STO
SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA

I FEEL SLOVENIA

Številka JN: **JNM-0008/2024-S-POG-STO**
Datum: **7. 4. 2025**

ODLOČITEV O ODDAJI NAROČILA – SKLOP 1

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« - 1. sklop se javno naročilo odda ponudniku:

Sklop	Naziv izbranega ponudnika	Razlogi za izbiro
SKLOP 1: Krovna video zgodba za turistični produkt Umetnost in kultura s pripadajočimi fotografijami	**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 1. sklop prejel 3 ponudbe, in sicer ponudbe naslednjih ponudnikov:
- P2 = CJ Studio, produkcija d.o.o., Kranjska cesta 11, 4202 Naklo
- 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

1

II.

Naročnik je najprej pregledal dopustnost vseh ponudb na 1. sklop. 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.

Naročnik je ugotovil, da:

a) je ponudba ponudnika **CJ Studio, produkcija d.o.o.** dopustna.

b) je ponudba ponudnika **ZVEZA DRUŠTEV KARATA - KARATA FILM** dopustna.

c) ponudba ponudnika **Medijske storitve Jan Lukanović s.p.**, ni dopustna, ker nista izpolnjena pogoja za sodelovanje P9 in P10 (obrazloženo v točki III).

III.

Naročnik je v postopku pregleda ponudb ugotovil, da iz ponudbe ponudnika **Medijske storitve Jan Lukanović s.p.** ni razvidno, da izpolnjuje vse pogoje za sodelovanje. Zato je bil 19. 2. 2025 pozvan k dopolnitvi ponudbe v skladu z dopustnimi dopolnitvami po ZJN-3. Ponudnik je dopolnitev predložil, vendar je bilo ob ponovnem pregledu ugotovljeno, da kljub temu nista izpolnjena pogoja za sodelovanje P9 in P10, kot sledi:

- **neizpolnjevanje pogoja za sodelovanje P9:**

  Ponudnik mora na Obrazcu št. 4a (Strokovna ekipa ponudnika in referenčni projekti) navesti vsaj 1 referenčni projekt video produkcije, ki mora po vsebini biti primerljivi predmetu sklopa, na katerega se ponudba nanaša:
  - 1. sklop: umetnost in kultura;

  Referenčni projekt video produkcije je moral nastati z namenom promocije produkta in ni starejši od treh let od dneva objave tega javnega naročila. Vrednost projekta mora biti vsaj 15.000 EUR brez DDV. Naročnik bo kot ustrezne upošteval tiste referenčne projekte ponudnika, v katerih je najmanj 50 % videa vezanega na tematiko sklopa. Referenčni projekt, v katerem se tematika sklopa pojavi v manj kot 50% videa, ne bo upoštevan kot ustrezna referenca. Pogoj P9 lahko izpolnjujejo skupaj vsi gospodarski subjekti, ki sodelujejo v ponudbi. Naročnik bo upošteval le zaključene referenčne projekte. V kolikor ponudnik kot referenčni projekt navede različne izdelke, ki so nastali znotraj enega projekta oz. celovite kampanje (npr. več videov, ki so nastali znotraj ene kampanje), bo naročnik to upošteval kot eno referenco in ne vsake samostojno. Naročnik smatra 1 zaključen projekt oz. celovito kampanjo kot 1 referenco. Naročnik bo kot referenčne projekte upošteval tematske sklope turističnih produktov kot so opredeljeni v Strategiji slovenskega turizma 2022-2028, dosegljivi na:
  https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGTS/Dokumenti/DTUR/Nova-strategija-2022-2028/Strategija-slovenskega-turizma-2022-2028-dokument.pdf

  Ponudnik je v ponudbi navedel 2 referenčna projekta, za katera je naročnik ugotovil:
  - Projekt 1: iz navedenega je razvidno, da je referenčni projekt starejši od treh let od dneva objave javnega naročila, kar je zahtevano za doseganje pogoja P9.
  - Projekt 2: iz navedenega je razvidno, referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogojem P9 v razpisni dokumentaciji, saj tematika referenčnega projekta ne vsebuje tematskih sklopov turističnih produktov kot so opredeljeni v Strategiji slovenskega turizma 2022-2028.

➢ **neizpolnjevanje pogoja za sodelovanje P10:**

- **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 vsa 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 razviden ustrezen časovni okvir zaključka projekta (navedeno samo »trajanje od 2023 do 2025«) in dokazilo, da je predlagani član strokovn 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 strokovn 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.

- **REŽISER – 1 strokovnjak:**

Imenovani strokovnjak - režiser mora:

- izkazovati vsaj 5 let delovnih izkušenj na področju priprave idejnih konceptov in režije na avdiovizualnem področju (filmografija in nagrade) (potrebno priložiti CV, i 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 leti (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 name 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 vsa 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 avdiovizualner področju (filmografija in nagrade). V CV-ju so navedene delovne izkušnje od julija 2021 dalje.

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

- Projekt 1: referenčni projekt ni ustrezen, saj je referenčni projekt starejši od treh let od dneva objave javnega naročila in zato ne more biti priznan kot projekt na področj turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije.
- Projekt 2: referenčni projekt je ustrezen, tematika ni na področju turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije.
- Projekt 3: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 4: referenčni projekt je ustrezen, tematika ni na področju turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije.

- **SCENARIST – 1 strokovnjak:**

Imenovani strokovnjak mora:

- izkazovati vsaj 3 leta delovnih izkušenj na področju priprave in izvedbe konceptov in scenarijev za krajša marketinška video produkcijska dela (potrebno priložiti CV, iz katerega je to razvidno);
- izvesti vsaj 1 referenčni projekti - scenarij, ki je bil zaključen v zadnjih 3 letih (šteto od dneva objave tega javnega naročila).
- izvesti vsaj 1 referenčni projekt – scenarij s področja turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe destinacij.

Ponudnik je v ponudbi za scenarista navedel 3 projekte, za katere je naročnik ugotovil:

- Projekt 1: iz navedenega ni razvidno dokazilo, da je predlagani član strokovne ekipe scenarist na projektu deloval kot scenarist.
- Projekt 2: iz navedenega ni razvidno dokazilo, da je predlagani član strokovne ekipe scenarist na projektu deloval kot scenarist.
- Projekt 3: referenčni projekt je ustrezen.

Glede na navedeno je naročnik ugotovil, da ponudba ponudnika Medijske storitve Jan Lukanović s.p. ni dopustna, ker niso izpolnjeni vsi pogoji za sodelovanje.

IV.

V nadaljevanju je naročnik dopustne ponudbe ocenil po merilih, kot sledi:

SKLOP 1: Krovna video zgodba za turistični produkt Umetnost in kultura s pripadajočimi fotografijami	**Delež merila v celotnem seštevku (%)**	**CJ Studio d.o.o.**		**Zveza društev Karata - Karata Film**	
M1: Ponudbena cena (brez DDV)	40	**24.750,00**	37,66	**23.300,00**	40,00
M2: Predlog idejne zasnove videa z moodboardom	30		30		23,33
M3: Referenčna video produkcija, vezana na tematiko sklopa	20	3 ustrezne reference	15	4 ustrezne reference	20
M4: Mednarodne reference	10	4 ustrezne reference	10	4 ustrezne reference	10
SKUPAJ	**100**		**92,66**		**93,33**

V.

Glede na gornje navedbe naročnik izbere ponudbo ponudnika ZVEZA DRUŠTEV KARATA - KARATA FILM, ker je prejela največje število točk in je ekonomsko najugodnejša.

Glede na gornje navedbe naročnik zavrne ponudbo ponudnika CJ Studio, produkcija d.o.o., ker je prejela nižje število točk in ni ekonomsko najugodnejša.

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

VI.

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 568,52,00 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

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 merilu M3 in M4

SKLOP 1: Krovna video zgodba za turistični produkt Umetnost in kultura s pripadajočimi fotografijami

P2: CJ Studio, produkcija d.o.o.

M3: Referenčna video produkcija, vezana na tematiko sklopa		**M4: Mednarodne reference**	
Krupa River, promocijski video o reki Krupi na Hrvaškem, v katerem je zajet tudi vidik kulture (naročnik: The Nature Conservancy, nanaša se na vodjo projekta in režiserja)	Referenca je ustrezna.	River Champions (naročnik: The Nature Conservancy, 2023, nanaša se na scenarista)	Referenca je ustrezna.
By the clay owen we bobbin lace together (naročnik: Mesto Ženska, 2024, nanaša se na scenarista)	Referenca je ustrezna.	National Geographic - Saving glaciers - Switzerland (naročnik: National Geopraphic Society, julij 2020, nanaša se na režiserja)	Referenca je ustrezna.
Parada pošasti, projekt o tradicionalem izdelovanju in plesu pošasti na Baliju, ki preženejo zle duhove, dan pred Hindujskim novim letom (naročnik, Atlas Obscura, 2024, nanaša se na fotografa)	Referenca je ustrezna.	The Climate Pledge to support Climate Storytelling (naročnik: National Geographic Society, 2022, nanaša se na režiserja)	Referenca je ustrezna.
		Krupa river (naročnik: The Nature Conservancy, 2021, nanaša se na režiserja in na vodjo projekta)	Referenca je ustrezna.

Ponudnik je v svoji ponudbi navedel tudi sledeče reference za doseganje točk pri merilu M3 za vodjo projekta, ki niso ustrezne:
- Projekt 1: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 2: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 3: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.

Ponudnik je v svoji ponudbi navedel tudi sledeče reference za doseganje točk pri merilu M3 za režiserja, ki niso ustrezne:
- Projekt 2: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 3: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 4: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.

Ponudnik je v svoji ponudbi navedel tudi sledeče reference za doseganje točk pri merilu M3 za scenarista, ki niso ustrezne:

- Projekt 1: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 2: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 4: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.

Ponudnik je v svoji ponudbi navedel tudi sledeče reference za doseganje točk pri merilu M3 za fotografa, ki niso ustrezne:

- Projekt 1: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 2: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 3: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 1 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.

Naročnik je pri merilu M3 upošteval 3 reference, ki so ustrezne.

P3: Zveza društev Karata – Karata Film

M3: Referenčna video produkcija, vezana na tematiko sklopa		**M4: Mednarodne reference**	
Zdaj je čas za Škofjeloško. Brat Joško Smukavec (naročnik: RA Sora, junij 2020, nanaša se na vodjo projekta)	Referenca je ustrezna.	Transcend 22 (naročnik: Transformational Travel Council, 2022, nanaša se na vodjo projekta)	Referenca je ustrezna.
Rokodelstvo na Visokem (naročnik: RA Sora, 2022, nanaša se na vodjo projekta)	Referenca je ustrezna.	Grič x 50 Best x Slovenian Tourist Board & Mahorčič x 50 Best x Slovenian Tourist Board (naročnik: Wiliam Reed International, 2024, nanaša se na vodjo projekta)	Referenca je ustrezna.
Izložbe domišljije (naročnik: RA Sora, november 2020, nanaša se na režiserja)	Referenca je ustrezna.	The Traveler - Sarajevo, Bosnia and Herzegovina (naročnik: Al Jazeera, 2021, nanaša se na režiserja)	Referenca je ustrezna.
Promocijski filmi Unesco - Ptuj, (naročnik: ŠKL Unesco, november 2020, nanaša se na režiserja)	Referenca je ustrezna.	50 Best Discovery with Ana Roš, (naročnik: Wiliam Reed International, 2023, nanaša se na vodjo projekta)	Referenca je ustrezna.

Ponudnik je v svoji ponudbi navedel tudi sledeče reference za doseganje točk pri merilu M3 za vodjo projekta:
- Projekt 2: Referenca je ustrezna.
- Projekt 3: Referenca je ustrezna.

Ponudnik je v svoji ponudbi navedel tudi sledeče reference za doseganje točk pri merilu M3 za režiserja:
- Projekt 3: Referenca je ustrezna.
- Projekt 4: Referenca je ustrezna.

Ponudnik je v svoji ponudbi navedel tudi sledeče reference za doseganje točk pri merilu M3 za scenarista:
- Projekt 1: Referenca je ustrezna.
- Projekt 2: Referenca je ustrezna.
- Projekt 3: Referenca je ustrezna.
- Projekt 4: Referenca je ustrezna.

Ponudnik je v svoji ponudbi navedel tudi sledeče reference za doseganje točk pri merilu M3 za fotografa:
- Projekt 1: Referenca je ustrezna.
- Projekt 2: Referenca je ustrezna.
- Projekt 3: Referenca je ustrezna.
- Projekt 4: Referenca je ustrezna.

Priloga 2: ocenjevalni listi strokovne komisije po merilu M2

STO SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA | I FEEL SLOVENIA

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:	24.2.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P2 ali P3 ali P7)*	P2
SKLOP:	**1**

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:

Pri podmerilu Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti ponudniku P2 namenjam 10 točk. Predstavljena idejna zasnova videa uporabnika izrazito privlači, povečuje njegovo zanimanje in zavzetost, vzbuja 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 nadaljne akcije, da pride do njih.

Ponudnik idejno zasnovo predstavlja z opisom s predlaganimi naracijskimi vložki, ki ga spremlja zgodboris in video moodboard. V njih predstavi Slovenijo, njeno kulturno-umetniško ponudbo, običaje in zanimive lokacije skozi dinamičen video, v katerem se menjujejo pogledi in kadri, umetniška dela in prakse, POV protagonistke ter ustvarjalcev v bogatem kolažu, ki gledalca nagovori tako z visokokakovostnimi vizuali kot s predvideno naracijo, ujame njegovo pozornost in jo zadrži do konca. Ponudnik v ospredje postavlja dinamično glasbo, »gledišče kulturno-umetniškega navdušenca, soudeležbo v kulturnih doživetjih, pristne emocije, ščepec humorja in dinamične posnetke«, izpostavlja »igrivo montažo«, ki mestoma združi več posnetkov v en kader, predvidi tudi »različna gledišča s pametnim telefonom«. S tem se približa tudi mlajšim, »digitalnim« generacijam gledalcev.

Predvidene lokacije in prizori so miks sodobnega in tradicionalnega (npr. ples v galeriji, kurent v samostanu vs. festival Butik), kar prikazuje presenetljivo kombinacijo doživetij in lokacij, ki jih lahko v Sloveniji doživi kulturni popotnik – z nakazanim video zbuja željo po raziskovanju in obisku destinacije, da tudi sam odkrije prikazane motive in doživetja. Tega nagovarja tudi prek poetičnega, igrivega naracijskega glasu (»to turn upside down, to imagine you're a bird, to catch stranger's swirl in the street, to dance, dance, dance ... Here in Slovenia, your inner artist shines bright.«)

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: 10

UTEMELJITEV:

Ponudnikova idejna zasnova je inovativna, unikatna, ustvarjalna, iznajdljiva, domiselna, izvirna, najnovejša, prebojna, avantgardna, vrhunska in vključuje najnovejše in izvirne kreativne pristope.

Že sama kreativna zasnova s priloženim video in foto moodboardom z zgodborisom je odlična in prikazuje ponudnikovo razumevanje tematike in naročnikove želje po unikatni, vrhunski, izvirni, avantgardni videozgodbi. Ponudnik že sam zapiše, da »video sledi najsodobnejšim trendom na področju promocije kulture, kjer so v ospredju POV kulturno-umetniškega navdušenca ...« S

predstavljenim scenarijem in scenosledom, vključenimi lokacijami in ustvarjalci, prikazuje Slovenijo kot dinamično, atraktivno, sodobno destinacijo umetnosti in kulture. Domiselnost in izvirnost se kaže v izbiri protagonistke, ki pooseblja mlado slovensko ustvarjalko in »digitalno nomadko« ter obenem slovito popotnico iz preteklosti, Almo Karlin. Avantgardnost in prebojnost se kaže v premišljeni, izvirni in mestoma presenetljivi izbiri in kombinaciji lokacij, doživetij, dogodkov, person, s katerimi se protagonistka skozi video srečuje ali ustvarjajo kuliso. Ta je sodobna, kreativna, živahna, naslanja se na aktualne dogodke in ikone (npr. Nova Gorica ali Marina Abramović), obenem pa jih iznajdljivo povezuje s tradicijo (idrijska čipka, kurenti).

Celotna videozgodba deluje sveže, dinamično, emotivno ter na unikaten način nagovarja gledalca ter predstavlja Slovenijo kot atraktivno, kreativno destinaicjo umetnosti in kulture.

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.
- je skladen s smernicami v podporo trženju dvoletne tematike Umetnost & kultura 2024-2025:
  https://www.slovenia.info/uploads/kultura/SUK/SUK_dokument_final_SPLET.pdf

Št. točk: 10

UTEMELJITEV:
Predstavljen koncept ponudnika št. 2 je 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.

Ponudnik idejno zasnovo predstavlja z zaokroženim in skladnim kreativnim konceptom, ki ga spremljata zgodboris in video moodboard. S predlaganimi motivi, lokacijami in situacijami v videu sledi trendom na področju promocije kulture, kjer doživetja spremljamo skozi POV kulturnega navdušenca. Izrazit, bogat in zaokrožen storytelling pristop in nakazani vizuali zgodborisa ter priloženega moodboard videa izkazujejo razumevanje ponudnika, da naročnik povprašuje po videu, ki pripoveduje pristno zgodbo, ki pritegne gledalca, zadrži njegovo pozornost, čustveno izkustvenost, trenutke občutenj in doživljanje zgodbe pa predstavlja skozi POV mladih ustvarjalcev, predvsem protagonistke videozgodbe – to prikazujejo nakazani bližnji kadri, ki prikazujejo emocije na obrazih protagonistov. Predstavljen tok videozgodbe je časovno uravnotežen, a dinamičen in gledalca »ne spusti«.

Predstavljena idejna zasnova odraža ton komunikacije po komunikacijski platformi My way, saj v ospredje postavlja personalizirana doživetja posameznika in je skladba s smernicami v podporo trženju tematike Umetnost & kultura – med drugim upošteva nekatere v dokumentu nakazane kulturno-umetniške lokacije, festivale, dogodke, pa tudi persone. Iz predstavljene idejne zasnove: »Video sledi najsodobnejšim trendom na področju promocije kulture, kjer so v ospredju gledišče (point of view) kulturno-umetniškega navdušenca, souudeležba v kulturnih doživetjih, pristne emocije, ščepec humorja in dinamični posnetki. V igrivi montaži se tu in tam združi več posnetkov naenkrat v enem kadru ... Povezovalka videja, ki pooseblja znano zgodovinsko osebnost Almo M. Karlin, upodobi Astrid & The Scandals, znana slovenska glasbenica kot digitalna nomadinja.«

V kreativni zasnovi predstavljene lokacije, doživetja, protagonisti in domiseln miks le-teh pa kaže na razumevanje in poznavanje ponudnika vsebinskih stebrov in krovnih idej komunikacije Slovenije kot destinacije umetnosti in kulture po dokumentu SUK.

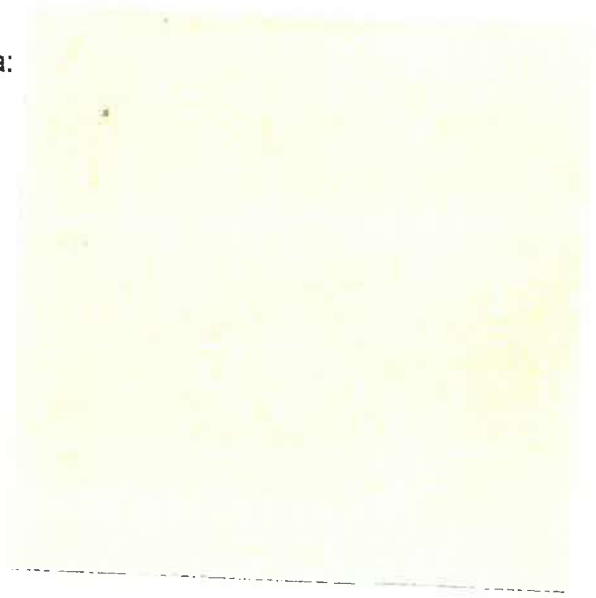
PONUDNIK JE PREJEL NASLEDNJE ŠTEVILO TOČK:

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	10
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	10
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	30

Podpis ocenjevalca:



STO SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA | I FEEL SLOVENIA

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:	27.2.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P2 ali P3 ali P7)*	P2
SKLOP:	**1**

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:

Predlagana idejna zasnova videa v celoti izpolnjuje merila podmerila P2.1.

Ponudnikova idejna zasnova učinkovito vzbudi zanimanje in zavzetost gledalca, saj že v uvodnih sekvencah vzpostavi privlačno pripoved in vizualno privlačne kadre, ki pritegnejo pozornost. Predvideni so dinamični posnetki, ki pritegnejo pozornost, zelo sodobno in privlačno, z elementi tradicionalnih elementov slovenske kulture.

Vzbuja radovednost in motivacijo za nadaljnje raziskovanje destinacije, saj z izbranimi prizori in dramaturgijo gledalca vodi skozi izkušnjo, ki nagovarja njegova čustva in občutek pripadnosti.
V določenih prizorih (način prikaza umetniških del, vključitev interakcije z lokalnimi umetniki itd.) idejna zasnova učinkovito nagovarja čustva in ustvarja željo po obisku.

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: _____10_____

UTEMELJITEV:

Predlagana idejna zasnova videa v celoti izpolnjuje merila podmerila P2.2.

Ponudnikova idejna zasnova izkazuje visoko stopnjo inovativnosti in kreativnosti, saj: Uporablja unikatne in domiselne pripovedne pristope, ki presežejo klasične forme turistične promocije. Poleg tega vključuje tudi izvirne vizualne in snemalne tehnike, ki dodajo svežino in prebojnost celotni video zgodbi. Nakazano je, da video sledi najsodobnejšim trendom na področju promocije kulture, kjer so v ospredju "point of view" kulturno-umetniškega navdušenca, soudeležba v kulturnih doživetjih, pristne emocije, humor in dinamični posnetki.

Video prikazuje destinacijo na nekonvencionalen in avantgarden način, s čimer učinkovito vzbuja zanimanje gledalca. Uporablja najnovejše trende in kreativne pristope, ki so v skladu s sodobnimi digitalnimi in vizualnimi praksami.

Idejna zasnova je izrazito inovativna, ustvarjalna in prebojna, saj izstopa po svoji edinstvenosti in vrhunski kreativni izvedbi, vključeni so tudi zanimivi posamezniki.

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.
- je skladen s smernicami v podporo trženju dvoletne tematike Umetnost & kultura 2024-2025: https://www.slovenia.info/uploads/kultura/SUK/SUK_dokument_final_SPLET.pdf

Št. točk: ____10_____

UTEMELJITEV:

Predlagani koncept v celoti izpolnjuje zahteve podmerila P2.3.

Idejna zasnova videa dosledno vključuje vse ključne vizualne elemente, ki so skladni s pristopom storytellinga, subtilno poudarjajo izpostavljeni turistični produkt in odražajo ton komunikacije skladno s komunikacijsko platformo My Way.
Koncept odlikuje jasno strukturirana in avtentična zgodba, ki pritegne gledalca ter vzbuja čustveno doživetje. Vizualizacija je uravnotežena in premišljeno vodi skozi pripoved, pri čemer omogoča jasnost sporočila ter učinkovito ohranja pozornost. Prav tako zasnova ustrezno podpira trženje dvoletne tematike Umetnost & kultura 2024-2025. Turistični produkt je v zgodbi naravno umeščen, brez agresivne promocije, kar zagotavlja organski prikaz destinacije.

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	10
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	10
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	30

Podpis ocenjevalca: _____

STO SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA | I FEEL SLOVENIA

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:	19.02 2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P2, P3 ali P7)*	P2
SKLOP:	**1**

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: 10,0

UTEMELJITEV:
Idejna zasnova uporabnika že od samega začetka privlači, zbuja pozornost. Prvi kadri se začnejo z »obrnjeno perspektivo« kar vzbuja še dodatno radovednost in vzbuja pričakovanja. Predlagani scenosled sledi usmeritvam naročnika in predstavlja odprt, sodoben utrip Slovenije. V ospredju so vsebine, ki imajo svetovljansko noto, so globalno zanimive, so vizualno osupljive, obenem pa odražajo posebnost prostora v katerega so umeščene.

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: 10,0

UTEMELJITEV:
Kreativna zasnova je vsekakor zelo inovativna, unikatna, obenem pa tudi avantgardna in prebojna. Poseben pečat unikatnosti ji daje umestitev zgodovinske osebnosti Alme M. Karlin, katero pooseblja povezovalka zgodbe. Tako video gledalcev na privablja zgolj s predstavitvijo globalno atraktivnih sodobnih (in tradicionalnih) umetniških prireditev in prizorišč, pač pa tudi z raziskovanjem zgodbe Alme, ki bi jo v današnjih časih lahko označili za digitalno nomadko. Ton komunikacije je drzen in sodoben, primeren za ciljno skupino novega tipa kulturnih obiskovalcev.

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.
- je skladen s smernicami v podporo trženju dvoletne tematike Umetnost & kultura 2024-2025: https://www.slovenia.info/uploads/kultura/SUK/SUK_dokument_final_SPLET.pdf

Št. točk: 10,0

UTEMELJITEV:
Komunikacijski 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 predvidene vizuale ustrezno predstavlja Slovenijo kot destinacijo sodobnih in inovativnih kulturno-umetniških doživetij.

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	10,0
P2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove	10,0
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	10,0
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	30,0

Podpis ocenjevalca: _____

STO SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA | I FEEL SLOVENIA

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:	3.3.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P2 ali P3 ali P7)*	P3
SKLOP:	**1**

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:

Pri podmerilu Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti ponudniku P3 namenjam 7,5 točke, saj ocenjujem, da predstavljena idejna zasnova videa uporabnika v večji meri izpolnjuje elemente podmerila.

Idejna zasnova videa zbuja uporabnikovo radovednost in pozornost z vpeljavo zanimivega protagonista – lajnarja kot popotnika med svetovi tradicije in modernosti – in predmeta (lajne), ki tekom videa postane pomemben pripovedovalec in motiv, pa tudi glasbena spremljava

dogajanju. Ponudnik predvidi »dinamično in moderno montažo z ritmičnimi prehodi, ki sledijo zvokom lajne in atmosferi lokacije«, »kombinacijo dolgih statičnih kadrov in hitrih rezov za ustvarjanje kontrasta med umirjenostjo in energijo dogodkov«, s čimer povečuje in ohranja uporabnikovo zanimanje. Krepitev čustvenega doživljanja podpira s »subtilno zvočno obdelavo.«

Ponudnik v zasnovi natančno in bogato prikaže tehnični slog ter razdela scenarij in predstavljene lokacije/umetniške prizore, kar pri gledalcu vzbuja željo po obisku destinacije, manj pozornosti pa nameni predstavitvi ali elementom, ki bi tekom videa vključevali uporabnika/ gledalca, ga pozivali k akciji/dejanju s t.i. call to action momentom. Uporabnik ima bolj pasivno gledalsko vlogo, video ga ne nagovarja z npr. voice-overjem ali ga drugače vključuje.

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: 10

UTEMELJITEV:

Ponudnikova idejna zasnova je inovativna, unikatna, ustvarjalna, iznajdljiva, domiselna, izvirna, najnovejša, prebojna, avantgardna, vrhunska in vključuje najnovejše in izvirne kreativne pristope.

Inovativna, unikatna, ustvarjalna, domiselna in izvirna je ponudnikova idejna zasnova že v samem storytelling in kreativnem pristopu – v središče postavijo protagonista lajnarja, ki s svojo lajno prehaja med mesti in tudi sam soustvarja njihov utrip. Lajnar tako na naraven in edinstven način postane most med sodobnostjo in preteklostjo. Lajna pri tem ni le statični rekvizit, temveč ustvarja/spremlja tudi zvočno spremljavo videa – »vsako mesto ima svoj ritem, ki ga lajna prepoznava in nadgrajuje.« Prav v tej kombinaciji mestnih prizorov, starih mestnih jeder s sodobnimi umetniškimi praksami (sodobni ples, svetlobne instalacije, sodobna eksperimentalna glasba), ki jih kot popotnik skozi prostor in čas spremlja lajnar, prepoznavam prebojnost in unikatnost, v določeni meri tudi avantgardnost.

Ponudnik bogato razdela in opiše predvideni scenarij ter posebno pozornost posveti opisu tehničnega sloga. Izpostavlja »fluidno gibanje kamere«, »rabo širokih kotov za prikaz urbanih in naravnih ambientov ter detajlov za poudarjanje intimnih trenutkov«, »dinamično montažo z

ritmičnimi prehodi, ki sledijo zvokom lajne in atmosferi lokacije« itd., s čimer nakazuje rabo najnovejših in izvirnih kreativnih pristopov. Posebnost je tudi mešanje avtentičnih zvokov/melodij lajne ter ostalh ambientalnih zvokov lokacij.

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.
- je skladen s smernicami v podporo trženju dvoletne tematike Umetnost & kultura 2024-2025: https://www.slovenia.info/uploads/kultura/SUK/SUK_dokument_final_SPLET.pdf

Št. točk: 10

UTEMELJITEV:
Predstavljen koncept ponudnika št. 3 je 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.

Ponudnik kreativni koncept predstavlja z zaokroženo in skladno idejno zasnovo, ki jo spremlja zgodboris.

Vsebina videa pripoveduje pristno zgodbo (lajnarja), ki pritegne gledalca, zadrži njegovo pozornost in ostane v njegovi podzavesti in spomninu tudi po ogledu videa. Ponudnik predstavi dinamično zgodbo, ki prepleta lokacije in doživetja med preteklostjo in sedanjostjo, posebej pa poudari glasbeno spremljavo, kjer se kot ključen element pojavlja lajna, ter sam tehnični slog videa.

Tok zgodbe je časovno uravnotežen, gledalec si zapomni vsebino, ponudnik ne načrtuje prehitrih kadrov ali sosledij le-teh- Nakazuje »fluidno gibanje kamere, poudarjeno s počasnimi in dinamičnimi kadri«, »kombinacijo dolgih statičnih kadrov in hitrih rezov za ustvarjanje kontrasta med umirjenostjo in energijo dogodkov«. Ključno sporočilo zgodbe – Slovenija je dežela zgodb, kjer se preteklost in sedanjost prepletata v edinstveno kulturno doživetje – je tekom scenarija uravnoteženo in močno predstavljeno skozi nakazane lokacije, doživetja in dogodke.

Ponudnikova kreativna zasnova odraža ton komunikacije po komunikacijski platformi My way (v ospredje postavlja doživetja posameznika – lajnarja), s predstavljenimi lokacijami, motivi in opisom scenarija ter idejen zasnove pa dokazuje, da je skladna tudi s smernicami v podporo trženju dvoletne tematike Umetnost in kultura 2024-2025.

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	10
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	10
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	27,5

Podpis ocenjevalca:

STO SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA | I FEEL SLOVENIA

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:	27.2.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P2 ali P3 ali P7)*	P3
SKLOP:	**1**

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:

Predlagana idejna zasnova videa v celoti izpolnjuje merila podmerila P2.1.

Predlagana idejna zasnova učinkovito pritegne gledalčevo pozornost in vzbuja radovednost skozi unikatno pripovedno nit – popotovanje Lajnarja skozi slovenska mesta.

Zvočna in vizualna sinergija ustvarjata edinstveno atmosfero, kjer se tradicionalni zvoki lajne prepletajo z urbanimi in naravnimi zvoki vsake lokacije, kar spodbuja zanimanje gledalca.

Raba dinamične montaže in prehajanja med intimnimi in širokimi kadri omogoča aktivno vključevanje gledalca in stopnjevanje njegove zavzetosti.
Inovativna kombinacija statičnih in premikajočih se kadrov ter animiranih grafičnih elementov prispeva k atraktivnosti zgodbe in hkrati subtilno vodi gledalca k raziskovanju predstavljenih destinacij.
Jasno izpostavljen čustveni in zvočni moment učinkovito motivira gledalca k nadaljnjemu raziskovanju tematike, kar povečuje željo po obisku predstavljenih lokacij.

Dobra geografska razpršenost – vključeni različni konci Slovenije.
Predvidena je dinamična in moderna montaža z ritmičnimi prehodi, kar bo učinkovito vzbudilo zanimanje in zavzetost gledalca.

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:

Predlagani koncept vključuje številne kreativne elemente in izkazuje visoko stopnjo inovativnosti, vendar v nekaterih vidikih ostaja znotraj prepoznavnih vizualnih in pripovednih okvirjev.
Uporaba zvočnega motiva lajne kot povezovalnega elementa je domiselna, saj ustvarja ritem, ki vodi skozi prizore in združuje različne lokacije.
Zanimiva kombinacija statičnih in premičnih kadrov, poudarjena z barvnimi kontrasti, vizualno dopolnjuje vsebino in jo dela privlačno.
Vključitev animiranih grafičnih elementov, kot so interaktivne oznake mest in umetniških dogodkov, prinaša dodaten sloj kreativnosti in omogoča sodoben pristop k interpretaciji destinacije.
Kljub inovativnim vizualnim in zvočnim rešitvam bi lahko bila pripovedna struktura še bolj prebojna – pristop, ki povezuje tradicijo in sodobnost, je dobro zasnovan, vendar ne presega v celoti ustaljenih kreativnih pristopov v promocijskih vsebinah.

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.
- je skladen s smernicami v podporo trženju dvoletne tematike Umetnost & kultura 2024-2025: https://www.slovenia.info/uploads/kultura/SUK/SUK_dokument_final_SPLET.pdf

Št. točk: ____10_____

UTEMELJITEV:

Predlagani koncept v celoti izpolnjuje zahteve podmerila P2.3.

Koncept videa je jasno strukturiran, celovit in izpolnjuje vse ključne elemente zaokroženega komunikacijskega koncepta.

Storytelling pristop je izrazit in dobro izveden, saj zgodba Lajnarjevega potovanja ponuja koherentno in privlačno pripoved, ki povezuje različne mestne ambiente.
Vizualna in zvočna usklajenost zagotavljata skladnost s komunikacijsko platformo My Way, saj skozi zvok, barve in ritem učinkovito izpostavlja vzdušje lokacij.
Snovanje prehodov med prizori s pomočjo zvoka lajne ustvarja naraven in tekoč tok zgodbe, ki ohranja gledalčevo pozornost in zagotavlja jasno razumevanje sporočila.
Poudarek na skladnosti med zgodbo, vizualno estetiko in montažo omogoča gledalcu intuitivno sledenje pripovedi, brez občutka prekinitev ali nejasnosti.

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 ocenjevalca:

STO SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA | I FEEL SLOVENIA

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:	19.02 2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P2, P3 ali P7)*	P3
SKLOP:	1

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: 5,0

UTEMELJITEV:

Naročnik je v javnem naročilu opredelil, da želi z video zgodbo nagovarjati nove tipe 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, lokalne zgodbe, in so-ustvarjanje urbanih prostorov. Ta tip kulturnih obiskovalcev želimo nagovarjati z drugačnim, drznejšim tonom komunikacije in sodobnimi pristopi.

V predlagani idejni zasnovi nas skozi zgodbo vodi lajnar, za katerega težko trdimo, da pooseblja sodobne umetniške prakse. Čeprav je v idejni zasnovi uporabljen kot povezovalec tudi sodobnih, modernih uprizoritev, pa njegova osrednja vloga v videu Slovenijo premalo učinkovito pozicionira kot destinacijo sodobnih, tudi avantgardnih umetniških prireditev in prizorišč.
Idejna zasnova za omenjeno ciljno skupino nagovarja premalo atraktivno in ne vzbuja dovoljšne pozornosti ter ne nudi dovoljšnega vzgiba za nadaljnje raziskovanje destinacije.

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: 5,0

UTEMELJITEV:

Kreativna zasnova vsebuje elemente ustvarjalnosti in inovativnosti vendar ne v zadostni meri, da bi z njo v popolnosti nagovorili izbrano ciljno skupino novih tipov kulturnih obiskovalcev. Manjka ji pridih drznosti in avantgardnosti; giblje se v mejah znanega, utečenega, predvidljivega.

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.
- je skladen s smernicami v podporo trženju dvoletne tematike Umetnost & kultura 2024-2025: https://www.slovenia.info/uploads/kultura/SUK/SUK_dokument_final_SPLET.pdf

Št. točk: 5,0

UTEMELJITEV:
Komunikacijski koncept je razumljiv, vendar pa kot že pojasnjeno, premalo učinkovito vzbuja pozornost uporabnika, ki ga želimo z videom doseči. Potencial storytellinga, ki ga omogoča platforma My Way, je bil za omenjeno ciljno skupino le deloma uporabljen.

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	5,0
P2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove	5,0
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	5,0
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	15,0

Podpis ocenjevalca: