STO
SLOVENSKA TURISTIČNA ORGANIZACIJA

I FEEL SLOVENIA

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

ODLOČITEV O ODDAJI NAROČILA – SKLOP 2

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 2: Video zgodbe t.i. »Feel Good Towns« - 3 mesta	**Štaderzen, Zavod za kulturne in umetniške dejavnosti, Slomškova 4, 1000 Ljubljana**	**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 2. sklop prejel 6 ponudb, in sicer ponudbe naslednjih ponudnikov:

- P1 = Štaderzen, Zavod za kulturne in umetniške dejavnosti, Slomškova 4, 1000 Ljubljana
- P2 = CJ Studio, produkcija d.o.o., Kranjska cesta 11, 4202 Naklo
- P3 = ZVEZA DRUŠTEV KARATA - KARATA FILM, Mestni trg 5, 4220 Škofja Loka
- P5 = Gorimpex, proizvodnja, trgovina, export-import in marketing d.o.o., Ižanska cesta 2, 1000, Ljubljana
- P7 = Medijske storitve Jan Lukanović s.p., Cesta ob Barju 56c, 1291 Škofljica
- P8 = Studio7 Media d.o.o., Letališka cesta 27, 1000 Ljubljana

II.

Naročnik je najprej pregledal dopustnost vseh ponudb na 2. 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 **Štaderzen, Zavod za kulturne in umetniške dejavnosti** dopustna.

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

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

č) ponudba ponudnika **Gorimpex, proizvodnja, trgovina, export-import in marketing d.o.o.**, ni dopustna, ker nista izpolnjena pogoja za sodelovanje P9 in P10 (obrazloženo v točki III).

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

e) ponudnik **Studio7 Media d.o.o.** ni dopustna, ker ni izpolnjen pogoj za sodelovanje P10 (obrazloženo v točki V).

III.

Naročnik je v postopku pregleda ponudb ugotovil, da iz ponudbe ponudnika ponudnika **Gorimpex, proizvodnja, trgovina, export-import in marketing d.o.o.** 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 se na poziv ni odzval, zato je bilo ugotovljeno, da pogoja za sodelovanje P9 in P10 nista izpolnjena, 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:
  - 2. sklop: zgodovinska mesta;

  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 3 referenčne projekta, za katere je naročnik ugotovil:

- Projekt 1: iz navedenega je razvidno, da je referenčni projekt starejši od treh let od dneva objave javnega naročila in ne ustreza tematiki za sklop 2, 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.
- Projekt 2: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2, 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.
- Projekt 3: iz navedenega je razvidno, da je vrednost projekta nižja od 15.000 EUR brez DDV.

➢ **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 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 5 projektov, za katere je naročnik ugotovil:

- Projekt 1: referenčni projekt je ustrezen.
- Projekt 2: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 3: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 4: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 5: referenčni projekt je ustrezen, vendar tematika projekta ni na področju turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije.

- **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, 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 navedel 5 projektov, za katere je naročnik ugotovil:
- Projekt 1: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 2: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 3: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 4: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 5: referenčni projekt ni ustrezen, saj je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.

- **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 5 projektov, za katere je naročnik ugotovil:
- Projekt 1: referenčni projekt ni ustrezen, saj je starejši od 3 let (šteto od dneva objave tega javnega naročila).
- Projekt 2: referenčni projekt je ustrezen.
- Projekt 3: referenčni projekt je ustrezen, vendar tematika projekta ni na področju turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije.
- Projekt 4: referenčni projekt je ustrezen, vendar tematika projekta ni na področju turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije.
- Projekt 5: referenčni projekt je ustrezen, vendar tematika projekta ni na področju turizma, katerega namen je bila promocija turistične ponudbe določene destinacije.

Ponudnik ponudbi ni priložil dela enega izmed scenarijev predloženih referenc kot dokazilo za izvedeno delo.

Glede na navedeno je naročnik ugotovil, da ponudba ponudnika **Gorimpex, proizvodnja, trgovina, export-import in marketing d.o.o.**. ni dopustna, ker niso izpolnjeni vsi pogoji za sodelovanje.

IV.

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:
- 2. sklop: zgodovinska mesta;

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 katere 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, da je vrednost projekta nižja od 15.000 EUR brez DDV.

- **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 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: referenčni projekt ni ustrezen, saj na projektu predlagana oseba za vodjo projekta ni sodelovala kot vodja projekta.
- Projekt 3: iz navedenega ni razvidno 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.

- **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, 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.

Ponudnik je v ponudbi za režiserja navedel 4 projekte, za katere je naročnik ugotovil:
- Projekt 1: referenčni projekt ni ustrezen, ker je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 2: referenčni projekt je ustrezen.
- Projekt 3: referenčni projekt ni ustrezen, ker je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.
- Projekt 4: referenčni projekt ni ustrezen, ker je vrednost projekta nižja od 20.000 EUR brez DDV.

- **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.

- **FOTOGRAF – 1 strokovnjak**

Imenovani strokovnjak mora:

- Fotograf mora imeti vsaj 1 referenčni projekt s področja tematike sklopa, na katerega se prijavlja, in je nastal z namenom promocije produkta. Referenčni projekt je moral biti zaključen v zadnjih 5 letih šteto od dneva objave tega javnega naročila. Referenčni projekt mora biti v vrednosti vsaj 5.000 EUR brez DDV.

Ponudnik v ponudbi ni navedel referenčnih projektov za predlaganega člana ekipe fotografa.

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

V.

Ponudba ponudnika **Studio7 Media d.o.o.** ni dopustna, ker ni izpolnjen pogoj za sodelovanje P10, kot sledi:.
V skladu z razpisno dokumentacijo mora ponudnik zagotoviti strokovno ekipo za čas trajanja projekta, ki mora biti sestavljena iz vsaj 4 strokovnjakov (oseb), pri čemer vsak strokovnjak (oseba) lahko opravlja le eno funkcijo. Ker je ponudnik eno osebo imenoval na dve funkciji (režiser in scenarist), ponudba ni dopustna.

Naročnik ponudnika ni pozval k dopolnitvi ponudbe, saj so kadrovske zmogljivosti tak element ponudbe, katerih obstoj pred iztekom roka za predložitev ponudbe, ni mogoče objektivno preveriti (5. odstavek 89. člena ZJN-3).

VI.

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

SKLOP 2: Video zgodbe t.i. »Feel Good Towns« - 3 mesta	**Delež merila v celotnem seštevku (%)**	**Štaderzen, Zavod za kulturne in umetniške dejavnosti**	**CJ Studio d.o.o.**	**Zveza društev Karata - Karata Film**

M1: Ponudbena cena (brez DDV)	40	**30.670,00**	38,47	**32.750,00**	36,03	**29.500,00**	**40,00**
M2: Predlog idejne zasnove videa z moodboardom	30		25,83		29,17		21,67
M3: Referenčna video produkcija, vezana na tematiko sklopa	20	4 ustrezne reference	20	3 ustrezne reference	15	4 ustrezne reference	20
M4: Mednarodne reference	10	4 ustrezne reference	10	4 ustrezne reference	10	4 ustrezne reference	10
SKUPAJ	**100**		**94,30**		**90,20**		**91,67**

VII.

Glede na gornje navedbe naročnik izbere ponudbo ponudnika Štaderzen, Zavod za kulturne in umetniške dejavnosti, ker je prejela največje število točk in je ekonomsko najugodnejša.

Glede na gornje navedbe naročnik zavrne ponudbi ponudnikov CJ Studio in ZVEZA DRUŠTEV KARATA - KARATA FILM, produkcija d.o.o., , ker sta prejeli nižje število točk in nista ekonomsko najugodnejši.

Glede na gornje navedbe naročnik zavrne ponudbe ponudnikov Gorimpex, proizvodnja, trgovina, export-import in marketing d.o.o., Medijske storitve Jan Lukanović s.p., in Studio7 Media d.o.o., ker niso dopustne.

VIII.

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 748,35 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 2: Video zgodbe t.i. »Feel Good Towns« - 3 mesta

P1: Štaderzen, Zavod za kulturne in umetniške dejavnosti			
M3: Referenčna video produkcija, vezana na tematiko sklopa		**M4: Mednarodne reference**	
Glasbeni izleti in urbane ture (naročnik: Ptich: Music trips & Urban Tours / Urbana Vrana, maj - avgust 2020, nanaša se na vodjo projekta in režiserja)	Referenca je ustrezna.	ABO Stories - Maja & Tea (naročnik: Hoozens Ilc, ZDA, 2022, nanaša se na vodjo projekta in režiserja)	Referenca je ustrezna.
Canon - Circles of Life (naročnik: Canon Austria / Canon Europe, 2024, nanaša se na vodjo projekta in režiserja)	Referenca je ustrezna.	Super League: The War for Football (naročnik: Apple TV+, Rocket Film Productions, Words+Pictures, 2022, nanaša se na vodjo projekta)	Referenca je ustrezna.
Digitalna kampanja Kdo bo šel? (naročnik: Založba Kreslin, 2024, nanaša se na vodjo projekta in režiserja)	Referenca je ustrezna.	Canon - Race to the top 2024 (naročnik: Canon Austria, 2024, nanaša se na režiserja)	Referenca je ustrezna.
Festival ovčje volne Bicka 2024 - modna revija (naročnik: Alpe adria Vita d.o.o., 2024, nanaša se na scenarista)	Referenca je ustrezna.	Fotografiranje hotela Four Points Matosinhos in destinacije Porto (naročnik: Mercan Properties S.A., 2022, nanaša se na fotografa)	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 2 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 1: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 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 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 3: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.

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

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.
-

Naročnik je izmed vseh navedenih referenčnih projektov upošteval prve 4 reference, ki ustrezajo merilu M3.

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

M3: Kadrovske reference		**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 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 2: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 3: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 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 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 3: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 4: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 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 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 2: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 4: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 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 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 2: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.
- Projekt 3: iz navedenega je razvidno, da referenčni projekt ne ustreza tematiki za sklop 2 skladno s pogoji razpisne dokumentacije.

Naročnik je izmed vseh navedenih referenčnih projektov upošteval 3 reference, ki ustrezajo merilu M3.

P3: Zveza društev Karata – Karata Film			
M3: Kadrovske reference		**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.
Promocijski filmi Unesco - Ptuj, (naročnik: ŠKL Unesco, november 2020, nanaša se na vodjo projekta)	Referenca je ustrezna.	The Traveler - Sarajevo, Bosnia and Herzegovina (naročnik: Al Jazeera, 2021, nanaša se na režiserja)	Referenca je ustrezna.
Izložbe domišljije (naročnik: RA Sora, november 2020, nanaša se na vodjo projekta)	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 režiserja:
- 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 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.

Naročnik je izmed vseh navedenih referenčnih projektov upošteval prve 4 reference, ki ustrezajo merilu M3.

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 P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P1
SKLOP:	**2**

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:

Menim, da predstavljena kreativna zasnova dosega vse elemente merila: 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.

Predstavljena kreativna zasnova spodbuja radovednost in zbuja pozornost s kombinacijo pripovedovalčeve izkušnje in videnja mesta ter njegovo naracijo videa. S tem izrazito nagovarja gledalca, ki tako dobi občutek pristne, avtentične izkušnje. Ponudnik koncept označuje za »intimno pripoved«, »osebno in avtentično potovanje«, poudarja, da ne gre le za destinacijo, temveč za doživetje. Čeprav protagonist ali sam scenarij videa gledalca ne nagovarja direktno, gledalec začuti nagovor, pristnost skozi prvoosebni »topel in navdihujoč« ton voice-overja. Ponudnik je nanj mislil tudi v samem tehničnem vidiku videa. Pri opisu vizualne tehnike poudarja »filmičen, vizualno privlačen« stil, ki je »zasnovan za pritegnitev občinstva na digitalnih platformah«. Združuje različne snemalne tehnike (dron, panorame, stabilizirane kamere, POV posnetki) za različno izkušnjo gledanja – »gledalcem vzbujajo občutek, da se sprehajajo skupaj z glavnim likom«, POV doživetja skozi oči protagonista »pričarajo osebno in avtentično izkušnjo.«

Ponudnik podrobno opisuje montažni stil, ki bo »igriv in dinamičen, z različnimi ritmi, ki bodo poudarili razpoloženje posameznih prizorov.« Izpostavlja tudi zvočni dizajn filma, ki ga razume kot »ključen element za poglobitev gledalčeve izkušnje«. Zvočni efekti naj bi poudarili pristnost trenutkov v videu – denimo šumenje reke, mestni vrvež, aplavz. Kombinacija opisanih elementov bo, kot nakaže ponudnik, gledalca popolnoma posrkala v srce mesta / Maribora.

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:

Inovativnost in kreativnost idejne zasnove videa opredeljujejo naslednji elementi: inovativen, unikaten, ustvarjalen, iznajdljiv, domiseln, izviren, najnovejši, prebojen, avantgarden, vrhunski. Menim, da ponudnik v svoji kreativni zasnovi v večji meri vključuje elemente tega podmerila.

Domiselnost in ustvarjalnost ponudnika se kaže v povezovanju protagonista – plesalca in koreografa z vsebinskimi poudarki in navezavo na ples. V ospredju je protagonistovo proosebno doživljanje mesta, ki je zanj oder za različna doživetja. Ponudnik domiselno prepleta ikonične in manj poznane lokacije mesta z izkušnjami – scenaristične poudarke pa močno podpirajo različni snemalni slogi in opisan montažni stil, s čimer namerava ponudnik doseči filmično, sodobno in

vizualno privlačno izkušnjo. Prepriča me ponudnikov občutek za pomembnost samega snemalega in montažnega stila ter pozornost, ki jo namenja zvočnemu dizajnu kot razlikovalni in odločilni piki na i za vključitev gledalca. Izrazito iznajdljiva in unikatna je po moji oceni prav ta zvočna podoba – avtentični zvoki mesta in narave z naracijskim tonom protagonista za doživljanje videozgodbe na pristen in avtentičen, provosebni način.

Manj pa nakazani prizori iz moodboarda kažejo na prebojnost ali avantagardnost, še ne videno.

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 kreativni koncept vključuje elemente podmerila – je 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 celovito predstavlja svojo kreativno zasnovo, predviden snemalni in montažni stil ter zvočni dizajn. Vključuje scenarij in scenosled, predvidi mikrolokacije in protagonista, skozi katerega oči bo gledalec spremljal mestno zgodbo.

Izviren je nakazan storytelling pristop: povezavi protagonista – plesalca in koreografa Edwarda Cluga – in mesta, ki ga spoznavamo skozi plesne asociacije, kot so »ples pomembnih malenkosti«, »ples reke in ljudi, trte in zdravic« pa tudi dobesednega pleas ob obisku SNG Maribor. Protagonista spremljamo v različnih situacijah – npr. kot pohodnika, sprehajalca in kot umetnika, koreografa. S tem ponudnik dokazuje poznavanje tako konceptov komunikacijske platforme My way kot SUK. Protagonist je tudi ključni narator videa – voice-over deluje kot pomemben element videozgodbe, ki še podpira provoosebno zgodbo.

Zasnova je skladna in razumljiva: gre za »intimno pripoved« »skozi oči lokalnega ... umetnika spoznavamo mesto, ki združuje zgodovino, kulturo, naravo in nepozabna doživetja.« Ponudnik izpostavlja avtentičnost – umetnik nas popelje po svojih najljubših kotičkih, predstavljena so raznolika doživetja in tudi manj znane, presenetljive lokacije (kot je trafika).

Ponudnik podrobno predstavi svojo kreativno zasnovo, predstavlja »sodoben, filmičen in vizualno privlačen« video, ki bo kombinacija različnih snemalnih perspektiv in tehnik. Montaža bo »igriva in dinamična«, z »različnimi ritmi, ki bodo poudarili razpoloženje posameznih prizorov«. Sodoben in dinamičen pristop »poudarja toplino, energijo in edinstveni šarm« mesta. Opozori na kreativne in premišljene prehode med kadri, s čimer v kombinaciji z drugimi opisanimi elementi kaže na razumevanje poudarka, da mora biti tok zgodbe časovno uravnotežen, ne vsebuje prehitrih kadrov, da video vsebina najde ustrezen prostor, ki poudarja ključno sporočilo zgodbe. Poudarek nameni tudi zvočnemu dizajnu, ki ga poudarja kot ključni element za poglobitev gledalčeve izkušnje.

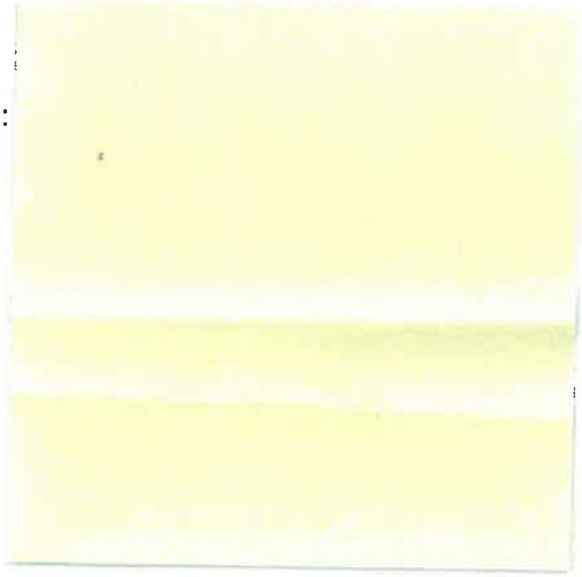
PONUDNIK JE PREJEL NASLEDNJE ŠTEVILO TOČK:

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)*	**T1**
DATUM OCENJEVANJA:	24.2.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P2
SKLOP:	**2**

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 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.

Predstavljena idejna zasnova predvideva video, ki sledi najsodobnejšim trendom v promociji mest. Ideja je, da »neobičajna in vsakdanja mestna doživetja doživimo kot da na lastni koži.« V ospredje ponudnik postavja »pristne emocije, ščepec humorja« in dinamične posnetke, po čemer ocenjujem, da ima v mislih gledalca in njegovo izkušnjo ob gledanju videa. Dodaten element, s katerim ohranja njegovo pozornost, je predvidena vključitev zemljevida in izrisanih lokacij, ki jih v videu obišče protagonist, pa tudi kombinacija s posnetki s telefonom. S tem angažira gledalca, mu daje občutek, da je tudi sam v mestu in se po njem sprehaja med lokacijami na zemjevidu.

Priloženi »mood« video, scenosled in moodboard sledi sodobni produkciji, z dinamično montažo in igrivimi elementi in privlačnimi, tudi presenetljivimi motivi (igranje sredi reke, umestitev na nogometno igrišče, obisk koncerta) pa gledalca »ujame« od začetka do konca videa.

Ponudnik predvideva tudi direkten nagovor protagonista gledalcu na začetku videa, naj se mu pridružijo pri odkrivanju mesta. Mesto in njegovi kulturno-umetniški produkti so v konceptu ponusnika predstavljeni sodobno, dinamično, presenetljivo, vzbuja pozornost in željo po raziskovanju in obisku. Ponudnik ob protagonistu v zgodbo postavlja še druge njemu bližnje persone (ženo, otroke, babico in dedka), s čimer odpira zgodbo mesta različnim uporabnikom/obiskovalcem in širi krog gledalcev, ki jim je video namenjen.

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:

Idejna zasnova v celoti dosega merila 2.2 Inovativnost in kreativnost idejne zasnove, zato ji podeljujem 10 točk.Kreativna zasnova je inovativna, unikatna in ustvarjalna v tem, da spretno kombinira najsodobnejše trende v promociji mest, v ospredje postavlja pristne emocije,humor, dinamične posnetke in igrivo montažo.

Kombinira izvirne in domiselne pristope, kot je vključevanje zemljevida za še boljo predstavo mesta in angažiranost gledalca, montaža predvideva kombinacijo več posnetkov naenkrat ter kombinacijo profesionalnih snemalnih kadrov z motivi, posnetimi s telefonom za drugačna gledišča.

Avantgardnost in prebojnost se v idejni zasnovi kažeta v kombinaciji opisanih elementov z razumevanjem ponudnika o najnovejših pristopih promocije. Že sam prikaz idejne zasnove, ki jo podpira močna vizualizacija in priloženi mood video, je kakovosten in izviren, vzbuja radovednost in pričakovanje.

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:

Pri tem merilu predstavljen kreativni koncept ocenjujem z 10 točkami, saj 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.

Idejna zasnova je zaokrožena in skladna, kar se odraža tako v celoviti vizualni in opisni predstavitvi. Ponudnik svoj storytelling pristop naslanja na dinamičen preplet protagonistove izkušnje mesta – po njem se ne le sprehaja in ga opazuje, temveč ga tudi sam kot umetnik uporablja za svoj oder (prizor igranja sredi reke Drave) in uživanja v njem (delavnica čokolade, obisk antikvariata, kozarec vina ob Stari trti, koncert v Minoritih, Lent, nogometno igrišče itd.). Ponudnik prikazuje razumevanje komunikacijske platforme My way – v ospredju so emocije protagonista in ostalih nastopajočih, ki so aktivni uporabniki, ne zgolj statisti. To nakazujejo tudi vizuali, uporabljeni v moodboardu, bližnji posnetki obrazov, iz katerih se razberejo emocije, se izmenjujejo s širšimi kadri in prizori iz mestnih lokacij – prikazujejo utrip in presenetljive, zapomnljive scene. S tem ponudnik kaže razumevanje ključnih konceptov in vsebinskih stebrov, ki so predstavljeni v SUK. S predstavljenimi lokacijami zajema tako ikonične znamenitosti (Stara trta) kot bolj out-of-the-box lokacije (nogometno igrišče, Minoriti).

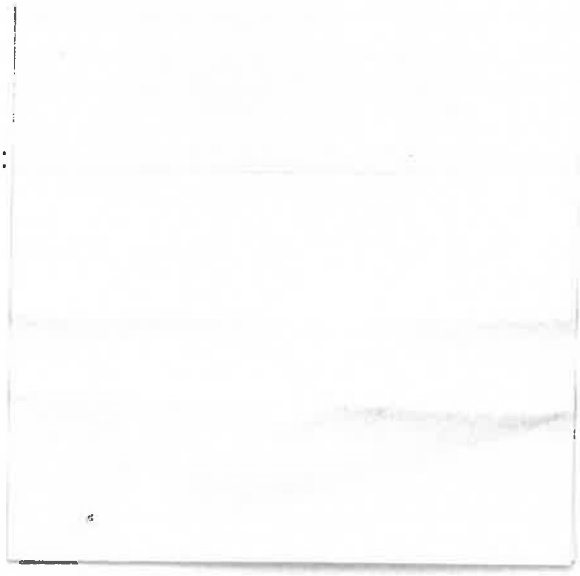
Koncept predvideva kreativne načine snemanja in montaže – deljenje zaslona z različnimi posnetki, vključitvijo zemljevida in posnetkov, narejenih s pametnim telefonom. S tem angažira gledalca, mu daje občutek, da je tudi sam v mestu in se po njem sprehaja med lokacijami na zemljevidu.

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)*	**T1**
DATUM OCENJEVANJA:	24.2.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P3
SKLOP:	**2**

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:

Predstavljena idejna zasnova videa uporabnika v večji meri vključuje elemente podmerila Spodbujanje radovednosti, pozornosti in atraktivnosti – v predstavljeni zasnovi so v ospredju interakcije protagnistov z mestom, manj je predstavljena sama vključenost gledalcev in nakazan nagovor njim. Ponudnik predvideva video brez govora, a pri gledalcih nakazuje vzbujanje radovednosti, pozornosti, zavzetosti skozi poudarjeno oblikovanje zvoka, ki »temelji na pristnih zvokih, posnetih med samim snemanjem«, kot so »zvoki tresenja pločevinke spreja, sprejanje

po kubusu, goor, promet, zvoki vlaka, mestnega vrveža«. Ponudnik izpostavlja tudi dinamične posnetke, npr. »s postavitvijo pleksi stekla pred objektiv kamere dosežemo efekt grafitiranja direktno v gledalca«. Ponudnik v predstavljeni zasnovi ne nakazuje, kako in na kakšen način bo v videu nagovarjal in motiviral gledalca, da ta želi pridobiti več informacij o vsebini in izvede nadaljne akcije, da pride do njih – ni izrazitega call to action momenta.

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:

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

Ponudnik v predstavitvi nakazuje »vizualno dinamičen video brez govora«, v ospredje pa postavlja lokalne grafiti umetnike, ki skozi video povezujejo sodobne urbane vplive z dediščino mesta. Njihove misli se v obliki citatov izpisujejo tekom videa, ponudnik pa vključuje tudi interkacije z lokalnim prebivalci (kustos, mimoidoči, drugi ustvarjalec«, s čimer poudarja povezanost mesta z ljudmi.

Inovativnost, ustvarjalnost, domiselnost in vključevanje izvirnih kreativnih pristopov ponudnik izkazuje predvsem z opisanim tehničnim slogom pa tudi s prebojno in avtangardno idejo, da med samim snemanjem lokalni umetniki ustvarjajo umetniško delo – street art motiv, grafit. Z nakazanim dinamičnim jezikom kamere »iz roke« v kombinaciji z dokumentarnim načinom snemanja ter »unikatnimi kadri, ki se skladajo z uličnim stilom«. Kot inovativno in kreativno ocenjujem opisan način snemanja, ko kamero pritrdijo na pločevinko spreja na roko grafitarja, s čimer naj bi dosegli dinamične posnetke. Na podoben način izstopa ideja, da s »postavitvijo pleksi stekla pred objektiv kamere dosežemo efekt grafitiranja neposredno v gledalca.«
Ponudnik nakazuje dinamično montažo, prepletanje lokacij, detajlov risanja in urbanih prizorov. Z ritmičnostjo montaže sledi mladostnemu duhu mesta.

Ponudnik napoveduje uporabo sodobnih tehnik stiliziranja posnetkov, kot so stopmotion in motion blur ter izpostavlja tudi oblikovanje zvoka, ki temelji na pristnih zvokih (zvoki tresenja pločevinke, sprejanja, promet, vlak, mestni vrvež).

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 kreativni koncept je 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 v svojem kreativnem konceptu mesto predstavlja ne le skozi oči enega, temveč več lokalnih ustvarjalcev. Pozornost vzbuja z nakazano idejo, da umetniki tekom videa ustvarjajo umetnino – grafit. Ponudnik tako kombinira umetniški proces z odkrivanjem mesta skozi oči protagonistov. Ti »raziskujejo mesto, odkrivajo njegovo edinstveno arhitekturo in kulturno dediščino ter sodobne urbane vplive. Inspiracijo črpajo iz teh elementov in ustvarijo umetnino na praznem kubusu na Trgu Evrope ...«

Storytelling pristop podkrepijo misli umetnikov, prizori interakcij z meščani (dialog), predvsem pa izstopa nakazan tehnični slog videa s sodobnimi in inovativnimi tehnikami snemanja in montaže. Z vključenostjo street-art momenta ponudnik sledi usmeritvam iz dokumenta SUK in se približuje novim ciljnim skupinam, predvsem s tem pa se približa tudi mlajši publiki. Ocenjujem, da je ponudnikov idejni koncept zaokrožen in razdelan.

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 P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P1
SKLOP:	**2**

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 uspešno pritegne pozornost in spodbuja gledalčevo radovednost ter željo po raziskovanju mesta (narejena na primeru mesta Maribor).

Osebni pristop skozi oči lokalnega ambasadorja omogoča avtentično izkušnjo, ki gledalcu približa mesto na bolj intimen način.
Dinamična montaža in vizualna privlačnost prizorov učinkovito stopnjujeta zanimanje, še posebej z igrivimi prehodi in raznolikimi snemalnimi tehnikami.
Razgibana kombinacija mestnega vrveža, naravnih lepot in kulturnih doživetij zagotavlja širok spekter atraktivnih vsebin, ki nagovarjajo različne ciljne skupine.
Uporaba zvoka in glasbene podlage podpira čustveno izkušnjo in gledalca še dodatno pritegne v dogajanje.

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:

Koncept vsebuje več močnih kreativnih elementov, vendar v nekaterih segmentih ne preseže že ustaljenih pripovednih in vizualnih tehnik turističnih promocijskih videov.

Uporaba znanih motivov in preizkušenih narativnih pristopov (kombinacija zgodovine in sodobnosti) je učinkovita, a ne posebej inovativna.
Vizualni slog in snemalne tehnike so premišljeni in kakovostno zasnovani, a ne ponujajo izrazite prelomne ustvarjalnosti.
Zanimivi montažni prijemi (maskirani prehodi, zoom efekti) prispevajo k dinamičnosti, vendar so že večkrat uporabljeni v podobnih produkcijah.
Glasovni zapis in pripovedni slog sta topla in vabljiva, a predvidljiva, brez nepričakovanega preobrata ali svežega kreativnega zasuka.

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.

Zgodboris ponuja jasno strukturo in premišljeno pripoved, ki učinkovito podpira celovit komunikacijski koncept.

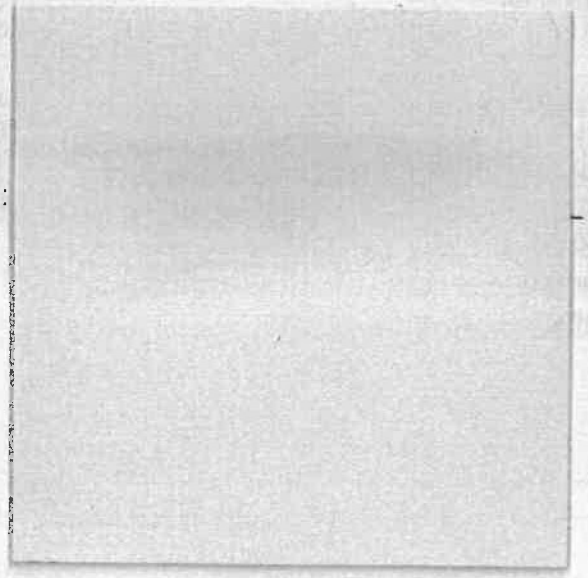
Pripovedni lok je dosleden in dobro tempiran, s premišljenimi prehodi med ključnimi prizori, kar omogoča tekoč in koherenten tok zgodbe.
Učinkovito združevanje ključnih tem (zgodovina, kultura, gastronomija, narava) zagotavlja celovit pogled na mesto (v tem primeru Maribor) kot destinacijo.
Kreativni prehodi med prizori in uporaba zvoka kot povezovalnega elementa pripomorejo k enotni in zaokroženi vizualni pripovedi.
Skladnost s komunikacijsko platformo My Way je očitna, saj video skozi osebno zgodbo in doživetja subtilno promovira destinacijo brez neposrednega oglaševalskega pristopa.

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)*	**T2**
DATUM OCENJEVANJA:	27.2.2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P2
SKLOP:	**2**

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 izjemno učinkovito pritegne pozornost in vzbuja radovednost gledalca skozi pristno in doživeto predstavitev mesta (koncept pripravljen na primeru za Maribor).

Strateška kombinacija dinamičnih in sproščenih prizorov (splav na Dravi, festivalsko vzdušje, nogometno igrišče, ustvarjalne delavnice) zagotavlja privlačnost in raznolikost vsebine, ki nagovarja širok spekter gledalcev.
Vključitev humornih trenutkov in igrive interakcije med protagonistom in drugimi akterji dodatno krepi angažiranost gledalca ter ustvarja občutek pristnosti in sproščenosti.
Zgodba ima močan "call to action", saj gledalca naravno in subtilno vabi k raziskovanju mesta skozi oči lokalnega umetnika, kar povečuje motivacijo za obisk 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: ____10_____

UTEMELJITEV:

Koncept presega ustaljene pristope turistične promocije z inovativno pripovedno strukturo in kreativno uporabo vizualnih ter montažnih tehnik. Priložen odličen kratek mood video, iz katerega je jasno razvidna osredotočenost na subjektivno izkušnjo skozi oči ambasadorja (pripravljeno na primeru glasbenika Luke Šulića), ki daje videu oseben in intimen značaj, ki gledalca neposredno poveže z mestom.
Uporaba nekonvencionalnih snemalnih tehnik (kombinacija Google Maps vizualizacije s prvoosebnimi posnetki, večplastni kadri, perspektiva pametnega telefona) dodaja svežino in tehnološko naprednost produkciji.
Inovativna montaža, ki združuje igrive prehode, hitre reze in dinamične ritme, ustvarja močno vizualno identiteto in ločuje video od klasičnih turističnih vsebin.
Vključitev lokalnih umetnikov in kreatorjev (Alja Horvat, Edward Clug) na način, ki presega zgolj prikaz destinacije, ustvarja edinstveno pripoved, kjer je kultura predstavljenega kraja tesno prepletena z zgodbo.

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 je izjemno celovita in skladna s komunikacijsko platformo My Way, saj na intuitiven in subtilen način pripoveduje zgodbo mesta skozi osebno doživetje glavnega protagonista.

Struktura videa je jasno zasnovana in tekoče povezuje različne prizore, pri čemer vsak segment naravno prehaja v naslednjega brez občutka nepovezanosti ali prisiljenosti.
Učinkovita uporaba montažnih prehodov (preplet dokumentarnih in stiliziranih prizorov) daje videu vizualno prepoznavnost in estetsko zaokroženost.
Zvok in glasbena podlaga sta premišljeno izbrana ter skladna z vzdušjem posameznih prizorov, kar dodatno podpira enotnost celotnega koncepta.
Skladnost s smernicami komunikacijske platforme My Way je očitna v pristopu, ki temelji na čustveni pripovedi, osebni izkušnji in avtentičnih interakcijah.

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 P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P3
SKLOP:	**2**

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:

Predlagana idejna zasnova na učinkovit način pritegne pozornost in spodbuja gledalčevo radovednost ter željo po raziskovanju enega od slovenskih mest (zasnovano na primeru Nove Gorice).
Inovativen koncept, ki skozi eno od vej umetnosti (grafitarstvo) povezuje mestno zgodovino, arhitekturo in sodobno urbano kulturo, ustvarja močno vizualno in čustveno doživetje.

Pristni zvočni elementi (tresenje sprejev, mestni vrvež, zvoki vlaka, koncertna atmosfera) gledalca posrkajo v mestno vzdušje.
Koncept je vizualno dinamičen in privlačen, vendar pa ni izrazito oseben, saj ne vključuje pripovedovalca, ki bi mesto raziskoval skozi svojo zgodbo (kar je zahteva naročnika).
Umetniki se res srečujejo z meščani, vendar je pristop bolj osredotočen na ustvarjalni proces kot na osebno doživetje posameznika v mestu, torej ne prinaša izstopajočega osebnega vidika raziskovanja mesta.

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:

Koncept presega ustaljene turistične promocijske formate in izstopa po svoji kreativni zasnovi ter edinstvenem pripovednem pristopu.

Osrednji liki so lokalni umetniki, ki skozi svoj ustvarjalni proces pripovedujejo zgodbo mesta.
Unikaten način snemanja (kamera pritrjena na spreje, dinamični premiki, uporaba pleksi stekla za efekt grafitiranja v gledalca) dodaja vizualno svežino in prebojnost.
Pametno prepletanje lokacij, detajlov risanja in mestnih prizorov, kjer umetniki integrirajo arhitekturo in simbole mesta v svoje delo, ustvarja edinstveno vizualno pripoved.
Kombinacija različnih vizualnih tehnik (stopmotion, motion blur, maskirani prehodi, dron posnetki) zagotavlja sodoben in avantgarden pristop.

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.

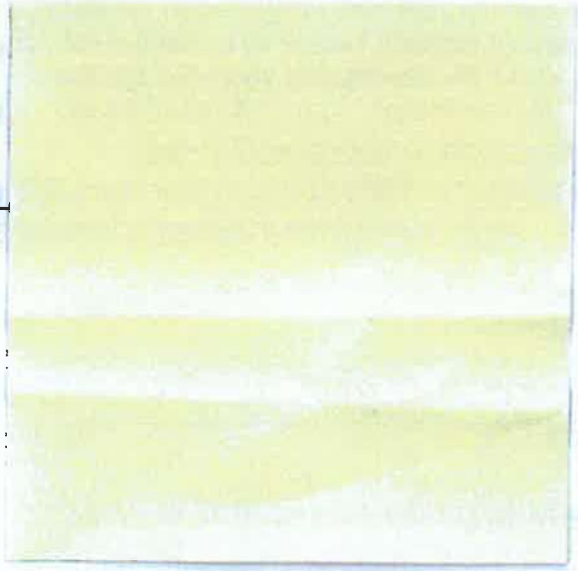
Video ima jasno strukturirano pripovedno nit in učinkovito združuje vse elemente v celovito zgodbo, ki ustreza komunikacijski platformi My Way.

Pripovedni lok je skrbno načrtovan – od začetnega iskanja navdiha po mestu, preko interakcij z lokalnim okoljem, do končnega ustvarjanja umetnine, ki simbolizira mesto.
Vsak prizor organsko prehaja v naslednjega, brez nepotrebnih prekinitev, kar omogoča tekoč in naraven razvoj zgodbe.
Celoten koncept gradi na močni idejni podlagi – umetnost kot povezovalni element mesta, kar video dvigne na višjo vsebinsko raven.
Skladnost s komunikacijsko platformo My Way je jasna, saj se skozi osebno izkušnjo umetnikov Nova Gorica prikazuje na pristen, čustven in navdihujoč način.

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)*	**T3**
DATUM OCENJEVANJA:	19.02 2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P1
SKLOP:	**2**

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 vsebuje predlog zanimivih mikrolokacij in način spoznavanja le-teh. Vendar pa v sami idejni zasnovi pogrešim več elementov presenečenja, nepričakovanih situacij in vznemirljivosti. Idejna zasnova temelji na vizualno privlačni, a predvidljivi video razglednici. Za najvišje število točk ji manjka več drznosti v samem načinu pripovedovanja zgodbe in vloge glavnega protagonista. Pri gledalcu ne vzbudi dovolj pozornosti in radovednosti; želje po obisku in lastnem raziskovanju 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: 7,5

UTEMELJITEV:
Po kriteriju inovativnosti in kreativnosti idejna zasnova ponudi premalo prebojnosti in izvirnosti. Gre za dokaj predvidljivo zgodbo, z predvidljivim načinom podajanja vsebin in doživetij mesta.

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: 7,5

UTEMELJITEV:
Komunikacijski koncept je skladen in razumljiv, vzbuja zmerno pozornost uporabnika in je skladen s komuniciranjem vsebin na način kot ga predvideva komunikacijska platforma My Way. Storytelling pristop preko predlaganih vizualov ustrezno predstavlja turistični produkt ter njegove poudarke. Za dodelitev najvišjega števila točk bi bilo potrebo dodati še kak nepričakovan element za zbujanje večjega zanimanja in radovednosti gledalcev.

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	7,5
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	22,5

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:	19.02 2025
ŠIFRA PONUDBE: *(Navedite P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P2
SKLOP:	**2**

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 spodbuja radovednost, pozornost in atraktivnost saj vključuje nekatere manj običajne lokacije mesta, ki pa za domačine (in obiskovalce) lahko predstavljajo močan čustven naboj. V tem kontekstu izstopajo predvsem prizori povezani NK Maribor (šal, glasba) s čimer gledalcu sporočimo, da gre za mesto povezano z močnimi emocijami in polno energije. Zanimanje vzbudi tudi umeščanje glavnega protagonista na klasične lokacije mesta, na neklasičen način (koncert na stadionu, na splavu). Z vidika pozicioniranja mesta kot turistične destinacije je zelo dobrodošla umestitev kadrov z Google map zemljevidi; iris poti

gledalcu daje občutek orientacije, obsega mesta ter predvsem ponudi idejo, da gre za mesta po meri ljudi, ki jih je moč doživeti peš brez uporabe javnega transporta, kar jih dela prijazne tako domačinom kot obiskovalcem.

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:

Po kriteriju inovativnosti in kreativnosti idejna zasnova dosega elemente unikatnosti in avantgardnosti (koncert na splavu). Vključuje izvirne pristope; k dinamičnosti prispeva tudi montaža, ki občasno v en kader združi več posnetkov.

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 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.

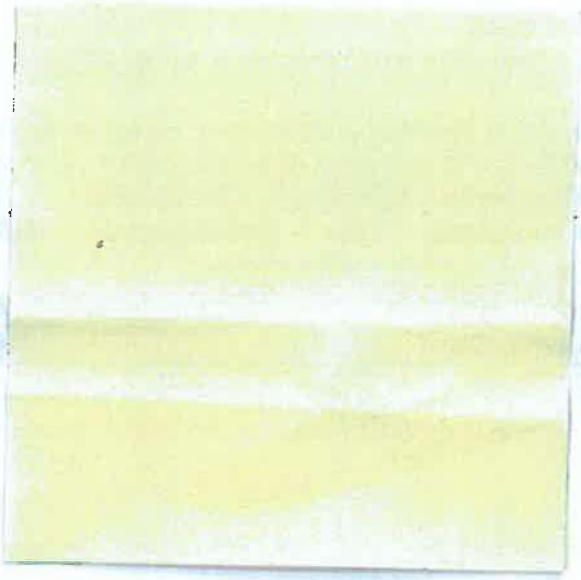
PONUDNIK JE PREJEL NASLEDNJE ŠTEVILO TOČK:

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	7,5
P2.3 Zaokroženost komunikacijskega koncepta	10,0

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 P1 ali P2 ali P3 ali P5 ali P7 ali P8)*	P3
SKLOP:	**2**

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:
Idejna zasnova spodbuja radovednost, pozornost in atraktivnost. V ospredje zelo močno postavlja idejo mest po meri ljudi, saj so v samo idejno zasnovo lokalni prebivalci močno vključeni. Pozornost in atraktivnost krepijo unikatni kadri uličnega sloga in umeščenost kamere (denimo, da je pripeta na roko grafitarja). Atraktivna je tudi ideja postavitve pleksi stekla pred kamero za dosego efekta grafitarja neposredno v gledalca.
Vendar pa sama idejna zasnova ne upošteva osnovne usmeritve naročnika – da zgodbo mesta pripoveduje en glavni protagonist. V predlagani idejni zasnovi ta protagonist

(pripovedlovalec) ni predviden, temveč zgodbo pripovedovalcev prevzame večje število lokalnih umetnikov.

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:

Po kriteriju inovativnosti in kreativnosti idejna zasnova dosega elemente unikatnosti in avantgardnosti (npr. grafitarstvo). Vključuje izvirne pristope; ki so pojasnjeni že v P2.1. Vendar pa idejna zasnova e sledi usmeritvam naročnika, da se zgodba pripoveduje preko enega glavnega protagonista (pripovedovalca), ki je tesno povezan z mestom.

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: 0,0

UTEMELJITEV:
Komunikacijski koncept ne sledi usmeritvi naročnika, da se zgodba pripoveduje preko enega glavnega protagonista (pripovedovalca), ki je tesno povezan z mestom. Namesto tega idejna zgodba temelji na kalejdoskopu številnih prizorov mnogih lokalnih ustvarjalcev in umetnikov.

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	0,0
SKUPNO ŠTEVILO TOČK:	10,0

Podpis ocenjevalca: 