STO
SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA

I FEEL SLOVENIA

Številka JN: **JNM-0008/2024-S-POG-STO**
Datum: **4. 3. 2025**

ODLOČITEV O ODDAJI NAROČILA – SKLOP 4

Na podlagi 90. člena Zakona o javnem naročanju (Uradni list RS, št. 91/15, 14/18, 121/21, 10/22, 74/22 – odl. US, 100/22 – ZNUZSZS in 28/23; v nadaljevanju ZJN-3) izvedenega postopka oddaje javnega naročila za »Video in foto produkcija v letu 2025« - 4. sklop se javno naročilo odda ponudniku:

Sklop	Naziv izbranega ponudnika	Razlogi za izbiro
Sklop 4: Dokumentarni video o 30 let delovanja STO – video o treh desetletjih uspešnega delovanja STO in podporne fotografije	**Zveza društev Karata - Karata Film, Mestni trg 5, 4220 Škofja Loka**	**ekonomsko najugodnejša ponudba**

Obrazložitev:

I.

Naročnik je izvedel javno naročilo male vrednosti za »Video in foto produkcija v letu 2025«, ki je bilo objavljeno na Portalu javnih naročil pod zaporedno številko objave JN000114/2025-SL1/01, dne 10.1.2025, in JN000114/2025-SL1/01-P01, dne 30.1.2025.

Naročnik je na 4. sklop prejel 2 ponudbi, in sicer ponudbi naslednjih ponudnikov:
- P3 = ZVEZA DRUŠTEV KARATA - KARATA FILM, Mestni trg 5, 4220 Škofja Loka
- P7 = Medijske storitve Jan Lukanović s.p., Cesta ob Barju 56c, 1291 Škofljica

II.

a) Naročnik je ugotovil, da ponudba ponudnika **Medijske storitve Jan Lukanović s.p.**, ne izpolnjuje pogoja P10 za sodelovanje, kot sledi:

1. **VODJA PROJEKTA – 1 strokovnjak:**
   Imenovani strokovnjak - vodja projekta mora:

- izkazovati vsaj 5 let delovnih izkušenj pri vodenju projektov video produkcije (potrebno priložiti CV, iz katerega je to razvidno)
- izvesti vsaj 1 referenčni projekt s funkcijo vodje projekta video produkcije, ki je bil zaključen v zadnjih 5 letih (šteto od dneva objave tega javnega naročila) v vrednosti vsaj 20.000 EUR brez DDV.
- izvesti vsaj 1 referenčni projekt s funkcijo vodje projekta video produkcije na področju turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije. Projekt mora biti zaključen v zadnjih 3 letih (šteto od dneva objave tega javnega naročila) in v vrednosti vsaj 20.000 EUR brez DDV.

Ponudnik je v ponudbi za vodjo projekta navedel 4 projekte, za katere je naročnik ugotovil:

- Projekt 1: iz navedenega ni razvidno dokazilo, da je predlagani član strokovne ekipe vodja projekta na projektu deloval kot vodja projekta.
- Projekt 2: iz navedenega ni razvidno dokazilo, da je predlagani član strokovne ekipe vodja projekta na projektu deloval kot vodja projekta.
- Projekt 3: iz navedenega ni razviden ustrezen časovni okvir zaključka projekta (navedeno samo »trajanje od 2023 do 2025«) in dokazilo, da je predlagani član strokovne ekipe vodja projekta na projektu deloval kot vodja projekta.
- Projekt 4: iz navedenega ni razvidno dokazilo, da je predlagani član strokovne ekipe vodja projekta na projektu deloval kot vodja projekta.

2. **REŽISER – 1 strokovnjak:**
   Imenovani strokovnjak mora:
   - izkazovati vsaj 5 let delovnih izkušenj na področju priprave idejnih konceptov in režije na avdiovizualnem področju (filmografija in nagrade) (potrebno priložiti CV, iz katerega je to razvidno);
   - izvesti vsaj 1 referenčni projekt na področju priprave idejnih konceptov in režije na avdiovizualnem področju (filmografija in nagrade), ki je bil zaključen v zadnjih 5 letih (šteto od dneva objave tega javnega naročila), v vrednosti vsaj 20.000 EUR brez DDV.
   - Izvesti vsaj 1 referenčni projekt na področju priprave idejnih konceptov in režije na avdiovizualnem področju (filmografija in nagrade) na področju turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije. Projekt mora biti zaključen v zadnjih 3 letih (šteto od dneva objave tega javnega naročila) in v vrednosti vsaj 20.000 EUR brez DDV.

Ponudnik je v ponudbi za režiserja predložil CV iz katerega je razvidno, da ima manj kot 5 let delovnih izkušenj na področju priprave idejnih konceptov in režije na avdiovizualnem področju (filmografija in nagrade). V CV-ju so navedene delovne izkušnje od julija 2021 dalje.

Glede na navedeno je naročnik ugotovil, da ponudba ponudnika Medijske storitve Jan Lukanović s.p. ne izpolnjuje vseh pogojev za sodelovanje, zato posledično ni dopustna.

b) Naročnik je ugotovil, da je ponudba ponudnika **ZVEZA DRUŠTEV KARATA - KARATA FILM** dopustna.

c) Dopustna ponudba je ponudba, ki jo predloži ponudnik, za katerega ne obstajajo razlogi za izključitev in ki izpolnjuje pogoje za sodelovanje, njegova ponudba ustreza potrebam in zahtevam naročnika, določenim v tehničnih specifikacijah in v dokumentaciji v zvezi z oddajo javnega naročila, je prispela pravočasno, pri njej ni dokazano nedovoljeno dogovarjanje ali korupcija, naročnik je ni ocenil za neobičajno nizko in cena ne presega zagotovljenih sredstev naročnika;

III.

Naročnik je dopustno ponudbo ocenil, kot sledi:

Sklop 4: Dokumentarni video o 30 let delovanja STO – video o treh desetletjih uspešnega delovanja STO in podporne fotografije	**Delež merila v celotnem seštevku (%)**	**Ponudnik: Zveza društev Karata - Karata Film**	
M1: Ponudbena cena	40	14.200,00 EUR brez DDV	40
M2: Predlog idejne zasnove videa z moodboardom	30		25,83
M3: Referenčna video produkcija, vezana na tematiko sklopa	20	4 ustrezne reference	20
M4: Mednarodne reference	10	4 ustrezne reference	10
SKUPAJ TOČK	100		95,83

IV.

Glede na gornje navedbe naročnik ponudbo ponudnika Medijske storitve Jan Lukanović s.p., ker ni dopustna, zavrne.

Glede na gornje navedbe naročnik ponudbo ponudnika ZVEZA DRUŠTEV KARATA - KARATA FILM, ki je dopustna, izbere.

V.

Naročnik bo z izbranim ponudnikom sklenil pogodbo o sodelovanju na podlagi vzorca iz razpisne dokumentacije.

Zahvaljujemo se vam za vaše sodelovanje v postopku javnega naročila.

Pravni pouk:
Zoper odločitev o izključitvi ponudnika iz postopka javnega naročila lahko ponudnik v roku 5 delovnih dni uveljavlja pravno varstvo v skladu z Zakonom o pravnem varstvu v postopkih javnega naročanja (Uradni list RS, št. 43/11, 60/11 – ZTP-D, 63/13, 90/14 – ZDU-1, 60/17 in 72/19; v nadaljevanju ZPVPJN).

Zahtevek za revizijo se v skladu s 24. členom ZPVPJN vloži prek portala eRevizija (https://www.portalerevizija.si).

Zahtevek za revizijo mora vsebovati vse elemente, ki jih določa 1. odstavek 15. člena ZPVPJN. Vlagatelj mora v zahtevku za revizijo navesti očitane kršitve ter dejstva in dokaze, s katerimi se kršitve dokazujejo.

Takso v višini 500,00 EUR je potrebno vplačati na transakcijski račun Ministrstva za finance št. SI56 0110 0100 0358 802, odprt pri Banki Slovenije, Slovenska 35, 1505 Ljubljana, Slovenija. Pri vplačilu takse mora biti vedno naveden sklic na številko odobritve po modelu 11.
1. model (11)
2. P1: šifra proračunskega porabnika (16110 - Ministrstvo za finance)
3. P2: številka podkonta s kontrolno številko (7111290)
4. P3: zaporedna številka objave obvestila o javnem naročilu oz. numerična oznaka javnega naročila (6 mest + 2 mesti za leto)
Med P1 in P2 ter med P2 in P3 se obvezno piše vezaj.

Vlagatelj mora zahtevku za revizijo priložiti potrdilo o plačilu takse.

Naročnik bo zahtevek, ki ne bo izpolnjeval procesnih pogojev iz 3. odstavka 26. člena ZPVPJN s sklepom zavrgel.

Predlagatelj:
Tina Sračnjek

Direktorica
mag. Maja Pak Olaj

REPUBLIKA SLOVENIJA SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA LJUBLJANA

PODPISANO V ELEKTRONSKI OBLIKI
2 04-03- 2025

1. v skladu z 10. odstavkom 90. člena ZJN-3 se odločitev vroči z objavo na Portalu javnih naročil
2. v spis

Priloge:
- Priloga 1: ocenitev ponudb po merilih M3 in M4
- Priloga 2: ocenjevalni listi strokovne komisije po merilu M2

Priloga 1: Ocenitev ponudb po merilih M3 in M4

Sklop 4: Dokumentarni video o 30 let delovanja STO – video o treh desetletjih uspešnega delovanja STO in podporne fotografije

P3: ZVEZA DRUŠTEV KARATA - KARATA FILM			
MERILO 3: REFERENČNA VIDEO PRODUKCIJA, VEZANA NA TEMATIKE SKLOPA, NA KATEREGA SE PRIJAVLJA		**MERILO 4: MEDNARODNE REFERENCE**	
Referenca 1: 30 dni do Dirke po Sloveniji (naročnik Kolesarski klub Adria Mobil, 2024)	Referenca je ustrezna.	Referenca 1: Why Take a Sabbatical? | Introduction (naročnik Empowered travel, 2024)	Referenca je ustrezna.
Referenca 2: Tiha voda bregove dere (naročnik RA Sora, 2024)	Referenca je ustrezna.	Referenca 2: Transcend 2022, (naročnik Transformational Travel Council, 2022)	Referenca je ustrezna.
Referenca 3: Adria Mobil 50 let (naročnik Kolesarski klub Adria Mobil, 2023)	Referenca je ustrezna.	Referenca 3: Best Discovery with Ana Roš (naročnik William Reed International, 2023)	Referenca je ustrezna.
Referenca 4: Slovenia Green Wellness Route (naročnik Zavod Tovarna Trajnostnega Turizma Good Place, 2022)	Referenca je ustrezna.	Referenca 4: Grič x 50 Best x Slovenian Tourism Board & Mahorčič x 50 Best x Slovenian Tourism Board (naročnik: William Reed International 2024)	Referenca je ustrezna.

Priloga 2: ocenjevalni listi strokovne komisije po merilu M2

Javno naročilo za »Video in foto produkcija v letu 2025«
št. JNM-0008/2024-S-POG-STO

OCENJEVALNI LIST

ŠIFRA OCENJEVALCA: *(Navedite T1 ali T2 ali T3)*	**T1**
DATUM OCENJEVANJA:	25.2.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P3 ali P7)*	P3
SKLOP:	**4**

P2.1 Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti (10 točk)

Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti opredeljujejo elementi, ki bodo gledalce videa pritegnili na sledeči način: povečevali njihovo zanimanje in zavzetost, vzbujali njihovo pozornost in radovednost, vzbujali željo po obisku destinacije, jih privlačili, bili mikavni in vabljivi, večali njihovo motiviranost in jih vključevali, izvajajo poziv k akciji/dejanju t.i. call to action.

Pri podmerilu Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti, lahko ocenjevalec oceni ponujeno idejno zasnovo videa ponudnika s točkami od 0 do 10 točk.

Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk, ko ponudnikova idejna zasnova ne povečuje zanimanja in zavzetosti, ne vzbuja pozornosti in radovednosti, ne vzbujala želje po obisku destinacije, ne privlači, ni mikavna in vabljiva, uporabnika ne motivira in ne vključuje ali izvaja poziva k akciji/dejanju t.i. call to action. Uporabnika pušča nemotiviranega. Idejna zasnova videa je po tem podmerilu podpovprečna. Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, ko idejna zasnova videa uporabnika izrazito privlači, povečuje njegovo zanimanje in zavzetost, vzbuja njegovo pozornost in radovednost, vzbuja željo po obisku destinacije, ga privlači, mika in vabi, ga motivira do te mere, da si uporabnik želi pridobiti več informacij o vsebini in zato izvede nadaljnje akcije, da pride do njih. Idejna zasnova videa je po tem podmerilu nadpovprečna. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno idejno zasnovo videa tudi z vmesnimi ocenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri vključuje elemente podmerila, 5 točk, vkolikor idejna zasnova zadostno vključuje elemente podmerila, in 7,5 točk, vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila.

Št. točk: ____10_____

UTEMELJITEV: Idejna zasnova gledalca pritegne že v začetku vide s tem, da zgodbo 30 let STO pripoveduje te z vidika tretje osebe, temveč doživeto skozi (skoraj osebno) zgodbo očeta in sina. S tem ustvarja občutek tesne povezanosti gledalca z vsebino zgodbe 30letnega potovanja skozi zgodovino STO in slovenskega turizma. Zgodba uporabnika nikakor ne pušča nemotiviranega, ampak ga vzpodbuja, da spremlja zgodbo slovenskega turizma od njegovih prvih korakov, preko neodvisnosti, znamke I feel Slovenia, obljube, ki jo daje Slovenija kot turistična destinacija, skozi zgodbo prebivalcev naše dežele, ključne produkte slovenskega

turizma... Kamera vodi skozi neokrnjeno naravo Slovenije, ključne primerjalne prednosti slovenskega turizma. Ustvarja ponos na deželo, na njene ljudi, dosežke (v turizmu)...

Koncept videa komunicira Slovenijo kot deželo, kjer ljudje z veseljem živijo in so nanjo ponosni.

P2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove (10 točk)

Inovativnost in kreativnost idejne zasnove videa opredeljujejo naslednji elementi: inovativen, unikaten, ustvarjalen, iznajdljiv, domiseln, izviren, najnovejši, prebojen, avantgarden, vrhunski.

Pri podmerilu Inovativnost idejne zasnove, lahko ocenjevalec oceni ponujeno idejno zasnovo videa ponudnika s točkami od 0 do 10 točk. Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk , ko je ponudnikova kreativna zasnova neinovativna, podpovprečna v smislu inovativnosti, ni kreativna, je neunikatna oz. so uporabljeni v javnosti že znani kreativni pristopi snemanja, ni prebojna, ni domiselna, avantgardna, iznajdljiva, ustvarjalna, izvirna, ni vrhunska. Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, ko je kreativna zasnova inovativna, unikatna, ustvarjalna, iznajdljiva, domiselna, izvirna, najnovejši, prebojna, avantgardna, vrhunska in vključuje najnovejše in izvirne kreativne pristope. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno idejno zasnovo videa tudi z vmesnimi ocenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri vključuje elemente podmerila, 5 točk vkolikor idejna zasnova zadostno vključuje elemente podmerila, 7,5 točk vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila.

Št. točk: _____7,5_____

UTEMELJITEV:

Rešitev je drugačna, nadgrajena od običajnega prikaza zgolj dejstev, slik, navedb dosežkov slovenskega turizma v 30ih letih. Rešitev pripovedi skozi oči dveh med seboj povezanih oseb, očeta in sina, je ustvarjalna, predvsem pa vključuje čustva in s tem tesnejšo vpletenost gledalca v dogajanje, ki ga ponazarja video. Vsekakor koncept presega zgolj prikazovanje letnic, dosežkov, dejstev... in s tem presega zgolj racionalno in faktografsko prikazovanje dosežkov v treh desetletjih.

P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta (10 točk)

Zaokroženost komunikacijskega koncepta bo predlagana idejna zasnova videa ocenjena na podlagi stopnje vključenosti ključnih vizualnih elemente, ki so skladni s pristopom storytellinga, subtilno poudarjajo turistični produkt, ki je izpostavljen, in odraža ton komunikacije po komunikacijski platformi My Way: https://www.youtube.com/watch?v=b9a02Z3T4oA. Pri tem morajo biti elementi vizualizacije avtentični, sporočilo pa jasno in razumljivo po posamezni tematiki, ki jih naročnik želi komunicirati preko teh video vsebin.

Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, v kolikor je koncept v celoti skladen, razumljiv, in odlično vzbuja pozornost uporabnika, je skladen z komuniciranjem vsebin na način kot ga predvideva komunikacijska platforma My Way ter predvideva izrazit Storytelling pristop in skozi vizuale

predstavlja turistični produkt ter njegove poudarke. Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk, v kolikor koncept ni v celoti skladen, ni razumljiv in ne vzbuja pozornosti uporabnika, ni skladen s komuniciranjem vsebin na način kot ga predvideva komunikacijska platforma My Way ter ne predvideva izrazitega storytelling pristopa in skozi vizuale ne predstavlja turističnega produkta ter njegovih poudarkov.. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno kreativno zasnovo tudi z vmesnimi ocenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri vključuje elemente podmerila, 5 točk (vkolikor idejna zasnova v zadostni meri vključuje elemente podmerila,, 7,5 točk vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila,

Podmerilo P2.3, v sklopu zaokroženosti komunikacijskega koncepta predvideva izrazit Storytelling pristop, skozi vizuale predstavlja turistični produkt in poudarja, da:

- mora vsebina videa pripovedovati pristno zgodbo, ki pritegne gledalca, na način, da zadrži njegovo pozornost, ga vključi in ostane v njegovi podzavesti in spominu tudi po tem, ko zaključi ogled videa;
- video vsebina mora biti čustveno izkustvena in mora zajeti trenutke občutenj in doživljanja zgodbe,
- tok video zgodbe mora biti časovno uravnotežen, na način, da si bo gledalec zapomnil vsebino, da ne vsebuje prehitrih kadrov ali sosledij le-teh, video vsebina mora poiskati ustrezen prostor, da se poudari ključno sporočilo zgodbe,
- odraža ton komunikacije po komunikacijski platformi My Way: https://www.youtube.com/watch?v=b9a02Z3T4oA.

Št. točk: ***10***

UTEMELJITEV:

Vsekakor gre za osebno pripoved, za zgodbarjenje ne samo skozi tretjo, ampak prvo osebo – skozi oči dveh pomembnih pripovedovalcev zgodbe skozi celotni video. S tem se video približa in komunicira sporočila komunikacijske kampanje oz. platforme My Way oz. pripovedovanje zgodbe »na moj način«. Na ta način komunicira tudi znamko I feel Slovenia (na kateri temelji komunikacijska platforma My Way) in s tem tudi identiteto naše dežele.

Komunikacijski ton ne pušča prostor za dvome ali nejasnosti, saj kljub zgodbarskemu pristopu daje jasno komunikacijo skozi navedbo izjav in intervjujev z verodostojnimi osebami, ki so so-pisali 30letno zgodovino slovenskega turizma.

Vizualni prikaz v videu (v predlogu upodobljeno s slikami) ustvarjajo jasno povezanost z zgodovino, naravno in skozi oči intervjuvancev tudi z osebami v treh desetletjih naše dežele in njenega turizma.

PONUDNIK JE PREJEL NASLEDNJE ŠTEVILO TOČK:

Prepišite število točk po merilih P2.1, P2.2 in P2.3 ter seštejte njihovo vsoto.

Naziv podmerila	Št. prejetih točk

P2.1 Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti	10
P2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove	7,5
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	10
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	27,5

Podpis o

Javno naročilo za »Video in foto produkcija v letu 2025«
št. JNM-0008/2024-S-POG-STO

OCENJEVALNI LIST

ŠIFRA OCENJEVALCA: *(Navedite T1 ali T2 ali T3)*	T2
DATUM OCENJEVANJA:	24. 2. 2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P3 ali P7)*	P3
SKLOP:	4

P2.1 Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti (10 točk)

Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti opredeljujejo elementi, ki bodo gledalce videa pritegnili na sledeči način: povečevali njihovo zanimanje in zavzetost, vzbujali njihovo pozornost in radovednost, vzbujali željo po obisku destinacije, jih privlačili, bili mikavni in vabljivi, večali njihovo motiviranost in jih vključevali, izvajajo poziv k akciji/dejanju t.i. call to action.

Pri podmerilu Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti, lahko ocenjevalec oceni ponujeno idejno zasnovo videa ponudnika s točkami od 0 do 10 točk.

Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk, ko ponudnikova idejna zasnova ne povečuje zanimanja in zavzetosti, ne vzbuja pozornosti in radovednosti, ne vzbujala želje po obisku destinacije, ne privlači, ni mikavna in vabljiva, uporabnika ne motivira in ne vključuje ali izvaja poziva k akciji/dejanju t.i. call to action. Uporabnika pušča nemotiviranega. Idejna zasnova videa je po tem podmerilu podpovprečna. Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, ko idejna zasnova videa uporabnika izrazito privlači, povečuje njegovo zanimanje in zavzetost, vzbuja njegovo pozornost in radovednost, vzbuja željo po obisku destinacije, ga privlači, mika in vabi, ga motivira do te mere, da si uporabnik želi pridobiti več informacij o vsebini in zato izvede nadaljnje akcije, da pride do njih. Idejna zasnova videa je po tem podmerilu nadpovprečna. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno idejno zasnovo videa tudi z vmesnimi ocenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri vključuje elemente podmerila, 5 točk, vkolikor idejna zasnova zadostno vključuje elemente podmerila, in 7,5 točk, vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila.

Št. točk: 5 točk

UTEMELJITEV:

STO želi v videu strniti ključne in za gledalce zanimive mejnike iz treh desetletij delovanja, ob izpostavitvi dosežkov pa tudi osebna razmišljanja in poglede vidnih oseb slovenskega turizma in drugih vidnih osebnosti o delu STO v preteklosti in danes.

Ponudba P3 v zadostni meri naslavlja vprašanje spodbujanja radovednosti, pozornosti in atraktivnosti skozi izbrane kadre. V skladu s predlogom bi STO pridobila visokokakovostne video predstavitve atraktivnih turističnih produktov, umeščenih v pristno okolje destinacij Slovenije, na način, da sledijo sodobnim smernicam v video produkciji.

Predlagani koncept vključuje predstavitev ključnih produktov slovenskega turizma na način, ki prek čustvene komponente in odličnih vizualnih vsebin privlači, vabi in vzbuja željo po obisku destinacije oz. izkustvu posamičnega doživetja (npr. gastonomija, narava, aktivni oddih, mesta in kultura). Orisano vzdušje (zgodba, kamera, zvok, posprodukcija) ustvarja ozračje, ki pritegne in zadrži pozornost. Formulacija videa odgovarja zahtevi, da video ostaja brezčasen in omogoča svojevrstno izkušnjo ob ogledu tudi čez več let.

V ponudbi ni v zadostni meri opredeljeno, kako bo predstavljen pogled v prihodnost dela/delovanja STO. Elementi atraktivnosti so obenem v večji meri vezani na slovensko turistično ponudbo in ne na delo STO (sprehod skozi aktivnosti STO v treh desetletjih – npr. nastopi na sejmih pred 30 leti in danes). Prav tako ni naveden izbor intervjuvancev, v nezadostni meri je predviden prispevek intervjuvancev k atraktivnosti in privlačnosti celotne vsebine (izjave vidnih oseb, ki so zaznamovale 30 let STO/slovenskega turizma).

Med ključnimi opredeljenimi sporočili v javnem naročilu predlog sporoča naslednji sporočili:
• STO je v 30ih letih naredila velike korake tako na promocijskem kot na razvojnem področju slovenskega turizmu (prikaz npr. razlike oglaševalskih orodij/oglasov pred 30 leti in danes, prikaz nacionalne znamke Slovenije oz. slovenskega turizma pred 30 leti in danes itd.).

• STO je strokovna, napredna, inovativna in na številnih področjih tudi v mednarodnem okolju vodilna institucija v turistični industriji.

Manjka pa pojasnilo, kako bosta izpostavljeni ključni sporočili:

• STO je prejemnica številnih mednarodnih nagrad in priznanj (kot potrditev uspešnosti in strokovnosti dela).
• STO pomembno pozornost posveča deležnikom (gospodarstvu, partnerskim institucijam, skupnosti, zaposlenim...).

P2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove (10 točk)

Inovativnost in kreativnost idejne zasnove videa opredeljujejo naslednji elementi: inovativen, unikaten, ustvarjalen, iznajdljiv, domiseln, izviren, najnovejši, prebojen, avantgarden, vrhunski.

Pri podmerilu Inovativnost idejne zasnove, lahko ocenjevalec oceni ponujeno idejno zasnovo videa ponudnika s točkami od 0 do 10 točk. Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk , ko je ponudnikova kreativna zasnova neinovativna, podpovprečna v smislu inovativnosti, ni kreativna, je neunikatna oz. so uporabljeni v javnosti že znani kreativni pristopi snemanja, ni prebojna, ni domiselna, avantgardna, iznajdljiva, ustvarjalna, izvirna, ni vrhunska. Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, ko je kreativna zasnova inovativna, unikatna, ustvarjalna, iznajdljiva, domiselna, izvirna, najnovejši, prebojna, avantgardna, vrhunska in vključuje najnovejše in izvirne kreativne pristope. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno idejno zasnovo videa tudi z vmesnimi cenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri

vključuje elemente podmerila, 5 točk vkolikor idejna zasnova zadostno vključuje elemente podmerila, 7,5 točk vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila.

Št. točk: *10 točk*

UTEMELJITEV:

Kreativna zasnova videa je za dokumentarni film inovativna, unikatna, ustvarjalna, iznajdljiva, domiselna, izvirna in vrhunska.

Inovativnost in vrhunskost: Zasnova vključuje najsodobnejše vizualne in pripovedne tehnike.

Ustvarjalnost, domiselnost: Pripoved treh generacij ponuja večplastno čustveno izkušnjo, ki ustvarja močno povezavo z občinstvom.

Izvirnost, unikatnost: Koncept omogoča predstavitev različnih časovnih obdobij/produktov/projektov s pristopom, ki ni pogosto uporabljen in ni običajen za dokumentarni film. To povečuje zanimanje za film, zadržuje gledalčevo pozornost, zbuja radovednost in čustveno povezanost.

Prilagodljivost: Koncept omogoča razvoj več izpeljank in prilagoditev osnovnega videa za različne komunikacijske kanale, s čimer se povečuje dolgoročna vrednost vsebine.

P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta (10 točk)

Zaokroženost komunikacijskega koncepta bo predlagana idejna zasnova videa ocenjena na podlagi stopnje vključenosti ključnih vizualnih elemente, ki so skladni s pristopom storytellinga, subtilno poudarjajo turistični produkt, ki je izpostavljen, in odraža ton komunikacije po komunikacijski platformi My Way: https://www.youtube.com/watch?v=b9a02Z3T4oA. Pri tem morajo biti elementi vizualizacije avtentični, sporočilo pa jasno in razumljivo po posamezni tematiki, ki jih naročnik želi komunicirati preko teh video vsebin.

Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, v kolikor je koncept v celoti skladen, razumljiv, in odlično vzbuja pozornost uporabnika, je skladen z komuniciranjem vsebin na način kot ga predvideva komunikacijska platforma My Way ter predvideva izrazit Storytelling pristop in skozi vizuale predstavlja turistični produkt ter njegove poudarke. Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk, v kolikor koncept ni v celoti skladen, ni razumljiv in ne vzbuja pozornosti uporabnika, ni skladen s komuniciranjem vsebin na način kot ga predvideva komunikacijska platforma My Way ter ne predvideva izrazitega storytelling pristopa in skozi vizuale ne predstavlja turističnega produkta ter njegovih poudarkov.. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno kreativno zasnovo tudi z vmesnimi ocenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri vključuje elemente podmerila, 5 točk (vkolikor idejna zasnova v zadostni meri vključuje elemente podmerila,, 7,5 točk vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila,

Podmerilo P2.3, v sklopu zaokroženosti komunikacijskega koncepta predvideva izrazit Storytelling pristop, skozi vizuale predstavlja turistični produkt in poudarja, da:

- mora vsebina videa pripovedovati pristno zgodbo, ki pritegne gledalca, na način, da zadrži njegovo pozornost, ga vključi in ostane v njegovi podzavesti in spominu tudi po tem, ko zaključi ogled videa;

- video vsebina mora biti čustveno izkustvena in mora zajeti trenutke občutenj in doživljanja zgodbe,
- tok video zgodbe mora biti časovno uravnotežen, na način, da si bo gledalec zapomnil vsebino, da ne vsebuje prehitrih kadrov ali sosledij le-teh, video vsebina mora poiskati ustrezen prostor, da se poudari ključno sporočilo zgodbe,
- odraža ton komunikacije po komunikacijski platformi My Way: https://www.youtube.com/watch?v=b9a02Z3T4oA.

Št. točk: 10 točk

UTEMELJITEV:

Predlagani koncept temelji na pristnem pristopu storytellinga. Temelji na osebni zgodbi dveh oz. treh generacij, ki pritegne gledalca, ga vključi v zgodbo, vzbudi čustva in ostane v podzavesti in spominu tudi po koncu ogleda. Predlagana zgodba omogoča poistovetenje z osrednjimi liki in zbuja ponos na domovino.

Jezik kamere predvideva kadre, ki nežno plavajo in ustvarjajo intimno vzdušje, v določenih sekvencah pa približevanje vizualni podobi devetdesetih let, kar zbuja nostalgična čustva.

Koncept odraža ton komunikacijske platforme My Way skozi pripovedovanje prvoosebne zgodbe, skozi osebna doživetja izbranih turističnih produktov in videnje dela/projektov STO skozi oči osrednjih "junakov": očeta in sina (in delno vnuka) ter izbranih intervjuvancev. S tem se poudarja občutenje na svoj način, pomen osebne izkušnje Slovenije.

Predlagani koncept skozi vizuale predstavlja turistični produkt in njegove poudarke. Izbrani kadri (npr. TNP, divje živali, reka Soče, rustikalna miza z darovi narave ...) so v skladu z usmeritvijo komunikacijske platforme My Way, ki poudarja ponudbo novega luksuza, avtentičnosti, iskrenosti, edinstvenih trenutkov, pristnosti in doživetji, ki jih ni mogoče izkusiti nikjer drugje.

PONUDNIK JE PREJEL NASLEDNJE ŠTEVILO TOČK:

Prepišite število točk po merilih P2.1, P2.2 in P2.3 ter seštejte njihovo vsoto.

Naziv podmerila	Št. prejetih točk
P2.1 Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti	5
P2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove	10
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	10
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	25

Podpis ocenjevalca:

Javno naročilo za »Video in foto produkcija v letu 2025«
št. JNM-0008/2024-S-POG-STO

OCENJEVALNI LIST

ŠIFRA OCENJEVALCA: *(Navedite T1 ali T2 ali T3)*	**T3**
DATUM OCENJEVANJA:	21.02.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P3 ali P7)*	P3
SKLOP:	**4**

P2.1 Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti (10 točk)

Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti opredeljujejo elementi, ki bodo gledalce videa pritegnili na sledeči način: povečevali njihovo zanimanje in zavzetost, vzbujali njihovo pozornost in radovednost, vzbujali željo po obisku destinacije, jih privlačili, bili mikavni in vabljivi, večali njihovo motiviranost in jih vključevali, izvajajo poziv k akciji/dejanju t.i. call to action.

Pri podmerilu Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti, lahko ocenjevalec oceni ponujeno idejno zasnovo videa ponudnika s točkami od 0 do 10 točk.

Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk, ko ponudnikova idejna zasnova ne povečuje zanimanja in zavzetosti, ne vzbuja pozornosti in radovednosti, ne vzbujala želje po obisku destinacije, ne privlači, ni mikavna in vabljiva, uporabnika ne motivira in ne vključuje ali izvaja poziva k akciji/dejanju t.i. call to action. Uporabnika pušča nemotiviranega. Idejna zasnova videa je po tem podmerilu podpovprečna. Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, ko idejna zasnova videa uporabnika izrazito privlači, povečuje njegovo zanimanje in zavzetost, vzbuja njegovo pozornost in radovednost, vzbuja željo po obisku destinacije, ga privlači, mika in vabi, ga motivira do te mere, da si uporabnik želi pridobiti več informacij o vsebini in zato izvede nadaljnje akcije, da pride do njih. Idejna zasnova videa je po tem podmerilu nadpovprečna. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno idejno zasnovo videa tudi z vmesnimi ocenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri vključuje elemente podmerila, 5 točk, vkolikor idejna zasnova zadostno vključuje elemente podmerila, in 7,5 točk, vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila.

Št. točk: _____7,5_____

UTEMELJITEV:

Idejna zasnova videa je izjemno učinkovita pri pritegovanju pozornosti in vzbujanju zanimanja uporabnika. S premišljeno pripovedjo o odnosu med očetom in sinom ustvarja močno čustveno komponento, ki gledalca ne le pritegne, temveč ga tudi globlje poveže z vsebino. Zgodba vzbuja radovednost, saj postopoma razkriva posamezne elemente in s tem gradi napetost ter željo po odkrivanju nadaljevanja.

Poleg tega video deluje sugestivno in subtilno vodi uporabnika skozi čustveni proces od zanimanja do želje po dodatnih informacijah. Prikazana vsebina nagovarja gledalčeve vrednote, čustva in osebne izkušnje, kar prispeva k večji identifikaciji s sporočilom videa. S svojo privlačnostjo, prepričljivostjo in učinkovitostjo pri motiviranju občinstva presega povprečne standarde in se uvršča med nadpovprečne koncepte na tem področju.

P2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove (10 točk)

Inovativnost in kreativnost idejne zasnove videa opredeljujejo naslednji elementi: inovativen, unikaten, ustvarjalen, iznajdljiv, domiseln, izviren, najnovejši, prebojen, avantgarden, vrhunski.

Pri podmerilu Inovativnost idejne zasnove, lahko ocenjevalec oceni ponujeno idejno zasnovo videa ponudnika s točkami od 0 do 10 točk. Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk , ko je ponudnikova kreativna zasnova neinovativna, podpovprečna v smislu inovativnosti, ni kreativna, je neunikatna oz. so uporabljeni v javnosti že znani kreativni pristopi snemanja, ni prebojna, ni domiselna, avantgardna, iznajdljiva, ustvarjalna, izvirna, ni vrhunska. Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, ko je kreativna zasnova inovativna, unikatna, ustvarjalna, iznajdljiva, domiselna, izvirna, najnovejši, prebojna, avantgardna, vrhunska in vključuje najnovejše in izvirne kreativne pristope. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno idejno zasnovo videa tudi z vmesnimi ocenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri vključuje elemente podmerila, 5 točk vkolikor idejna zasnova zadostno vključuje elemente podmerila, 7,5 točk vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila.

Št. točk: _____7,5_____

UTEMELJITEV:

Kreativna zasnova videa izstopa po svoji inovativnosti, unikatnosti in premišljeni ustvarjalnosti. Gre za domiseln in izviren pristop, ki presega ustaljene okvirje ter gledalca nagovarja na čustveni in vizualno estetski ravni. S svojo prebojnostjo in avantgardnim slogom video odpira nove dimenzije pripovedovanja ter učinkovito združuje elemente nostalgije, pripadnosti in kontinuitete.

Zgodba o očetu in sinu, ki skozi skupne spomine podoživljata ključne trenutke iz preteklosti, je zasnovana tako, da subtilno in hkrati močno nagovarja gledalca. Preko osebne in čustvene perspektive prikaže razvoj ter 30-letno zgodbo Slovenske turistične organizacije (STO), kar omogoča globoko povezovanje s širšim kontekstom turistične dediščine in trajnostne vizije.

Video vključuje inovativne kreativne pristope, ki nadgrajujejo klasično naracijo ter jo dvignejo na vrhunsko produkcijsko raven. S prepletanjem preteklosti in sedanjosti ter uporabo vizualno privlačnih in simboličnih elementov ustvarja močno čustveno sled pri gledalcu. Njegova premišljena dramaturgija in umetniška dovršenost pripomoreta k temu, da video ni le informativen, temveč tudi doživet in nepozaben.

P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta (10 točk)

Zaokroženost komunikacijskega koncepta bo predlagana idejna zasnova videa ocenjena na podlagi stopnje vključenosti ključnih vizualnih elemente, ki so skladni s pristopom storytellinga, subtilno poudarjajo turistični produkt, ki je izpostavljen, in odraža ton komunikacije po komunikacijski platformi My Way: https://www.youtube.com/watch?v=b9a02Z3T4oA. Pri tem

morajo biti elementi vizualizacije avtentični, sporočilo pa jasno in razumljivo po posamezni tematiki, ki jih naročnik želi komunicirati preko teh video vsebin.

Ocenjevalec oceni ponudbo z 10 točk, v kolikor je koncept v celoti skladen, razumljiv, in odlično vzbuja pozornost uporabnika, je skladen z komuniciranjem vsebin na način kot ga predvideva komunikacijska platforma My Way ter predvideva izrazit Storytelling pristop in skozi vizuale predstavlja turistični produkt ter njegove poudarke. Ocenjevalec oceni ponudbo z 0 točk, v kolikor koncept ni v celoti skladen, ni razumljiv in ne vzbuja pozornosti uporabnika, ni skladen s komuniciranjem vsebin na način kot ga predvideva komunikacijska platforma My Way ter ne predvideva izrazitega storytelling pristopa in skozi vizuale ne predstavlja turističnega produkta ter njegovih poudarkov.. Ocenjevalec lahko oceni ponujeno kreativno zasnovo tudi z vmesnimi ocenami, to je 2,5 točke, vkolikor idejna zasnova v manjši meri vključuje elemente podmerila, 5 točk (vkolikor idejna zasnova v zadostni meri vključuje elemente podmerila,, 7,5 točk vkolikor idejna zasnova v večji meri vključuje elemente podmerila,

Podmerilo P2.3, v sklopu zaokroženosti komunikacijskega koncepta predvideva izrazit Storytelling pristop, skozi vizuale predstavlja turistični produkt in poudarja, da:

- mora vsebina videa pripovedovati pristno zgodbo, ki pritegne gledalca, na način, da zadrži njegovo pozornost, ga vključi in ostane v njegovi podzavesti in spominu tudi po tem, ko zaključi ogled videa;
- video vsebina mora biti čustveno izkustvena in mora zajeti trenutke občutenj in doživljanja zgodbe,
- tok video zgodbe mora biti časovno uravnotežen, na način, da si bo gledalec zapomnil vsebino, da ne vsebuje prehitrih kadrov ali sosledij le-teh, video vsebina mora poiskati ustrezen prostor, da se poudari ključno sporočilo zgodbe,
- odraža ton komunikacije po komunikacijski platformi My Way: https://www.youtube.com/watch?v=b9a02Z3T4oA.

Št. točk: _____10_____

UTEMELJITEV:
Koncept videa je celostno premišljen, koherenten in učinkovito zasnovan tako, da pritegne ter zadrži uporabnikovo pozornost. Njegova struktura je logična, jasno razumljiva in pripovedno močna, saj s prepletanjem vsebine in vizualnih elementov ustvarja globoko povezavo med gledalcem in zgodbo.

V celoti je usklajen s komunikacijskimi smernicami platforme **My Way**, ki temelji na avtentičnih, doživetih in osebnih pripovedih, skozi katere se učinkovito predstavi turistične vsebine. Koncept v ospredje postavlja izrazit **storytelling** pristop, ki presega zgolj informativno naracijo in gledalca aktivno vpleta v zgodbo.

Film ***"Večna potovanja"** je poetičen dokumentarni zapis, v katerem se skozi oči dveh generacij – očeta in sina – prepletajo osebni spomini, doživetja in globlje razumevanje časa ter prostora. Z uporabo subtilnih, a močnih vizualnih simbolov film na edinstven način interpretira razvoj in vrednote slovenskega turizma ter ga povezuje z osebnimi izkušnjami posameznika.

Vizualna pripoved učinkovito izpostavlja ključne turistične produkte in njihove poudarke, pri čemer estetsko dodelane podobe in emotivna naracija skupaj ustvarjajo prepoznaven in navdihujoč prikaz Slovenije kot destinacije z bogato zgodovino, kulturo in neizčrpno doživljajsko vrednostjo.

PONUDNIK JE PREJEL NASLEDNJE ŠTEVILO TOČK:

Prepišite število točk po merilih P2.1, P2.2 in P2.3 ter seštejte njihovo vsoto.

Naziv podmerila	Št. prejetih točk
P2.1 Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti	7,5
P2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove	7,5
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	10
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	25

Podpis ocenjevalca: _____