advertorialov, medijskih objav, kampanj vsebinskega marketinga) v vrednosti vsaj 30.000 evrov brez DDV, ki se je zaključil v zadnjih 3 letih od dneva objave javnega naročila.

Referenčni projekti so morali biti opravljeni kakovostno, pravočasno in skladno s pogodbenimi določili.

Ponudnik je dolžan predložiti skeniran original potrjenih referenc zgoraj navedenih strokovnjakov na obrazcu Potrdilo reference s strani naročnika referenčnega projekta, za vrsto in obseg storitev v zahtevanem časovnem obdobju.

Pogoj lahko izpolnjujejo vsi gospodarski subjekti, ki so udeleženi pri izvedbi javnega naročila, skupaj.

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

v potrditev, kot navedeno zgoraj, v roku 7 delovnih dni od dneva nastopa te spremembe. Neizpolnjevanje pogoja s strani izbranega ponudnika je razlog za vnovčenje zavarovanja - Garancija za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti.

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

Člani strokovne ekipe bodo v okviru izvajanja javnega naročila predvidoma opravljali naslednje naloge:

- **Projektni vodja:** celostno vodi projekt, vodi redno in strokovno komunikacijo z mediji in naročnikom, usklajuje aktivnosti med drugimi člani strokovne ekipe in naročnikom, pripravi medijski načrt, spremlja in skrbi za uresničevanje časovnice projekta, izvaja aktivnosti poročanja.
- **Strokovnjak za vsebinski marketing:** opravlja funkcijo urednika vsebin, podrobno se seznani s ključnimi tematikami (produkti) in vsebinskimi ter vizualnimi poudarki kampanje in komunikacijske rešitve My way ter skrbi za kakovostno in celostno podobo projekta, brifira medije, skrbi za kakovost in pravilnost vsebin, ki jih pripravijo mediji, predlaga vsebinske rešitve za čim kakovostnejšo izvedbo projekta.
- **Strokovnjak za tekstopisje (starejši tekstopisec):** po potrebi pripravlja kakovostna daljša ali krajša besedila (advertoriali, besedila za objave na družbenih omrežjih), ki odražajo vizijo naročnika in sledijo vsebinskim poudarkom kampanje. Skupaj z ostalima članoma strokovne ekipe po potrebi skrbi za ažuriranje vsebin reaktivacijske kampanje.

Vsi predvideni člani strokovne ekipe morajo biti obvezno prisotni na uvodnem in zaključnem sestanku z naročnikom, ki se bo izvedel v živo, in na rednih obdobjih sestankih, ki se bodo izvajali prek spleta (npr. prek aplikacije Teams), po dogovoru z naročnikom.

Dokazila:

- izpolnjen Obrazec: Strokovna ekipa,
- izpolnjen Obrazec: Potrdilo reference strokovnjaka s strani naročnika referenčnega projekta,
- CV Projektne vodje projekta, iz katerega je razvidno, da ima vsaj 5 let delovnih izkušenj pri vodenju oglaševalskih akcij mednarodnih projektov (opravljal funkcijo vodje projekta).

3 NAVODILA ZA IZDELAVO PONUDBE

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

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: Ponudbeni predračun
3. Obrazec št. 3: Izjava o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika
4. Obrazec št. 4: Podatki o podizvajalcu
5. Obrazec št. 6: Reference ponudnika
6. Obrazec št. 7: Potrdilo reference ponudnika s strani naročnika referenčnega projekta
7. Obrazec št. 8: Strokovna ekipa
8. Obrazec št. 9: Potrdilo reference strokovnjaka s strani naročnika referenčnega projekta
9. Obrazec št. 10: Izjava o nativnih govorcih – prevajalcih
10. Izpolnjen ESPD – za vsak gospodarski subjekt, ki bo udeležen pri izvedbi javnega naročila
11. Ostala dokazila: CV Projektnega vodje

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/espdl/> 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 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.

V del »Predračun« naloži izpolnjen *Obrazec št. 2: Ponudbeni predračun* v word, excel ali pdf formatu, obrazec »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: Ponudbeni predračun*, kot veljavni štejejo podatki v *Obrazcu št. 2: Ponudbeni 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.

Razpisna dokumentacija obsega naslednje dokumente:

- Obrazec št. 1: Ponudba
- Obrazec št. 2: Ponudbeni predračun
- Obrazec št. 3: Izjava o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika
- Obrazec št. 4: Podatki o podizvajalcu
- Obrazec št. 5: Obrazec zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih aktivnosti (vzorec)
- Obrazec št. 6: Reference ponudnika
- Obrazec št. 7: Potrdilo reference ponudnika s strani naročnika referenčnega projekta
- Obrazec št. 8: Strokovna ekipa
- Obrazec št. 9: Potrdilo reference strokovnjaka s strani naročnika referenčnega projekta
- Obrazec št. 10: Izjava o nativnih govoricah – prevajalcih
- Obrazec št. 11: Vzorec pogodbe
- ESPD - datoteka xml

4 TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA

4.1 Ključna izhodišča javnega naročila

Naročnik želi s tem javnim naročilom, v sklopu svojega temeljnega poslanstva in ključnih programskih ciljev za leto 2024, izvesti »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« za promocijo Slovenije kot turistične destinacije med končnimi potrošniki (turisti) na naslednjih trgih oz. v naslednjih državah:

- Nemčija,
- Avstrija,
- Italija,
- Francija,
- Združeno kraljestvo,
- Danska,
- Finska.

Naročnik pri tem zasleduje dva ključna cilja in podporni cilj:

- povečanje prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot turistične destinacije (t.i. *awareness*) pri HVT (High Value Traveller) segmentu in
- navdihovanje in motiviranje ciljnih segmentov za povečanje možnosti izbire Slovenije kot preferenčne turistične destinacije (t.i. *consideration*)
- *Podporni cilj:* povečati prepoznavnost Slovenije kot sodobne, kreativne in atraktivne destinacije kulturnega turizma z močno trajnostno noto, ki jo zaznamujejo vrhunski umetniki, navdihujoče prireditve 365 dni v letu ter bogata kulturna dediščina.

Letošnjo kampanjo bomo izvedli kot t.i. **reactivation** oziroma **reaktivacijsko kampanjo**. V drugi polovici leta 2023 smo namreč na izbranih primarnih trgih (Nemčija, Avstrija, Italija, Francija, Združeno kraljestvo) ter na sekundarnem trgu (Nordijske države – Finska in Danska) v tesnem sodelovanju s tamkajšnjimi uglednimi spletnimi mediji in njihovimi produkcijskimi ekipami že ustvarili 54 kakovostnih advertorialov in pristajalnih strani o Sloveniji, ki sledijo najnovejšim trendom vsebinskega marketinga. Ocenjujemo, da so ustvarjene vsebine aktualne tudi v letošnjem letu, zato jih bomo po potrebi in skladno s svežimi informacijami in vizuali osvežili ter s premišljenim in učinkovitim medijskim načrtom znova prikazali občinstvu – izbranim ciljnim skupinam, ki jih delimo z uglednimi mediji.

Ob osveženih obstoječih vsebinah, ki Slovenijo predstavljajo skozi ključne produkte slovenskega turizma, bomo skladno z nosilno tematiko 2024/25 **Umetnost in kultura** predvidoma zakupili še dodatno produkcijo novih advertorialov, ki bodo predstavljali Slovenijo kot sodobno, kreativno in atraktivno destinacijo kulturnega turizma, umetnosti in kulture.

Posebno pozornost bomo torej v letu 2024 posvetili ključnim turističnim produktom za nagovarjanje končnih potrošnikov (turistov):

- aktivnosti v naravi (outdoor)
- zdravje in dobro počutje
- kultura in zgodovinska mesta

- gastronomija ter
- umetnost in kultura (kot nosilna komunikacijska tematika Slovenske turistične organizacije v letih 2024 in 2025).

S pomočjo trženjskih aktivnosti, ki so usmerjene na jasno zastavljene ciljne segmente, bomo krepili percepcijo o Sloveniji kot turistični destinaciji za zahtevnega gosta, ki išče trajnostno turistično ponudbo, raznolika doživetja, mir, osebne koristi ter varno potovalno izkušnjo.

Promocijo izvajamo s ciljem dviga prepoznavnosti, ugleda in verjetnosti izbire Slovenije za turistično destinacijo. Promocija na tujih trgih poteka pod okriljem komunikacijske rešitve I feel Slovenia – MY WAY. Vsebino in ton komunikacije na nevsiljiv način dopolnjuje zavedanje o Sloveniji kot varni, trajnostni, vključujoči in odgovorni destinaciji.

Aktivnosti kampanje »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« za promocijo Slovenije kot turistične destinacije bodo v letu 2024 glede na sezono in zaznani motiv uporabnikov na posameznem ciljnem trgu usmerjene na promocijo naslednjih krovnih produktov slovenskega turizma:

AKTIVNOSTI V NARAVI (OUTDOOR)

Produkt Aktivnosti v naravi (outdoor) je med najkonkurenčnejšimi v Evropi, temelji pa na izjemnih naravnih danostih Slovenije, kakovostni infrastrukturi, trajnostnih poslovnih praksah ter odgovorni rabi naravnih in kulturnih danosti. Produkt ima velik vpliv na celostno podobo Slovenije kot trajnostne destinacije za preživljanje aktivnih počitnic na prostem. Produkt Aktivnosti v naravi ima veliko konkurenčno prednost v primerjavi z ostalimi turističnimi produkti, saj se povezuje z vsemi ostalimi produkti. To prednost je potrebno izkoristiti s ciljem privabljanja širše skupine gostov, tudi tistih ciljnih skupin, ki preživljajo prosti čas ali oddih na prostem rekreativno in ni nujno, da spadajo v segment športno aktivnih gostov. Zaradi ugodnih klimatskih pogojev, naravnih danosti in zavezanosti k promociji in trženju slovenskega turizma 365 dni v letu, produkt aktivna doživetja na prostem s široko paleto različnih športnih aktivnosti lahko privablja turiste skozi vse leto.

Produkt Aktivnosti v naravi (Outdoor) je v novem strateškem obdobju najbolj dinamičen in rastoč slovenski produkt, z aktivnim delom na nadgradnji infrastrukture, storitev in izkušnje pa postane tudi najkonkurenčnejši, z znatno povečano dodano vrednostjo. Temelji na izjemnih naravnih danostih, raznolikost Slovenije na stičišču Alp, Mediterana, Krasa in Panonske nižine pa zagotavlja izjemno raznolikost številnih aktivnosti v naravi, z raznolikimi naravnimi in kulturnimi ambienty, vse leto. Produkt ima izjemno velik vpliv na krepitev pozicije Slovenije kot zelene butične destinacije za individualnega odgovornega gosta, ki ceni naravo, zdravje, kulturna doživetja in avtentični karakter lokalnih skupnosti, s trajnostnim pristopom in zelenimi praksami pa gosta navdihuje in izobražuje o pomenu odgovornega ravnanja in obiska. Z okrepljenim razvojem produkta izven poletnih mesecev in njihovim umeščanjem izven preobremenjenih območij – ob hkratnem ohranjanju mirnih zon – Slovenija uspešno udejanja princip usmerjanja tokov in spoštovanja nosilne zmogljivosti prostora in narave. Cilj je privabiti širšo skupino gostov, tudi tistih ciljnih skupin, ki preživljajo prosti čas ali oddih na prostem rekreativno in ni nujno, da spadajo v segment športno aktivnih gostov. 365 dni na leto.

ZDRAVJE IN DOBRO POČUTJE

Slovenija je dežela s sodobno in visoko konkurenčno ponudbo zdravja, preventive in sprostitev, po meri zahtevnega iskalca zdravja in dobrega počutja. Produkt gradi prepoznavnost na temeljih edinstvenih termalnih in mineralnih vod in drugih znanstveno dokazanih naravnih zdravilnih faktorjih (blato in slanica – aquamadre s solin ob Jadranskem morju, naravna šota s starodavnega Pohorja, različni peloidi in aerosoli, zdravilna gorska ali morska klima ter drugi lokalni dejavniki), znanju, močnih zdravstvenih ekipah, bogati tradiciji in sodobni ponudbi za sprostitev in aktivni oddih. Vsaki zdraviliško termalni destinaciji dodatno privlačnost dajejo raznoliki pokrajinski ambienti, kulturna identiteta in lokalna doživetja. V novem strateškem obdobju produkt še nadalje pridobiva na pomenu, saj je pandemija covid- 19 močno okrepila zavedanje o pomenu zdravja, dobrega počutja, odpornosti, dobre telesne in duševne kondicije, dolgoživosti ter pomena aktivnega in zdravega staranja. Slovenska naravna zdravilišča in drugi termalni in spa ponudniki so na temeljih narave, znanja in tradicije okrepili programe samoplačniškega zdravljenja in preventive, ki nagovarjajo sodobne tegobe današnjega časa, s čimer so še izboljšali celoletno poslovanje, dodano vrednost, razlikovanje in tržno pozicijo Slovenije kot dežele zdravja in zdravih vod v srednjeevropskem prostoru. Obenem se produkt s svojo infrastrukturo ustrezno umešča in povezuje z ostalimi nosilnimi produkti slovenskega turizma, kot so aktivnosti v naravi, kultura in zgodovinska mesta ter gastronomija.

KULTURA IN ZGODOVINSKA MESTA

Za večjo dodano vrednost in razlikovalnost usmerjamo celoten slovenski turizem k večji valorizaciji in vključevanju lokalne avtentičnosti in kulturnega karakterja destinacij oziroma lokalnih skupnosti in Slovenije kot celote. Turizem in kultura sodelujeta z roko v roki in Slovenija vse bolj uspešno pozicionira kulturo in mesta kot končno destinacijo prihoda. Trženjsko krepimo prodajne produkte, kot je mestni oddih, v okviru katerega na globalnem *city break* trgu vodi prestolnica Ljubljana, ob njej pa krepimo privlačno pozicijo drugih večjih mest Slovenije (Maribor, Kranj in Celje). Obenem posebno pozornost namenjamo tudi manjšim zgodovinskim mestom, ki jih odlikujejo prenovljena zgodovinska jedra in kakovostna zgodovinsko-kulturna ponudba. Slovenska mesta so vedno le korak od narave – s svojo umeščenostjo v zeleno in večinoma podeželsko okolje predstavljajo privlačen in aktiven način odkrivanja Slovenije. Kulturo v Sloveniji končno razumemo kot element, ki lahko okrepi dodano vrednost in izkušnjo vsakega produkta. Slovenija navdušuje s spajanjem kulture in gastronomije, kulture in aktivnosti v naravi, kulture in razvajanj v termah.

GASTRONOMIJA

Vizija Slovenije kot gastronomske destinacije je postati prepoznavna destinacija z visokokakovostno, inovativno, prepoznavno gastronomijo ter avtentično kulinarično ponudbo hrane in vina, ki jo ustvarjajo izjemni posamezniki in številni butični ponudniki kakovostne hrane, ki svojo ponudbo gradijo na lokalni pridelavi živil in ustvarjalnih jedeh, ki so odraz naravnih bogastev, znanja in srčnosti v pripravi. Razvijamo ponudbo za zahtevnega turista, ki bo za svoja gastronomska doživetja pripravljen plačati več, hkrati pa uspešno krepimo najbolj dinamičen in za višanje dodane vrednosti slovenskega turizma pomemben kakovosten srednji del »piramide« gostinske ponudbe. Slovenija uspešno izkorišča gastronomski turizem kot enega najbolj dinamičnih in kreativnih segmentov in se na evropskem in globalnem trgu pozicionira kot

presenetljiva gastronomska destinacija, kjer gredo odlična gastronomija, izjemna narava, bogata kultura in edinstvena doživetja z roko v roki.

UMETNOST IN KULTURA

Odkrivanje drugih kultur je eden od najpomembnejših motivov obiskovanja novih destinacij. Po podatkih Evropske komisije je Evropa ključna destinacija kulturnega turizma, zahvaljujoč kulturni dediščini in umetnosti, kar vključuje muzeje, gledališča, arheološke kraje, zgodovinska mesta, industrijske lokacije ter glasbo in gastronomijo; kulturni turizem predstavlja 40 % vsega evropskega turizma, pri čemer 4 od 10 turistov izbere svojo destinacijo glede na njeno kulturno podobo. Tudi zato v letih 2024 in 2025 večjo pozornost posvečamo tematiki slovenske umetnosti in kulture. Slovenijo želimo pozicionirati kot sodobno, kreativno in atraktivno destinacijo kulturnega turizma z močno trajnostno noto, ki jo zaznamujejo vrhunski umetniki, navdihujoče prireditve 365 dni v letu ter bogata kulturna dediščina. Pri komunikaciji novim ciljnim skupinam (profesionalci in poznavalci v kulturnih kreativnih sektorjih, novinarji, novi tipi intelektualno zahtevnejših obiskovalcev) v središče postavljamo urbano ustvarjalnost, sodobno kulturno-umetniško produkcijo in profilirane festivale. Izpostavljamo sodobno izkušnjo mesta za nove/sodobne obiskovalce, ki so tudi *trend-setterji*. Ne želijo biti turisti, ampak se radi vklopijo v mestni utrip, predvsem s pomočjo doživetij kulture, umetnosti in ustvarjalnosti. Zato v ospredju niso pričakovane znamenitosti, pomembno je, da predstavljajo utrip (*vajb*) mesta. Izbiramo vsebine, ki imajo svetovljansko noto in so globalno vznemirljive, hkrati pa odražajo posebnost prostora.

Podporni cilj kampanje je, da bi bila Slovenija prepoznana po naslednjih ključnih tematskih sklopih in njihovih vsebinah, ki jih je potrebno komunicirati na subtilen in nevsiljiv način:

VARNOST IN DOSTOPNOST

- 9. najbolj varna destinacija na svetu po poročilu Global Peace Index 2024,
- destinacija z nemnožičnim, individualnim turizmom po meri posameznika,
- neodkrita, a blizu,
- dostopna tudi s cestnim prevozom, z avtomobilom, avtobusom, vlakom in letalom.

NEOKR NJENA NARAVA

- zelena destinacija z neokrnjeno naravo (gozdovi, travniki, parki, reke, slapovi, jezera, morje),
- edinstvena destinacija na stičišču štirih geografskih svetov
- destinacija z izjemnimi možnostmi za aktiven oddih v naravi (outdoor doživetja),
- destinacija z vsemi potrebnimi viri za krepitev psiho-fizičnega zdravja in imunskega sistema.

IZJEMNA RAZNOLIKOST

- zeleno srce Evrope
- na stičišču štirih geografsko raznolikih svetov: Alp, Panonske nižine, Krasa in Mediterana
- doživetja za 365 dni v letu

TRAJNOST IN LOKALNOST

- trajnostno naravnana destinacija,
- odgovorna, vključujoča destinacija, ki ustvarja visoko vrednost za vse deležnike,
- destinacija z bogato ponudbo tradicionalnih in lokalnih izdelkov ter storitev,
- destinacija z bogato lokalno in tradicionalno ter sodobno kulturo in umetnostjo.

BUTIČNOST

- butična destinacija
- destinacija za petzvezdična doživetja in izbrana doživetja z znamko Slovenia Unique Experience.
- avtentična, pristna doživetja – nova definicija luksuza
- butičnost spoštuje lokalno in prinaša večjo vrednost za lokalno okolje ter prakticira individualni, personalizirani pristop za bolj zadovoljnega gosta, ki se vrača in potroši več.
- destinacija za zahtevnega gosta, ki je pripravljen za storitve plačati več oziroma je manj cenovno občutljiv (t.i. *high value traveller*).

IZBRANA DESTINACIJA

- Slovenija je bila z regijo Julijske Alpe je bila uvrščena na Wanderlustov Zeleni potovalni seznam za leto 2024
- Številne objave v globalno prisotnih medijih Slovenijo uvrščajo med najbolj zaželene (še neodkrite) potovalne destinacije.
- Destinacija, ki jo priporočajo poznavalci.

4.2 Ciljne skupine: segmenti in demografija ciljnih skupin

S promocijskimi aktivnostmi STO nagovarja 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 ciljne skupine oziroma segmente glede na že omenjene 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. Ključne [persone slovenskega turizma](#), ki sodijo v ta segment, so zeleni raziskovalci, aktivni nostalgiki, aktivne družine, avanturisti. Izbrani izvajalec naj upošteva tudi ključne persone za vsak posamičen trg oz. državo.

- **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 (kulinarčnih, umetniških, kulturnih) zanimivostih. V tej skupini prevladujejo pari in posamezniki. Ključne [persone slovenskega turizma](#), ki sodijo v ta segment so družabni foodiji, urbani potrošniki. Izbrani izvajalec naj upošteva tudi ključne persone za vsak posamičen trg oz. državo.

Umetnost in kultura – Lifestyle gostje, značilni za produkta Kultura in zgodovinska mesta ter Gastronomija, so tudi ciljna skupina komunikacije Umetnosti in kulture na ključnih trgih. Preboj pri povečanju prepoznavnosti in ugleda Slovenije kot trajnostne, sodobne in ustvarjalne destinacije, ki jo zaznamujejo vrhunski ustvarjalci in umetniška produkcija, festivali in prireditve ter ohranjena kulturna dediščina, pa si želimo doseči predvsem pri **novih tipih kulturnih obiskovalcev**, ki jih zanima aktualna kulturna produkcija, ustvarjalna središča, sodobne umetniške prakse, neodkriti prostori, arhitektura, profilirani in nišni festivali. V ospredje postavljajo avtentično izkušnjo in so-ustvarjanje urbanih prostorov, nagovarjamo pa jih z izbranimi vsebinami in drugačnim tonom komunikacije. Globalni trendi in raziskave opredeljujejo naslednje nove tipe kulturnih obiskovalcev

- **Kulturni surferji**

Ti iščejo destinacije, nabite z zgodovino, umetnostjo, arhitekturo in lokalnim značajem – želijo poglobiti razumevanje sveta in sebe v njem. Radi raziskujejo muzeje in galerije, obiskujejo dogodke in se infiltrirajo v lokalno sceno.

- **Digitalni nomadi oz. lovilci ravnotežja**

Ti cenijo ravnotežje med delom in prostim časom, ki ju povezujejo tudi na poti (*workation*). Iščejo *co-working* prostore in zanesljiv internet. Izbirajo destinacije s kulturno in zgodovinsko pomembnostjo. V prostem času cenijo naravo, tehnike umiritve in poglobljeno odkrivanje kulture.

- **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 kulinarični 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*. Ključne [persone slovenskega turizma](#), ki sodijo v ta segment so večno mladi (50+), lepotni razvajenci, sproščeni eskapisti. Izbrani izvajalec naj upošteva tudi ključne persone za vsak posamičen trg oz. državo.

V obdobju po epidemiji so postale opazne spremembe v vedenju in vrednotah turistov. Turizem v ospredje postavlja personalizirana doživetja, ponudbo in produkte, ki temeljijo na stiku z naravo. Na pomenu pridobiva usmerjenost v trajnostni razvoj, ključnega pomena sta digitalizacija in dolgotrajna transformacija. Vse to so trendi, ki jim je STO že pred tem v svojih razvojnih in promocijskih aktivnostih dajala poseben poudarek in sedaj še pridobivajo na pomenu.

Oblikovale so se tudi že t.i. potovalne persone prihodnosti. ***Neučakani popotniki*** so usmerjeni k platformam, ki povezujejo skupnosti ter iščejo doživetja, ki jim prinašajo veselje do življenja. ***Zavedajoči se raziskovalci*** si želijo odmika od vsega in stik s hiper lokalnim. Potujejo na bližnje destinacije ali dopustujejo doma, želijo si stika z naravo in lokalnimi skupnostmi. ***Umirjeni in poglobljeni*** pa na prvo mesto postavljajo zdravje in wellness ter iščejo transformacijska potovanja, ki nudijo duševno blaginjo. Iščejo wellness destinacije, ki ponujajo inovativne zdravilne izkušnje ter visoke zdravstvene in higienske standarde.

4.3 Okvirni terminski načrt izvedbe javnega naročila

Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2023 bo trajalo predvidoma do vključno **8. 12. 2024**.

Izbrani izvajalec bo pripravil predlog terminskega načrta izvedbe oglaševanja v izbranih spletnih medijih – predhodno bo od medijev pridobil tudi vse potrebne informacije o rokih za izdelavo in oddajo potrebnih materialov za objavo, specifikacije advertorialov oziroma spletnih vsebinskih sklopov ipd., od naročnika pa vsebinske, kreativne in strateške usmeritve.

Končno potrditev terminskega načrta izvedbe javnega naročila poda naročnik.

Izbrani izvajalec na podlagi zbranih informacij v 7 delovnih dneh od podpisa pogodbe pripravi predlog okvirnega terminskega načrta oglaševanja z upoštevanjem vseh pomembnih rokov za pripravo in oddajo materialov ter z upoštevanjem usmeritev naročnika. Po naročnikovi potrditvi terminskega načrta oglaševanja izbrani izvajalec izvede rezervacije oglasnega prostora v posameznih medijih. Izbrani izvajalec mora poskrbeti za celotno izvedbo terminskega načrta oglaševanja – uskladiti in po potrebi pripraviti promocijske vsebine, vizuale in ostale elemente, ki so del medijskih ponudb, ter jih po predhodnem pregledu in potrditvi naročnika posredovati na medij.

4.4 Cilji javnega naročila

Cilji, ki jih mora realizirati izbrani izvajalec v času trajanja javnega naročila »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« je zakup oglaševalskega prostora in izvedba oglaševanja v izbranih tujih spletnih medijih po predhodno pridobljenih ponudbah (realizacija vseh elementov iz ponudb in doseženi v posameznih ponudbah navedeni KPI-ji) – podrobneje opredeljeno v nadaljevanju v poglavju Predmet naročila.

5 PREDMET NAROČILA

Predmet naročila je izvedba aktivnosti »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« v času trajanja projekta in na predpisan način, kot je podrobneje opredeljeno v naslednjih aktivnostih javnega naročila:

- Aktivnost 1: Zakup oglasnega prostora v tujih spletnih medijih.
- Aktivnosti 2: Priprava predloga terminskega načrta oglaševanja po medijih.
- Aktivnost 3: Priprava vsebin, oblikovanje oglasov, prevajanje, usklajevanje z mediji in z naročnikom.
- Aktivnost 4: Priprava mesečnih sukcesivnih poročil aktivnosti, priprava zaključnega poročila (elaborata) ter priprava poročila o medijskem prostoru.

Aktivnost 1 predstavlja zakup oglasnega prostora v tujih spletnih medijih za izvedbo oglaševanja v predhodno izbranih medijih po vnaprej pridobljenih ponudbah. Aktivnosti 2-4 predstavljajo agencijske storitve, potrebne za pripravo in izvedbo javnega naročila.

Pri izvedbi zgoraj omenjenih aktivnosti mora izvajalec obvezno upoštevati tudi vsa določila, opisana v predhodnem poglavju Temeljna izhodišča za pripravo in izvedbo javnega naročila.

Aktivnost 1: Zakup oglasnega prostora v tujih spletnih medijih

Maksimalna vrednost zakupa oglasnega prostora je 572.213,86 € z DDV oziroma 469.027,75 € brez DDV.

Zakup oglasnega prostora zajema vse oglasne formate in cilje oglaševanj po posameznih spletnih medijih, ki so predvideni v tem javnem naročilu. Naročnik je s strani izbranih medijev že pridobil ponudbe, ki so dostopne na [tej povezavi](#).

V vsaki od držav, kjer je predviden zakup oglasnega prostora v spletnih medijih, je predvidena vsaj ena ali pa vse oblike oglaševanja v jeziku ciljne države:

- **Advertoriali** - vsebinsko oglaševanje v obliki sponzoriranih uredniško-promocijskih člankov (ali vsebinskega paketa člankov) v posameznih spletnih medijih. Članke napišejo mediji oziroma izvajalec po vsebinskih izhodiščih, ki jih zagotovi naročnik. Ker gre za reaktivacijsko kampanjo, bo izvajalec pregledal tudi aktualnost obstoječih vsebin naročnika in predlagal morebitne spremembe v dogovoru z naročnikom.
- **Bannerji** – advertoriala lahko v nekaterih spletnih medijih spremljajo oglasne pasice, ki vodijo na spletni naslov advertoriala naročnika ali dogovorjeno pristajalno stran na portalu Slovenia.info.
- **Drugi oglasni elementi ali vsebine** – v manjšem obsegu tudi priprava besedil za objave na družbenih omrežjih medijev in podobno.

Izvajalec mora zagotoviti objavo v ponudbah določenega števila advertorialov oziroma vsebinskih sklopov medijskega zakupa za največ ceno, kot je navedena v ponudbah medijev. Prilagoditve so možne le na terminski in tematski ravni, vse prilagoditve pa mora določiti oz. potrditi naročnik.

Zakup oglasnega prostora bo predvidoma potekal v naslednjih medijih in z naslednjimi cilji:

| | Trg | Naziv medija | Ciljni zakup |
|----|----------|--|---|
| 1. | Nemčija | FOCUS (Focus.de) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev t.i. Interactive brand page o Sloveniji+ objava novega advertoriala (t.i. branded piece) na temo Umetnosti in kulture, promocija skladno s ponudbo. <u>KPIs:</u> 42.100 ogledov strani. |
| 2. | Nemčija | WELT (Welt.de) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev 4 advertorialov v sklopu vsebinskega huba + objava novega advertoriala na temo Umetnosti in kulture s promocijo po ponudbi. <u>KPIs:</u> 10.000.000 prikazov oglasnih vsebin; predvidenih 10.000 ogledov vsebinskega huba. |
| 3. | Avstrija | DER STANDARD (Derstandard.at) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev 2 obstoječih Premium advertorialov + produkcija novega premium advertoriala na temo Umetnost & kultura, promocija skladno s ponudbo. <u>KPIs:</u> 1.350.000 prikazov oglasnih vsebin. |
| 4. | Avstrija | KURIER (Kurier.at & Freizeit.at) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev 10 obstoječih uredniških člankov znotraj vsebinskega huba + produkcija 2 novih uredniških člankov na temo Umetnost & kultura, promocija skladno s ponudbo. <u>KPIs:</u> 150.000 prikazov oglasnih vsebin / advertorial teaser = skupno 1.800.000 prikazov; 12.307 garantiranih klikov. |
| 5. | Italija | CORRIERE DELLA SERA (Viaggi.Corriere.it) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev t.i. Web Doc vsebinskega huba z 12 uredniškimi članki ter dodatna produkcija 4 novih native člankov. <u>KPIs skladno s ponudbo:</u> 40.000 ogledov člankov/vsebinskega huba; 500.000 doseg spremljajočih objav na družbenih omrežjih. |
| 6. | Francija | LE FIGARO (Lefigaro.fr/voyages) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev 4 uredniških člankov ter produkcija 1 novega native članka na temo Umetnost in kultura. <u>KPIs:</u> 38.571 ogledov člankov. |

| | | | |
|-----|---------------------|---|---|
| 7. | Francija | LE MONDE (Lemonde.fr + Lemonde.fr/m-le-mag) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev 3 uredniških člankov ter produkcija 1 novega članka na temo Umetnost in kultura. <u>KPIs skladno s ponudbo:</u> 39.000 ogledov člankov; 6.900.000 predvidenih prikazov. |
| 8. | Danska | BERLINGSKE (Berlingske.dk) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija 4 premium advertorialov in njihova osvežitev; dodatna produkcija 1 premium advertoriala na temo Umetnost in kultura. <u>KPIs skladno s ponudbo:</u> 35.000 ogledov advertorialov; predvidoma 8.150.000 prikazov spletnih pasic, ki vodijo do premium advertorialov. |
| 9. | Finska | ILTALEHTI (Iltalehti.fi) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev 4 uredniških člankov (t.i. digital full page) in produkcija 1 novega članka na temo Umetnost in kultura. <u>KPIs skladno s ponudbo:</u> 200.000 prikazov člankov, predvideno število branj 20.000 na članek. |
| 10. | Združeno kraljestvo | BBC (BBC.com) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija promocije dveh native člankov v sklopu Slovenia huba in njuna osvežitev, dodatna produkcija nove uredniške vsebine na temo Umetnosti in kulture (t.i. Special List) s promocijo po ponudbi. <u>KPIs:</u> 7,5 million media impressions; 5,4 traffic driver impressions; 2,1 million displays impressions. |
| 11. | Združeno kraljestvo | GUARDIAN (Theguardian.com) | <u>Zakupljene vsebine:</u> Reaktivacija in osvežitev 8 vsebin (advertoriali, fotogalerije), znotraj tega objava novega advertoriala na temo Umetnost & kultura. <u>KPIs:</u> 20.000 unikatnih obiskovalcev vsebinskega huba. |

Aktivnost 2: Priprava predloga terminskega načrta oglaševanja po medijih

Naročnik izbranemu izvajalcu posreduje osnovne informacije o izbranih spletnih medijih in zakupljenih vsebinskih paketih. Za potrebe izvedbe javnega naročila ponudnik pri izbranih spletnih medijih pridobi vse ostale potrebne informacije, denimo o potrebnih vsebinskih briefih, razpoložljivih vizualih, ki jih je možno vključiti v oglasne vsebine, o časovnih rokih in okvirjih za pripravo materialov, specifikacijah za pripravo posameznih formatov oglaševanja in ostale

pomembne informacije, ki bi vplivale na izvedbo aktivnosti javnega naročila. Izvajalec od medijev pridobi ustrezne informacije o morebitni možnosti »crosspromocije« na digitalnih kanalih medija in tudi to vključi med pripravo vsebin in poročanje. Naročnik izvajalcu poda tudi ostale pomembne vsebinske in strateške usmeritve, ki bi vplivale na izvedbo aktivnosti javnega naročila.

Izbrani izvajalec na podlagi zbranih informacij v 7 delovnih dneh od podpisa pogodbe pripravi predlog okvirnega terminskega načrta oglaševanja z upoštevanjem vseh pomembnih rokov za pripravo in oddajo materialov, predvidenimi meseci objav v spletnih medijih, skladno z usmeritvami naročnika. Po naročnikovi potrditvi terminskega načrta oglaševanja izbrani izvajalec sukcesivno, po potrditvi naročila, izvaja rezervacije oglasnega prostora. Izbrani izvajalec mora poskrbeti za celotno izvedbo terminskega načrta oglaševanja – pripraviti oziroma uskladiti oglasne vsebine z mediji, poskrbeti za prevode, vsebine poslati naročniku v pregled, uskladitev in potrditev itd.

Predlog terminskega načrta mora biti pregleden in vključevati vsaj naslednje informacije za vsak posamezen medij:

- Državo
- Naziv medija
- Informacije o zakupljenih oglasnih formatih, številu objav
- Datumih objave (vsaj predviden mesec) v spletnih medijih, trajanje promocije, zaključek promocije
- Predvideni KPI-ji glede na ponudbe
- Rokih za pripravo in oddajo materialov
- Specifikacijah za vsak oglasni format (število znakov, formati oglasnih vsebin, število fotografij, morebitna možnost vključitve videov in števila url povezav itd.)

Aktivnost 3: Priprava vsebin, oblikovanje oglasov, prevajanje, usklajevanje z mediji in z naročnikom.

Izbrani izvajalec mora zagotoviti pripravo vseh vsebinskih in oblikovnih elementov kampanje »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« in poskrbeti za izvedbo oglaševanja v izbranih medijih.

Priprava vseh vsebin in izvedba oglaševanja zajema:

- pripravo potrebnih popravkov besedil, fotografij, vizualov in morebitnih drugih elementov za obstoječe advertoriale ali nove advertoriale na temo umetnosti in kulture za posamezne spletne medije v lokalnih jezikih medijev na podlagi pridobljenih usmeritev in specifikacij medijev in naročnika,
- pripravo besedil in oblikovanje oglasov in/ali spletnih pasic za posamezne spletne v lokalnih jezikih medijev na podlagi pridobljenih usmeritev in specifikacij medijev in naročnika,
- izbor fotografij za pripravo oglasnih kreativ za vse potrebne formate oglasov,
- po potrebi prevajanje vseh besedil in tekstovnih elementov v lokalne jezike medijev ter prevajanje v slovenščino ali angleščino za naročnikov pregled in potrditev pripravljenih vsebin,
- usklajevanje z izbranimi mediji,
- usklajevanje z naročnikom,

- organizacijo in izvedbo vseh aktivnosti skladno z dogovorjenim zakupom z vsakim medijem za pravočasno oddajo gradiva, popravkov ali drugih potrebnih elementov mediju v spletno objavo.

Usklajevanje vsebin

Izvajalec pravočasno in skladno s terminskim načrtom z naročnikom uskladi teme vsebinskih člankov. Izvajalec predlaga vsebine in kreative, ki ustrezajo tematiki in zahtevam medija, ki jih mora naročnik potrditi.

Vse oglasne vsebine, ki jih prejme naročnik v pregled, morajo biti v slovenskem ali angleškem jeziku, po potrditvi pa mora izvajalec zagotoviti prevode v ciljne jezike medijev s strani nativnega govorca. Prevedene članke, opremljene z vsemi potrebnimi elementi, izvajalec pred objavo posreduje naročniku, da ima naročnik dovolj časa za pregled in pripombe (najmanj 3 dni). Izvajalec upošteva morebitne pripombe naročnika in popravljeno različico pošlje naročniku v potrditev. Naročnik lahko zahteva do 3 kroge korektur za posamezno oglasno vsebino oz. format. Izvajalec pred objavo naročniku v predogled pošlje tudi končni izgled (predogled, »mockup«) na strani medija. Vsebine gredo lahko v objavo šele, ko jih naročnik dokončno potrdi.

Kreativni koncept My way in znamka I feel Slovenia

Izbrani izvajalec mora zagotoviti izvedbeno pripravo vseh vsebinskih in oblikovnih elementov v skladu s kreativnim konceptom My way, kjer se vrši zakup in če narava zakupljenih oglasnih vsebin to omogoča. Vsi grafični predlogi in končne izvedbe promocijskih oglasov ter advertorialov morajo obvezno upoštevati zahteve, priporočila in pogoje iz naslednjih priročnikov:

- Znamko Slovenije (opis [TUKAJ](#)) in Priročnik Turistične znamke Slovenije (glede znaka in znamke »I feel Slovenia« (opis [TUKAJ](#)))
- Komunikacijsko platformo MY WAY (priročnik [TUKAJ](#))

Slikovno gradivo in vsebinska izhodišča

Vsebinska izhodišča, komunikacijske brife in ostala gradiva za oglaševanje zagotovi naročnik. Izbrani izvajalec črpa ves fotografski material iz Mediateke naročnika, za katere ima naročnik pridobljene ustrezne materialne avtorske pravice. Naročnik izvajalcu lahko pošlje dodatne (foto ali video) materiale, ki jih ponudnik lahko uporabi. Izbrane fotografije za pripravo oglasov in vključitev v advertoriate predlaga izbrani izvajalec naročniku glede na vsebino posameznih objav, ta pa jih potrdi pred objavo. Izbrani izvajalec mora zagotoviti primerna grafična orodja za obdelavo teh fotografij z namenom izvedbenega oblikovanja ter morebitne končne produkcije oglasnih vsebin. Celoten strošek oblikovanja in produkcije oglasov po tehničnih specifikacijah medija je na strani izbranega izvajalca.

Prevodi

Z namenom pregleda in potrjevanja medijskih vsebin s strani naročnika mora izvajalec poskrbeti za ustrezne prevode in lekturo besedila ter ostalih tekstovnih elementov iz lokalnega jezika medija v slovenski ali angleški jezik, in obratno. Vsi stroški prevodov in lekture prevajalca, ki je naravni govorec, t.i. *native speaker*, so strošek izvajalca. Ponudnik poda izjavo, da bodo na prevodih delali prevajalci – nativni govorniki (Obrazec Izjava o nativnih govornikih - prevajalcih). Vmesne in končne

verzije vsebin iz lokalnih jezikov medijev, prevedene v slovenščino ali angleščino, izvajalec pošlje naročniku v potrditev.

Dodatni elementi

Pri spletnih vsebinah (advertorialih, vsebinskih hubih) je zaželeno, da se poleg obveznih elementov, dogovorjenih z medijem in naročnikom, vključi tudi:

- Navedbo spletne strani naročnika www.slovenia.info
- Logotip *I feel Slovenia*
- V spletnih objavah (vsebinskih člankih) vsaj še eno povezavo na pristajalno stran posameznega produkta, ki jo določi naročnik. Če je v posamezni zgodbi predstavljenih več produktov, naj bo tudi povezav več.

Morebitni bannerji pa morajo slediti komunikacijski platformi My way in poleg obveznih elementov, dogovorjenih z medijem in naročnikom, vključevati tudi:

- Logotip *I Feel Slovenia*
- Navedbo spletne strani naročnika www.slovenia.info
- Ključnika #ifeelsLOVEnia in #myway
- Nagovor *My way*, če oglasni format to omogoča

Na [povezavi](#) so na voljo **različice logotipov** in **CGP priročnik** za uporabo znaka znamke *I Feel Slovenia* ter **kommunikacijske platforme My way**.

Datoteke

Vse kreative in datoteke poslane naročniku v pregled morajo biti, kjer je to možno, poimenovane tudi opisno, in sicer tako, da je iz poimenovanja razvidne naslednje informacije:

- Trg (država)
- Ime medija
- Produkt (če gre za produktno objavo)
- Format (npr. advertorial, banner)
- Mesec in leto oglaševanja

Primer:

avstrija_zdravje-in-dobro-pocutje_kurier__advertorial_avgust_2024

POMEMBNO:

- Vse promocijsko-oglaševalske aktivnosti so izvedene na ravni »ugled-image oglaševanje« po produktih. Promocija posameznih turističnih ponudnikov (hotelov, agencij ...) ni možna. Izvajalec se lahko v primeru morebitnih dilem obrne na vodjo projekta na strani naročnika.
- Vsi pripravljene elementi oglaševanja in oglasna besedila oziroma vse vizualne in tekstualne podobe/oblike vsakega vizualnega sporočila morajo biti predhodno pred objavo usklajeni in potrjeni s strani naročnika.

Aktivnost 4: Priprava mesečnih sukcesivnih poročil aktivnosti, priprava zaključnega poročila (elaborata) ter poročila o medijskem prostoru.

Izbrani ponudnik bo naročniku dolžan v času trajanja kampanje posredovati naslednja **poročila**, in sicer:

- **Poročilo o mesečnih aktivnostih** po vsakem opravljenem koledarskem mesecu – v roku 5 delovnih dni po zaključku vsakega koledarskega meseca.
- **Zaključno poročilo (elaborat)** do 17. 12. 2024.
- **Poročilo o medijskem prostoru** do 17. 12. 2024.

Poročilo o mesečnih aktivnostih

Poročilo o mesečnih aktivnostih zajema terminsko obdobje od prvega do zadnjega dne posameznega koledarskega meseca; ne glede na količino zakupljenega oglasnega prostora ali trajanje oglaševanja v posameznem koledarskem mesecu. Poročilo mora vključevati najmanj naslednje vsebine po državah in produktih:

- Izpolnjeno poročilo (vzorec v prilogi), ki zajema seznam realiziranih objav po spletnih medijih z natančno opredeljenimi stroški zakupa (brez DDV), ki se morajo ujemati s predhodno pridobljenim ponudbami.
- Ustrezni »skeni« oz. pdf material, ki dokazuje izvedbo oglaševanja, za katerega se izdaja račun, prav tako pa začasna (mesečna) poročila medijev o doseženih KPI-jih glede na ponudbe posameznih medijev, z namenom ažurnega spremljanja realizacije oglasne kampanje.
- V PPT formatu predstavitev realiziranih objav po trgih in medijih (z vizualnimi dokazili oglaševanja, datumi objav, dosegi ali drugimi doseženimi KPI-ji, aktivni url objave).

Naročnik poročilo pregleda in potrdi, če in ko je poročilo popolno. Če so potrebne dopolnitve ali dodatna pojasnila, jih naročnik čim prej naslovi na izbranega izvajalca, izvajalec pa mora odgovoriti najpozneje v roku 3 delovnih dni od prejema zahtevka za dopolnitev. Potrjeno poročilo je podlaga za izstavitve mesečnega računa.

Poročilo je lahko posredovano po elektronski pošti.

Naročnik lahko tekom kampanje od izbranega izvajalca zahteva dodatne tri PPT predstavitve v slovenskem ali angleškem jeziku, ki bodo zajemale zaključeno obdobje oglaševanja po navodilu naročnika in vsebovale najmanj vse zgoraj naštet elemente. Predstavitve morajo biti pripravljene strokovno in vizualno privlačno, skladno s CGP in komunikacijskim priročnikom kampanje.

Zaključno poročilo – Elaborat

Naročnik izvedbo aktivnosti oglaševanja ključnih produktov slovenskega turizma v tujih spletnih medijih na izbranih trgih predvideva v obdobju med avgustom in decembrom 2024, pri čemer se morajo vse aktivnosti oglaševanja obvezno zaključiti do 8. decembra 2024.

Ponudnik mora v tem obdobju zagotoviti realizacijo zakupa medijskega prostora in realizacijo vseh KPI-jev skladno s ponudbami medijskih hiš. Realizacijo s ponudbami opredeljenih KPI-jev je ponudnik dolžan spremljati, naročniku mesečno poročati o mesečni realizaciji in po potrebi opozoriti na morebitne zagate pri zagotavljanju končnih ciljev zakupa.

V kolikor ponudnik ne realizira predvidenih in v ponudbi ponujenih elementov medijskega zakupa in KPI-jev, naročnik lahko zavrne določen del zaključnega poročila in ni dolžan plačati deleža storitev, ki so predmet tega naročila in ne bodo v celoti realizirane, po presoji glede na ocenjeno morebitno škodo.

Naročnik zahteva, da izbrani izvajalec po zaključku izvajanja celotne kampanje za leto 2024, najpozneje pa do 17. 12. 2024, naročniku predloži tudi zaključno poročilo – elaborat »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« (lahko v elektronski obliki).

Kakovostno pripravljeno zaključno poročilo o uspešnosti izvedbe »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024«, ki je usklajeno in potrjeno strani naročnika, je pogoj za izstavitve zadnjega računa izvajalca.

Zaključno poročilo (t.i. postbuy analiza) mora podrobneje vsebovati naslednje parametre:

- Glavne podatke o izvedenem javnem naročilu (naziv, št. pogodbe, pogodbena vrednost, terminska izvedba, strokovna ekipa izvajalca naročila »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024«.
- Vsebinski povzetek projekta, s predstavitvijo terminskega načrta oglaševanja, ki vključuje vse izbrane spletne medije po trgih.
- Podatke realiziranih zakupov oglasnega prostora po trgih in medijih.
- Prikaz vseh realiziranih objav po trgih in medijih.
- Ustrezni »skeni« oz. pdf material, ki dokazuje izvedbo oglaševanja.
- Podatke in dokazila o dosežih posameznih objav oz. po ponudbah določenih KPI-jih.
- Priporočila za izboljšanje oglaševanja v spletnih medijih v prihodnje.

Zaključno poročilo mora biti po potrditvi izstavljeno na e-naslov naročnika v elektronski obliki.

Za namen nadaljnje diseminacije končnih rezultatov projekta mora izbrani izvajalec pripraviti krajšo PPT različico rezultatov projekta, ki vključuje vizualne predstavitve realiziranega oglaševanja (v slovenskem in angleškem jeziku). Vsebinsko dorečeta naročnik in izbrani izvajalec naknadno. Zaključno predstavitev doseženih rezultatov projekta opravi izbrani izvajalec osebno, v vnaprej dogovorjenem obsegu in terminu.

Ilustrativni vzorec sukcesivnega mesečnega poročila je na vpogled v prilogi razpisne dokumentacije tega javnega naročila in ga izbrani izvajalec in naročnik po potrebi naknadno dopolnita in uskladita, naročnik pa dokončno potrdi.

Poročilo o medijskem prostoru

Poročilo o medijskem prostoru bo ponudnik pripravil do 17. 12. 2024 in bo zajemalo pregled najpomembnejših spletnih medijev v letu 2024 na trgih, na katerih oglašuje naročnik. Poročilo bo temeljilo na relevantnih raziskavah na trgih, kjer naročnik oglašuje, ter bo služilo kot priporočilo za medijski zakup v letu 2025. Poročilo mora zajemati:

- pregled najpomembnejših digitalnih in standardnih oblik medijskega komuniciranja v letu 2024 na trgih, na katerih oglašuje naročnik,

- pregled uporabe top spletnih novičarskih medijev (in ne platform, kot sta Meta in Google) v letu 2024 na trgih, na katerih oglašuje naročnik,
- priporočene vsebinske medije in formate za vsak posamezni trg in posamezni produkt skupaj z ustrezno obrazložitvijo in pospremljeno z relevantnimi izsledki raziskav (že obstoječe raziskave in izsledki iz prakse izvajalca in strokovnih združenj, v katere je izvajalec vključen).

V poročilu morajo biti navedeni tudi viri izsledkov in podatkov, uporabljenih v poročilu. Poročilo o medijskem prostoru mora biti izstavljeno na naslov naročnika v elektronski in papirni obliki skupaj z zaključnim elaboratom.

POMEMBNO:

Vse navedbe glede obsega posamezne storitve, ki so navedene v poglavju 5 PREDMET NAROČILA, in na podlagi katerih je izvajalec oblikoval ponudbeno ceno, so ocena naročnika. Storitve se bodo obračunale na podlagi dejanskega obsega izvedenih storitev, pri čemer cena vseh izvedenih storitev ne sme preseči pogodbene vrednosti. Naročnik ni zavezan naročiti vseh opredeljenih storitev oz. zakupiti oglasnega prostora v celotni ocenjeni vrednosti. O tem lahko odloča naročnik sproti in izbrani izvajalec se strinja, da je v tem primeru plačilo agencijskih storitev manjše od predvidenega – sorazmerno s ceno neizvedenega oglaševanja.

Obrazec št. 1: Ponudba

Na osnovi javnega naročila št. JNV-0012/2024-S-POG-STO po odprtem postopku, za »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih 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.

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

| | |
|---|----------------------------|
| POLNI NAZIV IN FIRMA PONUDNIKA: | |
| NASLOV PONUDNIKA: | |
| 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: | |
| 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-0012/2024-S-POG-STO za »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih 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:

Žig in podpis ponudnika:

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.

Obrazec št. 2: Ponudbeni predračun

Naziv in sedež ponudnika:

V okviru javnega naročila za JNV-0012/2024-S-POG-STO za »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« dajemo ponudbo kot sledi:

| PONUDBA (brez DDV) | |
|---|---------------|
| Agencijska provizija na vrednost zakupa oglasnega prostora izražena v odstotkih (največ 10 %) in v EUR brez DDV | _____ (v %) |
| | _____ (v EUR) |

Ponudnik v predvideno polje navede ponujeno agencijsko provizijo za izvedbo javnega naročila izraženo tako v odstotkih kot v EUR brez DDV. Znesek ponujene agencijske provizije za izvedbo javnega naročila (v EUR brez DDV), ki ga bo ponudnik vnesel v polje PONUDBA (brez DDV) se mora vnesti na 2 decimalni mesti natančno ter ujemati z zneskom ponujene agencijske provizije za izvedbo javnega naročila (v %) glede na celotno maksimalno vrednost zakupa oglasnega prostora, ki znaša 489.027,75 € brez DDV.

Agencijska provizija lahko znaša do največ 10% vrednosti zakupa oglasnega prostora oz. 46.902,78 € brez DDV.

Vrednost v EUR se za ponujeno provizijo izračuna glede na celotno maksimalno vrednost zakupa oglasnega prostora, ki znaša 489.027,75 EUR brez DDV.

Znesek ponujene agencijske provizije za izvedbo javnega naročila (v EUR brez DDV) ponudnik izračuna po naslednji formuli:

Znesek ponujene agencijske provizije za izvedbo javnega naročila (v EUR brez DDV) = 489.027,75 EUR x PROCENT agencijske provizije / 100

Primer: vaša ponujena agencijska provizija je 9%, preračunano v EUR: (489.027,75 EUR x 9) / 100 = 44.012,50 EUR brez DDV

Dobljeno številko ponudnik zaokroži na 2 decimalni številki. Postopek preračuna zneska zaokrožitve bo potekal tako, da se vrednosti, 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).

Celotna ponudba se nanaša na izvedbo vseh naročenih aktivnosti, kot so opisane poglavju 5. Predmet naročila. Delne ponudbe niso dovoljene, in jih bo naročnik kot nepopolne izločil iz nadaljnje obravnave.

Seznanjeni smo, da naročnik izbranemu ponudniku ne bo dovoljeval dodatnega zaračunavanja storitev.

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

Veljavnost ponudbe je najmanj do **31. 12. 2024.**

Kraj in datum: _____

Ponudnik:

Žig:

Podpis:

Obrazec št. 3: Izjava o udeležbi fizičnih in pravnih oseb v lastništvu ponudnika

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-0012/2024-S-POG-STO, katerega predmet je »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih 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 izpolnjujete 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:

Obrazec št. 4: 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. | |
| DEL JAVNEGA NAROČILA, KI GA BO IZVEDEL PODIZVAJALEC: | |

Kraj in datum:

Žig in podpis podizvajalca:

Navodila za izpolnitev:

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

Podizvajalec:

(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 »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih 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 Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih 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.

Obrazec št. 5: Obrazec zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti (vzorec)

Podatki o garantu:

Naziv garanta: _____

Naslov: _____

Kraj: _____

Za: Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana

Datum: _____

(vpiše se datum izdaje)

VRSTA ZAVAROVANJA: _____

ŠTEVILKA: _____

(vpiše se številka zavarovanja)

GARANT: _____

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

NAROČNIK ZAVAROVANJA:

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

UPRAVIČENEC: Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana

OSNOVNI POSEL: obveznost naročnika zavarovanja iz pogodbe

št. _____

z dne _____ za: _____

(vpiše se številko in datum pogodbe o izvedbi javnega naročila, sklenjene na podlagi postopka z oznako XXXXXX)

ZNESEK IN VALUTA: _____

(vpiše se najvišji znesek s številko in besedo ter valuta)

LISTINE, KI JIH JE POLEG IZJAVE TREBA PRILOŽITI ZAHTEVI ZA PLAČILO IN SE IZRECNO ZAHTEVAJO V SPODNJEM BESEDILU:

(nobena/navede se listina)

JEZIK V ZAHTEVANIH LISTINAH: slovenski

OBLIKA PREDLOŽITVE: v papirni obliki s priporočeno pošto ali katerokoli obliko hitre pošte ali v elektronski obliki po SWIFT sistemu na naslov:

(navede se SWIFT naslova garanta)

KRAJ PREDLOŽITVE:

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

Ne glede na navedeno, se predložitev papirnih listin lahko opravi v katerikoli podružnici garanta na območju Republike Slovenije.

DATUM VELJAVNOSTI:

(vpiše se datum zapadlosti zavarovanja)

STRANKA, KI JE DOLŽNA PLAČATI STROŠKE:

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

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

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

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

Datum in kraj:

Žig in podpis garanta:

Obrazec št. 6: Reference ponudnika

Ponudnik: _____

Ponudnik izpolni obrazec skladno s poglavjem 2. Pogoji za udeležbo, točko 2.2 Pogoji za sodelovanje P9.

Ponudnik mora izkazovati referenco vsaj ene večje vsebinske oglaševalske kampanje v spletnih medijih. Referenčna kampanja mora biti izvedena v vsaj treh od naslednjih držav oziroma trgov: Nemčija, Avstrija, Italija, Francija, Danska, Finska in Združeno kraljestvo, in sicer mora obsegati:

- izdelavo in izvedbo načrta oglaševanja v medijih, zakup oglasnega prostora, pripravo oglasnega materiala (advertoriali in druga besedila), oblikovanje oglasov, priprava poročil o izvedbi v minimalni vrednosti medijskega zakupa posamezne kampanje 30.000 EUR brez DDV. Šteje le projekt, ki se je zaključil v zadnjih treh letih od dneva objave javnega naročila.

Iz opisa reference v mora biti razvidno, da je ponudnik v referenčnem obdobju že izvedel kampanjo vsebinskega oglaševanja v spletnih medijih v vsaj treh od naštetih držav oziroma trgov. Referenčni projekti so morali biti opravljeni kakovostno, pravočasno in skladno s pogodbenimi določili.

V postopku oddaje javnega naročila »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« izjavljamo, da imamo kot ponudnik spodaj navedene reference v skladu s pogojem za sodelovanje P9.

| Naziv referenčnega projekta oz. kampanje: | Vrednost projekta v € brez DDV: | Opis zahtevanih aktivnosti na projektu: (izdelava in izvedba načrta oglaševanja v medijih, zakup oglasnega prostora, priprava oglasnega materiala, vsebinskih člankov ali drugih besedil, oblikovanje oglasov, urednikovanje vsebin, vsebinski marketing, priprava poročil o izvedbi) | Naročnik in kontaktna oseba naročnika: | Datum zaključka izvedbe projekta: |
|--|--|---|---|--|
| | | | | |

Ponudnik mora za navedeno referenco predložiti tudi obrazec Potrdilo reference s strani naročnika referenčnega projekta.

Kraj in datum:

Žig in podpis izvajalca:

Obrazec št. 7: Potrdilo reference ponudnika s strani naročnika referenčnega projekta

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

| | |
|---|---|
| Izvajalec (ponudnik, ki kandidira na javno naročilo): | |
| Naziv kampanje v spletnih medijih: | |
| Naročnik del (izdajatelj reference): | |
| Naslov naročnika: | |
| Kontaktna oseba naročnika: | |
| Telefonska številka kontaktne osebe naročnika: | |
| Datum zaključka izvedbe posla: | |
| Kraj, država izvedbe posla: | |
| Opis izvedenih del izvajalca, za katerega se izdaja referenca: | |
| Vrednost projekta (v EUR brez DDV), za katerega se izdaja potrdilo: | |
| Obkrožite/označite ustrezne trge, kjer se je izvajala kampanja: | <ul style="list-style-type: none">• Nemčija• Avstrija• Italija• Združeno kraljestvo• Francija• Danska• Finska |

Potrjujemo, da je na podlagi našega naročila, zgoraj navedeni izvajalec kvalitetno, pravočasno in skladno s pogodbenimi določili izvedel navedeno referenčno delo. Potrdilo dajemo na prošnjo izvajalca in velja izključno za potrebe pri njegovem kandidiranju za pridobitev javnega naročila »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024«, ki ga izvaja Slovenska turistična organizacija.

Kraj in datum:

Podpis odgovorne osebe naročnika:
Žig (izdajatelj reference):

Navodilo za izpolnjevanje:

Obrazec se ustrezno kopira glede na število zahtevanih referenc za vsak posamičen posel, s katerim izvajalec potrjuje svoje reference, na Obrazcu: Reference ponudnika.

| |
|---------------------------------------|
| Obrazec št. 8: Strokovna ekipa |
|---------------------------------------|

Ponudnik: _____

Ponudnik izpolni obrazec skladno s poglavjem 2. Pogoji za udeležbo, točko 2.2 Pogoji za sodelovanje P10.

Izjavljamo, da ima naša strokovna ekipa znanja in izkušnje na področju vodenja in izvedbe vsebinskih oglaševalskih kampanj v spletnih medijih v mednarodnem okolju, kar dodatno dokazujemo tudi s potrdili referenc s strani posameznih naročnikov - izdajateljev referenc, ki jamčijo, da so bili posli kakovostno in uspešno izvedeni. Naša strokovna ekipa za izvedbo tega javnega naročila je sestavljena iz vsaj treh (3) strokovnjakov (treh (3) različnih oseb, vsaka oseba izvaja le eno funkcijo), kot navedeno spodaj.

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

1. PROJEKTNI VODJA

Ime in priimek: _____

E-mail, telefon strokovnjaka: _____

Imenovani strokovnjak mora izpolnjevati naslednje pogoje:

- vsaj 5 let delovnih izkušenj pri vodenju oglaševalskih akcij mednarodnih projektov (opravljal funkcijo vodje projekta)
- izkazovati reference z najmanj enim (1) referenčnim projektom s področja vodenja oglaševalskih akcij mednarodnih projektov v vrednosti vsaj 30.000 evrov brez DDV (kjer je opravljal funkcijo vodje projekta), ki se je zaključil v zadnjih 3 letih od dneva objave javnega naročila;
- znanje slovenskega in angleškega jezika.

| Naziv projekta | Vrednost projekta v € brez DDV: | Naročnik in kontaktna oseba | Datum zaključka izvedbe projekta |
|----------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| | | | |

2. STROKOVNJAK ZA VSEBINSKI MARKETING

Ime in priimek: _____

E-mail, telefon strokovnjaka: _____

Imenovani strokovnjak mora izkazovati strokovno referenco z najmanj enim (1) referenčnim projektom s področja izvedbe inovativnih kreativnih rešitev v okviru vsebinskih oglaševalskih projektov (advertorialov, medijskih objav, kampanj vsebinskega marketinga) v vrednosti vsaj 30.000 evrov brez DDV, ki se je zaključil v zadnjih 3 letih od dneva objave javnega naročila.

| Naziv projekta | Vrednost projekta v € brez DDV: | Naročnik in kontaktna oseba | Datum zaključka izvedbe projekta |
|----------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| | | | |

3. STROKOVNJAK ZA TEKSTOPISIJE (STAREJŠI TEKSTOPISEC)

Ime in priimek: _____

E-mail, telefon strokovnjaka: _____

Imenovani strokovnjak mora izkazovati strokovno referenco z najmanj enim (1) referenčnim projektom s področja izvedbe inovativnih kreativnih rešitev v okviru vsebinskih oglaševalskih projektov (advertorialov, medijskih objav, kampanj vsebinskega marketinga) v vrednosti vsaj 30.000 evrov brez DDV, ki se je zaključil v zadnjih 3 letih od dneva objave javnega naročila.

| Naziv projekta | Vrednost projekta v € brez DDV: | Naročnik in kontaktna oseba | Datum zaključka izvedbe projekta |
|----------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| | | | |

Ponudnik se obveže, da bodo vsi s tem obrazcem predvideni člani strokovne ekipe **obvezno prisotni** na uvodnem in zaključnem sestanku z naročnikom in **na obdobjih sestankih v dogovoru z naročnikom**.

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

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

Kraj in datum: _____ Ponudnik: _____

Žig:

Podpis: _____

Obrazec št. 9: Potrdilo reference strokovnjaka s strani posameznih naročnikov

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

| | |
|---|---|
| Izvajalec (ponudnik, ki kandidira na to javno naročilo): | |
| Strokovnjak ponudnika (ime in priimek osebe): | |
| Naziv projekta: | |
| Naročnik del (izdajatelj reference): | |
| Naslov naročnika: | |
| Kontaktna oseba naročnika: | |
| Telefonska številka kontaktne osebe naročnika: | |
| Datum zaključka izvedbe posla: | |
| Kraj, država izvedbe posla: | |
| Opis izvedenih del izvajalca, za katerega se izdaja referenca: | |
| Vrednost projekta, za katerega se izdaja potrdilo (brez DDV): | |
| Obkrožite/označite ustrezno vrsto storitev strokovnjaka, za katerega izdajate potrdilo. | <div>Vodenje projekta</div> <div>Vsebinski marketing</div> <div>Tekstopisje</div> |

Potrujemo, da je na podlagi našega naročila, zgoraj navedeni izvajalec kakovostno, pravočasno in skladno s pogodbenimi določili izvedel navedeno referenčno delo. Potrdilo dajemo na prošnjo izvajalca in velja izključno za potrebe pri njegovem kandidiranju za pridobitev javnega naročila »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024«, ki ga izvaja Slovenska turistična organizacija.

Kraj in datum:

Podpis odgovorne osebe naročnika:

Žig (izdajatelj reference):

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

Obrazec št. 10: Izjava o nativnih govorcih - prevajalcih

| | |
|---------------------------|---|
| NAROČNIK: | Slovenska turistična organizacija, Dimičeva ulica 13, 1000 Ljubljana |
| NAZIV JAVNEGA NAROČILA: | Javno naročilo »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« po odprtem postopku |
| ŠT. JAVNEGA NAROČILA: | JNV-0012/2024-S-POG-STO |
| NAZIV IN SEDEŽ PONUDNIKA: | |

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

Kraj in datum: _____ Ponudnik: _____

Žig:

Podpis:

VZOREC POGODBE

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

(v nadaljevanju: naročnik)

in

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

(v nadaljevanju: izvajalec)

sklepata naslednjo

POGODBO o izvedbi
Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih
medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024
št. JNV-0012/2024-S-POG-STO

Uvodne določbe

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.
- da je naročnik izvajalca izbral v odprtem postopku javnega naročila za »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« (JNV-0012/2024-S-POG-STO), ki je bilo objavljeno na portalu za javna naročila e-naročanje dne, pod številko objave....., in v Uradnem listu EU dne, pod številko objave.....,
- je bil izvajalec na podlagi ponudbe z dne, izbran kot najugodnejši ponudnik *ALI* je bil izvajalec na podlagi skupne ponudbe z dne, izbran kot najugodnejši ponudnik (*uporabiti v primeru skupne ponudbe*);
- sta razpisna dokumentacija za oddajo javnega naročila po odprtem postopku za izvedbo »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« (JNV-0012/2024-S-POG-STO) z dne (v nadaljevanju: razpisna dokumentacija) in ponudba izvajalca, prispela dne sestavni del te pogodbe;

Predmet pogodbe

2. člen

Predmet pogodbe je izvedba oglaševanja ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024 na predpisan način in z doseganjem zahtevanih ciljev - kot opredeljeno v poglavju 5. PREDMET NAROČILA razpisne dokumentacije in tudi vseh drugih poglavjih razpisne dokumentacije, ki je sestavni del te pogodbe ter:

- Aktivnost 1: Zakup oglasnega prostora v tujih spletnih medijih.
- Aktivnosti 2: Priprava predloga terminskega načrta oglaševanja po medijih.
- Aktivnost 3: Priprava vsebin, oblikovanje oglasov, prevajanje, usklajevanje z mediji in z naročnikom.
- Aktivnost 4: Priprava mesečnih sukcesivnih poročil aktivnosti, priprava zaključnega poročila (elaborata) ter poročila o medijskem prostoru.

Pri izvedbi zgoraj omenjenih aktivnosti mora izvajalec obvezno upoštevati tudi vsa določila, opisana v poglavju 4. TEMELJNA IZHODIŠČA ZA PRIPRAVO IN IZVEDBO JAVNEGA NAROČILA razpisne dokumentacije, ki je sestavni del te pogodbe.

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

Obveznosti in dolžnosti izvajalca

3. člen

Izvajalec se obvezuje, da bo:

- svoje naloge opravil strokovno in s skrbnostjo dobrega strokovnjaka,
- izvajal storitve po tej pogodbi po pravilih stroke, v skladu z navodili naročnika in v pogodbenih rokih,
- takoj pisno opozoril naročnika na okoliščine, ki bi lahko otežile ali onemogočile kakovostno in pravilno izvedbo storitev,
- v teku izvajanja pogodbe zagotavljal razpoložljivost ponujenih kadrovskih, tehnoloških in organizacijskih resursov – do spremembe prijavljenih kadrov ali podizvajalcev lahko pride le po predhodnem pisnem soglasju naročnika,
- omogočal ustrezen nadzor naročniku,
- z naročnikom sodeloval ter na njegovo zahtevo nemudoma posredoval vso dokumentacijo (finančno, pravno, vsebinsko-projektno...) in pojasnila.

Obveznosti obeh pogodbenih strank

4. člen

Vsaka pogodbeni stranka je dolžna:

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

Pogodbena vrednost, plačilo obveznosti in poročanje

5. člen

Pogodbena vrednost javnega naročila je največ _____ € brez DDV oz. _____ € z DDV.

Proračun za izvedbo »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024« vključuje:

- 1. Vse stroške za Aktivnost 1:** dejanski zakup oglasnega prostora v medijih in izvedeno oglaševanje največ€ z DDV oziroma € brez DDV.
- 2. Vse stroške za Aktivnosti 2-4 (agencijske storitve):** izdelavo vseh za izvedbo potrebnih oglasnih formatov, besedil in priprave ostalih vsebin z vključitvijo kreativne rešitve STO (My

way), vse potrebne prevode oglasov in oglasnih vsebin, naročanje oglaševanja, usklajevanje z mediji, ponudniki in naročnikom, izdelavo medijskih načrtov, poročil, analiz in predstavitev v zahtevanih oblikah in v slovenskem ter po potrebi v angleškem jeziku ter ostale manipulativne stroške izbranega izvajalca za izvedbo tega javnega naročila, vključno z vsemi davki in dajatvami.

V okviru Aktivnosti 2-4 bo naročnik izbranemu izvajalcu plačal največ€ z DDV oziroma € brez DDV provizije na agencijske storitve. Višina agencijske storitve znaša največ % vrednosti zakupa oglasnega prostora.

Naročnik bo izvajalcu plačal na TRR št pri banki

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

- SM 1 SN 120304 - Nemčija, Švica Digitalni marketing – zdravje in dobro počutje
- SM 1 SN 120301 - Nemčija, Švica Digitalni marketing – outdoor
- SM 1 SN 120306 - Nemčija, Švica Digitalni marketing – gastronomija
- SM 1 SN 121301 - Avstrija Digitalni marketing – outdoor
- SM 1 SN 121304 - Avstrija Digitalni marketing - zdravje in dobro počutje
- SM 1 SN 121306 - Avstrija Digitalni marketing – gastronomija
- SM 1 SN 122304 - Italija Digitalni marketing - zdravje in dobro počutje
- SM 1 SN 122301 - Italija Digitalni marketing – outdoor
- SM 1 SN 122306 - Italija Digitalni marketing – gastronomija
- SM 1 SN 125304 - Francija, Španija Digitalni marketing - zdravje in dobro počutje
- SM 1 SN 125301 - Francija, Španija Digitalni marketing – outdoor
- SM 1 SN 125305 - Francija, Španija Digitalni marketing - mesta in kultura
- SM 1 SN 125306 - Francija, Španija Digitalni marketing – gastronomija
- SM 1 SN 126301 - Združeno Kraljestvo Digitalni marketing – outdoor
- SM 1 SN 126305 - Združeno Kraljestvo Digitalni marketing – mesta in kultura
- SM 1 SN 126306 - Združeno Kraljestvo Digitalni marketing – gastronomija
- SM 1 SN 126304 - Združeno Kraljestvo Digitalni marketing – zdravje in dobro počutje
- SM 1 SN 128304 - Nordijske države Digitalni marketing – zdravje in dobro počutje
- SM 1 SN 128301 - Nordijske države Digitalni marketing – outdoor
- SM 1 SN 128305 - Nordijske države Digitalni marketing – mesta in kultura
- SM 1 SN 128306 - Nordijske države Digitalni marketing – gastronomija

6. Člen

Rok plačila je 30 dni od dneva prejema računa po poročilu, ki ga predhodno odobri naročnik. Izbrani izvajalec mora izstaviti poročilo o izvedbi aktivnosti za prejšnji koledarski mesec v obliki in na način kot ga je predpisal naročnik. Mesečno poročilo mora vsebovati podroben popis izvedenih aktivnosti in izvedenega oglaševanja po posameznih medijih in trgih. Potrjeno poročilo s strani naročnika je pogoj za izstavitve računa. Izvajalec bo naročniku posredoval račun za opravljene storitve najpozneje v roku 8 dni po potrditvi mesečnega poročila s strani naročnika.

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

Vsak obračun izvedenih storitev vključuje naslednje stroške:

- Stroške za aktivnosti v okviru Aktivnost 1:

Ti stroški se priznavajo za dejanski zakup oglasnega prostora v medijih in izvedeno oglaševanje: zneski po medijih in državah morajo sovpadati z zneski in ponudbami, ki jih naročnik predhodno pridobil. V te stroške niso vključeni stroški zakupa oglasnega prostora, kjer oglaševanje še ni bilo izvedeno.

Izbrani izvajalec mora poskrbeti za plačilo storitev in zakup oglaševalskega prostora v spletnih medijih.

- Stroške za aktivnosti v okviru Aktivnosti 2-4 (Agencijske storitve):

Ti stroški se priznavajo za izdelavo vseh za izvedbo potrebnih oglasnih formatov, besedil in priprave ostalih vsebin z vključitvijo kreativne rešitve STO (My way), vse potrebne prevode oglasov in oglasnih vsebin, naročanje oglaševanja, usklajevanje z mediji, ponudniki in naročnikom, izdelavo medijskih načrtov, poročil, analiz in predstavitev v zahtevanih oblikah in v slovenskem ter po potrebi v angleškem jeziku ter ostale manipulativne stroške izbranega izvajalca za izvedbo tega javnega naročila, vključno z vsemi davki in dajatvami.

7. člen

Vse navedbe glede obsega posamezne storitve, ki so navedene v poglavju 5 PREDMET NAROČILA razpisne dokumentacije, in na podlagi katerih je izvajalec oblikoval ponudbeno ceno, so ocena naročnika. Naročnik bo pri izvajalcu sukcesivno naročal tiste storitve in v obsegu, kot jih bo v določenem obdobju potreboval. Storitve se bodo obračunale na podlagi dejanskega obsega izvedenih storitev, pri čemer cena vseh izvedenih storitev ne sme preseči pogodbene vrednosti. Naročnik ni zavezan naročiti vseh opredeljenih storitev oz. zakupiti oglasnega prostora v celotni pogodbeni vrednosti.

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.

Poslovna skrivnost

8. člen

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

Avtorske pravice

9. člen

V kolikor izvajalec pri opravljanju storitev po tej pogodbi ustvari delo, ki po predpisih o avtorski pravici predstavlja avtorsko delo, izvajalec vse materialne avtorske pravice na ustvarjenih avtorskih delih prenaša na naročnika.

Izvajalec na naročnika prenaša naslednje avtorske pravice na delih, opredeljenih v tem členu:

- pravico reproduciranja v neomejeni količini, in sicer v vseh možnih poznanih oblikah reproduciranja, ki obsega tudi pravico shranitve v elektronski obliki;
- pravico distribuiranja v najširšem smislu, ki obsega pravico, da se dajo v promet odplačno ali neodplačno primerki dela v vseh oblikah, v neomejeni količini, in sicer v vseh možnih oblikah distribuiranja;
- pravico javnega prikazovanja, ki omogoča naročniku, da z vsemi poznanimi tehničnimi sredstvi priobči javnosti avtorsko delo po tej pogodbi; število javnih prikazovanj je neomejeno;
- pravico dajanja na voljo javnosti v celotnem in najširšem možnem obsegu;
- pravico predelave v celotnem in najširšem možnem obsegu, kot jo omogoča veljavni Zakon o avtorski in sorodnih pravicah, predvsem pa tako, da se lahko avtorsko delo spreminja, dopolnjuje ali vključuje v druga avtorska dela; število predelav je neomejeno. Izvajalec na naročnika prenaša tudi vse posamične materialne avtorske pravice na tako predelanih avtorskih delih, in sicer v enakem obsegu kot to velja za ostala avtorska dela na podlagi te pogodbe.

Prenos vseh posamičnih avtorskih pravic po tej pogodbi je izključen, tako da izvajalec ne more prenašati nikakršnih avtorskih pravic na druge osebe.

Prenos avtorskih pravic na podlagi te pogodbe velja za območje celotnega sveta.

Avtorske pravice po tej pogodbi se prenašajo za ves čas, v katerem se po pravu Republike Slovenije varujejo avtorska dela.

Naročnik ima pravico, da avtorske pravice, ki jih pridobi na podlagi te pogodbe, prenaša naprej na tretje osebe, brez da bi za to potreboval izrecno soglasje izvajalca in ne da bi za tak prenos avtorskih pravic moral izplačevati kakršenkoli dodaten avtorski honorar oz. plačila.

Nadomestilo za prenos avtorskih pravic na podlagi te pogodbe je vključeno v plačila, do katerih je izvajalec upravičen na podlagi te pogodbe, izvajalec pa iz naslova prenosa avtorskih pravic od naročnika ne more zahtevati dodatnih plačil.

Izvajalec izrecno jamči, da si bo zagotovil imetništvo avtorskih pravic na delih iz prvega odstavka tega člena vsaj v takšnem obsegu, da jih bo lahko skladno z določbami te pogodbe prenesel na naročnika.

Izvajalec se zavezuje, da bo v primeru, če bo naročnik to zahteval, z naročnikom sklenil poseben dogovor, s katero bo na naročnika prenesel avtorske pravice na avtorskih delih, opredeljenih v tem členu, v obsegu in na način, opredeljen v tem členu.

10. člen

V kolikor izvajalec pri opravljanju storitev po tej pogodbi za naročnika uporabi avtorsko delo drugih avtorjev, je dolžan pridobiti vse materialne avtorske pravice na teh delih, ki se skladno z določili te pogodbe prenesejo na naročnika.

Vse izdelke (advertorialne in oglasne vsebine različnih formatov), ki jih izvajalec skladno s predmetom te pogodbe pripravi in uporabi za namen izvajanja kampanje, mora izvajalec, kadarkoli v času trajanja te pogodbe, na poziv naročnika, predložiti v elektronski obliki (CD/DVD/USB ali po e-pošti) v končni različici in v obliki, ki omogoča naročniku nadaljnjo obdelavo, dodelavo, spreminjanje, shranjevanje in izpisovanje.

Zavarovanje

11. člen

V roku 10 dni po podpisu pogodbe bo izvajalec naročniku dostavil bančno garancijo za dobro izvedbo del ali kavcijsko zavarovanje zavarovalnice za dobro izvedbo del v skladu z obrazcem Obrazec zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti razpisne dokumentacije v višini 50.000,00 EUR.

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

Garancija za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti mora veljati do 31.1.2025.

Podizvajalci

12. člen

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

Seznam podizvajalcev:

| | Podizvajalec 1 | Podizvajalec 2 | Podizvajalec 3 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Naziv podizvajalca | | | |
| Naslov | | | |
| Davčna številka | | | |
| Matična številka | | | |
| Številka TRR | | | |
| Zakoniti zastopnik | | | |
| Del javnega naročila, ki ga bo izvedel podizvajalec | | | |
| Zahteva za neposredno plačilo (DA/NE) | | | |

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

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

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

S podpisom te pogodbe izvajalec pooblasti naročnika, da na podlagi potrjenih računov s strani izvajalca in izdanih s strani podizvajalca za predmet te pogodbe naročnik izvede plačilo obveznosti za dobavljeno opremo podizvajalcu, ki zahteva neposredno plačilo. Podizvajalec, ki

zahteva neposredno plačilo to potrdi s podpisom obrazca soglasja za neposredna plačila, ki je priloga te pogodbe. Izvajalec mora izdanim računom naročniku priložiti račune svojih podizvajalcev, ki jih je pred tem potrdil izvajalec.

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

Konzorcij

13. člen

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

Sestavni del te pogodbe je tudi Pravni akt o skupni izvedbi naročila, sklenjen med člani konzorcija dne

....., ki opredeljuje naloge in odgovornost posameznih izvajalcev za izvedbo naročila, in sicer najmanj:

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

| | Partner 1 | Partner 2 | Partner 3 |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|
| Naziv partnerja | | | |
| Naslov | | | |
| Davčna številka | | | |
| Matična številka | | | |
| Številka TRR | | | |
| Zakoniti zastopnik | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| Del javnega naročila, ki ga namerava izvesti | | | |
|---|--|--|--|

Končne določbe

14. člen

Če katera od strank ne izpolnjuje obveznosti iz te pogodbe, lahko druga brez posledic zanjo odstopi od pogodbe pred iztekom njene veljavnosti brez odpovednega roka.

V kolikor naročnik odpove pogodbo iz krivdnih razlogov na strani izvajalca, sme od izvajalca zahtevati, da storitve po tej pogodbi opravlja pod pogoji iz te pogodbe, dokler naročnik ne izbere novega izvajalca storitev. V kolikor naročnik odpove pogodbo iz krivdnih razlogov na strani izvajalca, sme od izvajalca zahtevati plačilo pogodbene kazni v višini 5 % pogodbene vrednosti. Naročnik ima pravico zahtevati pogodbeno kazen tudi, če mu zaradi kršitve obveznosti s strani izvajalca ni nastala nobena škoda. Če je škoda, ki je nastala naročniku večja od pogodbene kazni, ima naročnik pravico zahtevati razliko do polne odškodnine.

15. člen

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

16. člen

Ta pogodba je nična, če kdo v imenu ali na račun druge pogodbene stranke, poslovodnemu osebju in/ali kateremukoli zaposlenemu pri naročniku ali posredniku organa ali organizacije iz javnega sektorja obljubi, ponudi ali da kakšno nedovoljeno korist za:

- pridobitev posla ali
- za sklenitev posla pod ugodnejšimi pogoji ali
- za opustitev dolžnega nadzora nad izvajanjem pogodbenih obveznosti ali za drugo ravnanje ali opustitev, s katerim je naročniku povzročena škoda ali je omogočena pridobitev nedovoljene koristi poslovodnemu osebju in/ali kateremukoli zaposlenemu pri naročniku ali posredniku organa ali organizacije iz javnega sektorja, drugi pogodbeni stranki ali njenemu predstavniku, zastopniku, posredniku.

17. 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 seznaitve 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 pogoj 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.

18. člen

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

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

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

19. člen

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

20. člen

Pogodba je sklenjena z dnem podpisa zadnje od obeh pogodbenih strank pod odložim pogojem iz 11. člena te pogodbe in velja do 31.1.2025.

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

Kraj in datum:

Kraj in datum:

Naročnik:

Izvajalec:

Slovenska turistična organizacija
mag. Maja Pak Olaj
direktorica

Priloga 1: Vzorec poročila o mesečnih aktivnostih**VZOREC POROČILA O MESEČNIH AKTIVNOSTIH****POROČILO O OPRAVLJENEM DELU za (koledarski) mesec _____ 2024**

Naziv javnega naročila: Javno naročilo za izvedbo »Oglaševanje ključnih produktov slovenskega turizma v spletnih medijih na izbranih tujih trgih v letu 2024«

Številka javnega naročila: JNV-0012/2024-S-POG-STO

Izvajalec: _____

Datum izdelave poročila: _____ 2024

Status dokumenta: POPOLNO DELNO POPOLNO NEPOPOLNO

Poročilo pripravil: _____

Poročilo odobril: _____

Obdobje poročanja: _____

1. POTEK PROJEKTA

Izvedene aktivnosti v obdobju poročanja (tabelo po potrebi duplicirajte – glede na število medijev; en medij = ena tabela)

| | |
|---|--|
| Država | |
| Naziv medija | |
| Datum objave | |
| Doseženi cilji skladno s ponudbo | |
| Zakupljen oglasni prostor (članek, vsebinski sklop ...) | |
| Strošek zakupa oglasnega prostora v € brez DDV | |
| Strošek zakupa oglasnega prostora v € z 22% DDV | |
| Strošek agencijskih storitev v € brez DDV | |
| Strošek agencijskih storitev v € z 22% DDV | |
| Opombe | |

1.2 Seštevek finančne vrednosti izvedenih aktivnosti v obdobju poročanja

Izveden zakup vsega oglasnega prostora v obdobju poročanja znaša _____ € brez DDV, kar predstavlja ____ % delež od celotne vrednosti zakupa oglasnega prostora tega javnega naročila.

Strošek izvedenih aktivnosti agencijskih storitev v tem mesečnem obdobju znaša _____ € brez DDV, kar predstavlja _____ % delež od celotne ponujene vrednosti agencijskih storitev.

Realizacija vseh aktivnosti do danes je _____ % od predvidene celotne porabe sredstev.

2. PREGLED ODPRTIH IZZIVOV

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

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

2.3 Tveganja na projektu v bližnji prihodnosti:

3. PREGLED PREDLAGANIH SPREMEMB/ IZBOLJŠAV:

4. NAPOVED ZA NADALJEVANJE:

Kraj in datum: _____

Izvajalec: _____

Podpis in žig: