

Številka: 170.2025

Datum: 7. 7. 2025

V skladu z drugim in tretjim odstavkom 90. člena Zakona o javnem naročanju (Uradni list RS, št. 91/15, Uradni list Evropske unije, št. 307/15, 307/15, 337/17, 337/17, Uradni list RS, št. 14/18, 69/19 - skl. US, Uradni list Evropske unije, št. 279/19, 279/19, Uradni list RS, št. 49/20 - ZIUZEOP, 80/20 - ZIUOOPE, 152/20 - ZZUOOP, 175/20 - ZIUOPDVE, 15/21 - ZDUOP, 112/21 - ZNUPZ, 206/21 - ZDUPŠOP, 121/21, Uradni list Evropske unije, št. 398/21, 398/21, Uradni list RS, št. 10/22, 74/22 - odl. US, 100/22 - ZNUZSZS, 141/22 - ZNUNBZ, 158/22 - ZNPOVCE, 28/23, 88/23 - ZOPNN-F, 95/23 - ZIUOPZP, 131/23 - ZORZFS, Uradni list Evropske unije, št. 1611/23) Andragoški center Republike Slovenije, Ulica Ambrožiča Novljana 5, 1000 Ljubljana (v nadaljnjem besedilu: naročnik) v postopku javnega naročila sprejme naslednjo

ODLOČITEV O ODDAJI NAROČILA

(1) SKLOP 2: Drugi digitalni kanali (YouTube, Meta, Google oglaševanje, vplivneži) javnega naročila storitev po odprtem postopku »**Zakup oglasnega prostora v medijih za projekt »Ozaveščanje, obveščanje različnih javnosti in spodbujanje k večji vključenosti v vseživljenjsko učenje«**» objavljenem na Portalu javnih naročil dne 8. 5. 2025, pod št. objave **JN003317/2025-EUe16/01** in v Uradnem listu EU pod št. objave **297444-2025**, vključno z objavami, vezanimi na predmetno objavo, **se odda** naslednjemu ponudniku:

Zap. št.	Sklop	Naziv ponudnika	Ponudbena vrednost brez DDV
7.	2	OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o., Koprska ulica 106A, 1000 Ljubljana, matična številka: 2256673000	126.800,00 €

(2) SKLOP 1: Klasični mediji (TV, nišni kanali, radijski kanali, splet, tisk, zunanje oglaševanje) javnega naročila za »**Zakup oglasnega prostora v medijih za projekt »Ozaveščanje, obveščanje različnih javnosti in spodbujanje k večji vključenosti v vseživljenjsko učenje«**» objavljenem na Portalu javnih naročil dne 8. 5. 2025, pod št. objave **JN003317/2025-EUe16/01** in v Uradnem listu EU pod št. objave **297444-2025**, vključno z objavami, vezanimi na predmetno objavo, **se ne odda** in se zavrne vse ponudbe.

(3) Naročnik bo po pravnomočnosti odločitve izvedel nov odprti postopek za SKLOP 1.

OBRAZLOŽITEV

1. Uvodne ugotovitve

Naročnik je izvedel predmetno javno naročilo po odprtem postopku v skladu s 40. členom ZJN-3.

Do roka za predložitev ponudb, to je do 11. 6. 2025 do 9:00 ure, so v informacijski sistem e-JN, ki se nahaja na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si/>, prispele ponudbe naslednjih ponudnikov:

Zap. št.	Sklop	Naziv ponudnika
1.	1.	Futura DDB d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana, matična številka: 1585142000
2.	1.	Medialog, družba za komunikacijske dejavnosti, d.o.o., Kotnikova ulica 28, 1000 Ljubljana, matična številka: 2293986000
3.	1.	OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o., Koprška ulica 106A, 1000 Ljubljana, matična številka: 2256673000
4.	1.	PRISTOP MEDIA družba za načrtovanje in zakup medijev d.o.o., Vilharjeva cesta 36, 1000 Ljubljana, matična številka: 3381129000
5.	2.	Futura DDB d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana, matična številka: 1585142000
6.	2.	Medialog, družba za komunikacijske dejavnosti, d.o.o., Kotnikova ulica 28, 1000 Ljubljana, matična številka: 2293986000
7.	2.	OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o., Koprška ulica 106A, 1000 Ljubljana, matična številka: 2256673000

Odpiranje ponudb je potekalo samodejno v informacijskem sistemu e-JN dne 11. 6. 2025 ob 11:00 uri. Zapisnik o javnem odpiranju ponudb je ponudnikom na razpolago v sistemu e-JN pod razdelkom »Zapisnik o odpiranju ponudb«.

2. Pregled meril in razvrstitev ponudb za SKLOP 2

V skladu s 4. odstavkom 89. člena ZJN-3 je komisija ponudbe najprej razvrstila po merilih iz 14. točke (Merilo za izbor najugodnejšega ponudnika) obrazca OBR – 2.02 (Navodila ponudnikom za pripravo ponudbe).

Pri vseh merilih in podmerilih se je rezultat točk zaokrožil na 0,5 točke, pri čemer se je v primeru, če je bila na mestu stotin vrednost od 01 do 24 številka zaokrožila navzdol, če je bila na mestu stotin vrednost od 25 do 74 na 0,5 in če je bila na mestu stotin vrednost od 75 do 99 navzgor.

Merilo **UČINKOVITOST ZAKUPLJENEGA MEDIJSKEGA PROSTORA SKLOP 2** je razdeljeno na 3 podmerila:

- **PODMERILO 1: COST PER MILLE (T_{CPM})** – najvišje število točk je 30,
- **PODMERILO 2: COST PER VIEW (T_{CPV})** – najvišje število točk je 30,
- **PODMERILO 3: COST PER CLICK (T_{CPC})** – najvišje število točk je 30.

Ponudnik lahko prejme **največ 90 točk**.

Ekonomsko najugodnejša ponudba je tista ponudba, ki je prejela največje število točk, skladno z izračunom v nadaljevanju:

$$T = T_{CPM} + T_{CPV} + T_{CPC}$$

Podmerilo 1 (T_{CPM}) se je izračunalo na naslednji način:

najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok / ponudnikova povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok x 30.

Podmerilo 2 - T_{CPV} se je izračunalo na naslednji način:

najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video / ponudnikova povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video x 30.

Podmerilo 3 - T_{CPC} se je izračunalo na naslednji način:

najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) / ponudnikova povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) x 30.

Pri **PODMERILU 1: COST PER MILLE (T_{CPM})** je ponudba z najnižjo ponujeno povprečno neto vrednostjo CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok ponudba ponudnika OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o., katere povprečna neto vrednost CPM znaša 1,06 EUR.

Pri **PODMERILU 2: COST PER VIEW (T_{CPV})** so vsi ponudniki ponudili enako in hkrati najnižjo povprečno neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video, in sicer 0,01 EUR.

Pri **PODMERILU 3: COST PER CLICK (T_{CPC})** je ponudba z najnižjo ponujeno povprečno neto vrednostjo CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) ponudba ponudnika Medialog, družba za komunikacijske dejavnosti, d.o.o., katere povprečna neto vrednost CPC znaša 0,18 EUR.

Ponudnik **FUTURA DDB, oglaševalska agencija d.o.o.**

Merilo	Možne točke	Dosežene točke
UČINKOVITOST ZAKUPLJENEGA MEDIJSKEGA PROSTORA SKLOP 2		
T_{CPM}	30,0	3,0
T_{CPV}	30,0	30
T_{CPC}	30,0	21,5
Skupaj točk	90,0	54,5

Utemeljitev merila **UČINKOVITOST ZAKUPLJENEGA MEDIJSKEGA PROSTORA SKLOP 2:**

Pri podmerilu T_{CPM} je ponudnikova povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok 10,45 EUR. Najnižja ponujena povprečna neto vrednost po tem merilu je 1,06 EUR. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok / ponudnikova povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 3,0 točke.

Pri podmerilu T_{CPV} je ponudnikova povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video 0,01 EUR, kar je hkrati tudi najnižja povprečna neto vrednost CPV po tem merilu. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video / ponudnikova povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 30,0 točke.

Pri podmerilu T_{CPC} je ponudnikova povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) 0,25 EUR. Najnižja ponujena povprečna neto vrednost po tem merilu je 0,18 EUR. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) / ponudnikova povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 21,5 točk.

Ponudnik **Medialog, družba za komunikacijske dejavnosti, d.o.o.**

Merilo	Možne točke	Dosežene točke
UČINKOVITOST ZAKUPLJENEGA MEDIJSKEGA PROSTORA SKLOP 2		
T_{CPM}	30,0	1,0
T_{CPV}	30,0	30,0
T_{CPC}	30,0	30,0
Skupaj točk	90,0	61,0

Utemeljitev merila **UČINKOVITOST ZAKUPLJENEGA MEDIJSKEGA PROSTORA SKLOP 2:**

Pri podmerilu T_{CPM} je ponudnikova povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok 30,93 EUR. Najnižja ponujena povprečna neto vrednost po tem merilu je 1,06 EUR. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok / ponudnikova povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 1,0 točke.

Pri podmerilu T_{CPV} je ponudnikova povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video 0,01 EUR, kar je hkrati tudi najnižja povprečna neto vrednost CPV po tem merilu. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video / ponudnikova povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 30,0 točke.

Pri podmerilu T_{CPC} je ponudnik ponudil najnižjo povprečno neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) – 0,18 €. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) / ponudnikova povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 30,0 točk.

Ponudnik **OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o.**

Merilo	Možne točke	Dosežene točke
UČINKOVITOST ZAKUPLJENEGA MEDIJSKEGA PROSTORA SKLOP 2		
T_{CPM}	30,0	30,0
T_{CPV}	30,0	30,0
T_{CPC}	30,0	7,5
Skupaj točk	90,0	67,5

Utemeljitev merila **UČINKOVITOST ZAKUPLJENEGA MEDIJSKEGA PROSTORA SKLOP 2:**

Pri podmerilu T_{CPM} je ponudnik ponudil najnižjo povprečno neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok – 1,06 €. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok / ponudnikova povprečna neto vrednost CPM na formatih Youtube Unskipable (15"), Meta static, Vplivneži Instagram in Vplivneži TikTok x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 30,0 točke.

Pri podmerilu T_{CPV} je ponudnikova povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video 0,01 EUR, kar je hkrati tudi najnižja povprečna neto vrednost CPV po tem merilu. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta

video / ponudnikova povprečna neto vrednost CPV na formatih Youtube Trueview (25") in Meta video x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 30,0 točke.

Pri podmerilu T_{CPC} je ponudnikova povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) 0,72 EUR. Najnižja ponujena povprečna neto vrednost po tem merilu je 0,18 EUR. Po izračunu najnižja ponujena povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) / ponudnikova povprečna neto vrednost CPC na formatih Meta video, Meta static, Google oglaševanje Iskalni oglasi (Search ads) in Google oglaševanje Prikazni oglasi (Display ads) x 30 ponudnik za to podmerilo prejme 7,5 točk.

Skladno z merili za izbor so bile ponudbe razvrščene, kot je razvidno iz spodnje tabele:

PONUDNIK	PODMERILLO 1: COST PER MILLE (T_{CPM})	PODMERILLO 2: COST PER VIEW (T_{CPV})	PODMERILLO 3: COST PER CLICK (T_{CPC})	TOČKE SKUPAJ
OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o.	30,0	30,0	7,5	67,5
Medialog, družba za komunikacijske dejavnosti, d.o.o.	1,0	30,0	30,0	61,0
FUTURA DDB, oglaševalska agencija d.o.o.	3,0	30,0	21,5	54,5

Glede na zgornje ocenjevanje je ekonomsko najugodnejšo ponudbo predložil ponudnik OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o., Koprška ulica 106A, 1000 Ljubljana, matična številka: 2256673000.

3. Preverjanje izpolnjevanja razpisnih pogojev ponudnika za SKLOP 2

Naročnik je v nadaljevanju preveril, če ponudba ponudnika OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o. ustreza vsem pogojem in zahtevam iz razpisne dokumentacije za predmetno naročilo ter ali je ponudnik predložil vse zahtevane dokumente in navedel vse zahtevane informacije. Po pregledu obrazcev in dokazil predloženih v ponudbi je naročnik 20. 6. 2025 na podlagi 1. odstavka 86. člena ZJN-3 preko sistema e-JN pozval navedenega ponudnika k pojasnilu neobičajno nizke cene z rokom do 26. 6. 2025 do 12:00. Ponudnik je do določenega roka poslal ustrezno pojasnilo, kar je bilo upoštevano pri nadaljnjem postopku. Na podlagi 5. odst. 89. člena ZJN-3 je naročnik 23. 6. 2025 pozval navedenega ponudnika k dopolnitvi ponudbe preko sistema e-JN z rokom do 27. 6. 2025 do 12:00. Ponudnik je do določenega roka poslal ustrezno dopolnitve ponudbe, kar je bilo upoštevano pri nadaljnjem postopku.

Obstoj izključitvenih razlogov za ekonomsko najugodnejšega ponudnika in podizvajalca je naročnik preveril v informacijskem sistemu e-Dosje in v Poslovnem registru Slovenije (AJPes) in ugotovil, da ponudnik in podizvajalec izpolnjujeta vse pogoje zahtevane v razpisni dokumentaciji javnega naročila.

Na podlagi predloženih obrazcev in dokazil ter opisanih preverb je naročnik zaključil, da tako ponudnik, kot podizvajalec izpolnjujeta vse zahtevane pogoje za sodelovanje in da ne obstajajo razlogi za njuno izključitev.

Glede na to, da je ekonomsko najugodnejšo ponudbo za SKLOP 2: Drugi digitalni mediji (digital performance) predložil ponudnik OMD, družba za medijske komunikacije d.o.o. in je le-ta dopustna, se v skladu z 89. členom ZJN-3 javno naročilo odda navedenemu ponudniku, v skupni ponudbeni vrednosti 126.800 EUR brez DDV

4. Zavrnitev vseh ponudb za SKLOP 1

Na podlagi 5. odstavka 90. člena ZJN-3 se za SKLOP 1 zavrnejo vse ponudbe, ker je naročnik po pregledu razpisne dokumentacije ugotovil, da le-ta ne omogoča priprave primerljivih in med seboj konkurenčnih ponudb, saj vsebuje o predmetu javnega naročila določila, ki jih je mogoče različno razlagati, oziroma ne vsebuje vseh ključnih informacij potrebnih za enotno razumevanje predmeta in pogojev izvedbe naročila.

Posledično prejete ponudbe niso primerljive, hkrati pa so vsebinsko in/ali tehnično neskladne s pričakovanji in dejanskimi potrebami naročnika, kar pomeni, da izvedba naročila pod pogoji, kot so opredeljeni v razpisni dokumentaciji, ne bi dosegla svojega namena.

Takšna situacija je v nasprotju z načelom enakopravne obravnave ponudnikov (7. člen ZJN-3) in načelom transparentnosti (6. člen ZJN-3), ki naročniku nalagata, da zagotovi pogoje za enakopravno obravnavo vseh gospodarskih subjektov ter da omogoči oddajo naročila na pregleden in preverljiv način.

Zaradi pomanjkljivosti v razpisni dokumentaciji tudi ni zagotovljeno spoštovanje načela sorazmernosti (8. člen ZJN-3), saj zahteve niso dovolj jasno opredeljene v obsegu, ki bi bil skladen z naravo, vsebino in namenom javnega naročila.

Posledično ni mogoče zagotoviti zakonite oddaje javnega naročila pod obstoječimi pogoji in merili, saj razpisna dokumentacija ne omogoča enakih in jasnih izhodišč za pripravo ponudb, kar bi lahko povzročilo nezakonito izbiro ponudbe ali izključitev ponudnikov brez objektivnih razlogov.

Glede na navedeno bo naročnik izvedel nov postopek javnega naročanja, v katerem bo nedvoumno opredelil predmet javnega naročila in posledično oblikoval primerne pogoje in merila javnega naročila.

PRAVNI POUK:

Zoper to odločitev je možno vložiti zahtevek za revizijo postopka oddaje predmetnega javnega naročila v roku 8 (osmih) delovnih dni od prejema te odločitve. Odločitev se šteje za vročeno z dnem objave na portalu javnih naročil.

Zahtevek za revizijo postopka oddaje predmetnega javnega naročila mora biti vložen pri Andragoškem centru Republike Slovenije, Ulica Ambrožiča Novljana 5, 1000 Ljubljana (M.Š. 5523192000), in sicer preko sistema e-Revizija.

Višina takse za revizijo postopka za SKLOP 1 je 1.000,00 EUR.

Višina takse za revizijo postopka za SKLOP 2 je 3.093,92 EUR.

Zahtevek za revizijo mora vsebovati:

- ime in naslov vlagatelja zahtevka ter kontaktno osebo,
- ime naročnika,
- oznako odločitve o oddaji oz. neoddaji javnega naročila,
- predmet javnega naročila,
- sklop javnega naročila, na katerega zahtevek nanaša,
- pooblastilo za zastopanje v predrevizijskem in revizijskem postopku, če vlagatelj nastopa s pooblaščenecem,
- potrdilo o plačilu takse, skladno z 71. členom Zakona o pravnem varstvu v postopkih javnega naročanja – ZPVPJN (Uradni list RS, št. št. 43/2011, 60/2011 - ZTP-D, 63/2013, 90/2014 - ZDU-1I, 95/2014 - ZIPRS1415-C, 96/2015 - ZIPRS1617, 80/2016 - ZIPRS1718, 60/2017, 72/2019, 95/2023 – ZIUOPZP in 131/2023 - ZORZFS). Takso mora vlagatelj plačati na transakcijski račun Ministrstva za finance, odprt pri Banki Slovenije, Slovenska 35, 1505 Ljubljana, Slovenija, SWIFT KODA: BSLJSI2X; IBAN: SI56011001000358802 – taksa za postopek revizije javnega naročanja. Pri tem mora na plačilnem nalogu vpisati naslednje podatke v predpolje in polje sklicevanja na številko odobritve (referenca oziroma sklic): 11 16110-7111290- **00331725**;

- vlagatelj mora v zahtevku za revizijo navesti očitane kršitve ter dejstva in dokaze, s katerimi se kršitve dokazujejo.

Objaviti:

- portal javnih naročil

Vložiti:

- v arhiv

Andragoški center Republike Slovenije

dr. Nataša Potočnik
DIREKTORICA