



Turizem Ljubljana

Turizem Ljubljana
Krekov trg 10
1000 Ljubljana, Slovenija
T 00386 1 306 4583
info@visitljubljana.si
www.visitljubljana.com

Številka: 41/2025-MP-5

Oznaka JN: 3/2025

Datum: 19. 8. 2025

RAZPISNA DOKUMENTACIJA

za izbiro izvajalca za

»STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA«

POVABILO K PREDLOŽITVI PONUDBE

Vabimo vas, da nam predložite ponudbo za izvedbo javnega naročila

»STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA«

Pripravil:
mag. Mitja Predovnik



mag. Petra Stušek,
direktorica

I. NAVODILO ZA IZDELAVO PONUDBE IN DRUGE INFORMACIJE

1. Naročnik

Naročnik je Javni zavod Turizem Ljubljana (v nadaljevanju: naročnik), Krekov trg 10, 1000 Ljubljana.

2. Ponudnik

V postopku javnega naročila lahko ponudbo oddajo pravne in/ali fizične osebe, pri katerih ne obstojijo razlogi za izključitev in ki izpolnjujejo pogoje za priznanje sposobnosti ter ostale zahteve, navedene v nadaljevanju te razpisne dokumentacije.

Če ponudnik nastopa s podizvajalci, mora predložiti izpolnjen obrazec Udeležba podizvajalcev (Priloga 8). Ponudnik v razmerju do naročnika v celoti odgovarja za izvedbo prejetega naročila, ne glede na število podizvajalcev, ki jih bo navedel v svoji ponudbi.

Ponudbo lahko predloži tudi skupina ponudnikov (skupna ponudba). Ne glede na predložitev skupne ponudbe ponudniki odgovarjajo naročniku neomejeno solidarno. Skupna ponudba mora biti pripravljena v skladu z navodili iz te razpisne dokumentacije.

3. Pravna podlaga

Javno naročilo se bo izvedlo v skladu z veljavno zakonodajo, ki ureja področje javnih naročil, javnih financ in področje, ki je predmet javnega naročila.

Za oddajo tega javnega naročila se v skladu s 40. členom Zakona o javnem naročanju (Uradni list RS, št. 91/15, 14/18, 121/21, 10/22, 74/22 – odl. US, 100/22 – ZNUZSZS, 28/23 in 88/23 – ZOPNN-F; v nadaljevanju: ZJN-3) izvede odprti postopek.

4. Dodatna pojasnila v zvezi z razpisno dokumentacijo

Morebitne spremembe in pojasnila razpisne dokumentacije bodo objavljene na portalu javnih naročil. Pojasnila bodo objavljena najpozneje šest dni pred dnevom za oddajo ponudb pod pogojem, da je bil zahtevek za pojasnilo prejet preko portala javnih naročil vsaj dva delovna dneva pred potekom šestdnevnega roka. Pojasnila in spremembe so sestavni del razpisne dokumentacije in jih je treba upoštevati pri pripravi ponudbe.

Naročnik bo po potrebi z objavo na portalu javnih naročil podaljšal rok za oddajo ponudb, da bo ponudnikom omogočil upoštevanje dopolnitev. S premaknitvijo roka za oddajo ponudb se pravice in obveznosti naročnika in ponudnikov vežejo na nove roke, ki posledično izhajajo iz podaljšanega roka za oddajo ponudb.

5. Ponudbena dokumentacija

Ponudbena dokumentacija mora vsebovati ustrezno izpolnjene obrazce in druge listine zahtevane v razpisni dokumentaciji v vrstnem redu kot so navedeni:

Številka priloge	Naziv priloge	Navodila za pripravo ponudbene dokumentacije
PRILOGA A	Vzorec pogodbe	Gospodarski subjekt, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo v informacijskem sistemu e-JN v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge« naloži vzorec v .pdf obliki.
PRILOGA B	Izjava o predložitvi bianco menic z menično izjavo za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti	Gospodarski subjekt v ponudbi predloži izjavo. Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN izjavo naloži v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge«.
PRILOGA 1	ESPD obrazec	<p>Naročnik ob predložitvi ponudb namesto potrdil, ki jih izdajajo javni organi ali tretje osebe, sprejme ESPD obrazec, ki predstavlja lastno izjavo, kot predhodni dokaz, da določen gospodarski subjekt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ni v enem od položajev iz 75. člena ZJN-3, zaradi katerega so ali bi lahko bili izključeni iz sodelovanja v postopku javnega naročanja; - izpolnjuje ustrezne pogoje za sodelovanje, določene s to razpisno dokumentacijo in v skladu s 76. členom ZJN-3. <p>ESPD obrazec predstavlja uradno izjavo gospodarskega subjekta, da ne obstajajo razlogi za izključitev in da izpolnjuje pogoje za sodelovanje, hkrati pa zagotavlja ustrezne informacije, ki jih zahteva naročnik. Poleg tega je v ESPD obrazcu naveden uradni organ ali tretja oseba, odgovorna za izdajo dokazil, vključuje pa tudi uradno izjavo o tem, da bo gospodarski subjekt na zahtevo in brez odlašanja sposoben predložiti ta dokazila.</p> <p>Gospodarski subjekt lahko dokazila o neobstoju razlogov za izključitev in dokazila o izpolnjevanju pogojev za sodelovanje iz poglavja IV razpisne dokumentacije predloži tudi sam. Naročnik si pridržuje pravico do preveritve verodostojnosti predloženih dokazil pri podpisniku le-teh.</p> <p>V primeru, če država, v kateri ima ponudnik svoj sedež, ne izdaja kakšnega izmed zahtevanih dokumentov, lahko ponudnik predloži zapriseženo lastno izjavo oziroma izjavo določene osebe, dano pred pristojnim sodnim ali upravnim organom, notarjem ali pred pristojno poklicno ali trgovinsko organizacijo v matični državi te osebe ali v državi, v kateri ima sedež gospodarski subjekt, s katero potrdi izpolnjevanje postavljenega pogoja.</p> <p>ESPD obrazec predloži ponudnik, v primeru skupne ponudbe vsi partnerji, subjekti, katerih zmogljivosti namerava uporabiti ponudnik in podizvajalci.</p> <p>Gospodarski subjekt naročnikov obrazec ESPD (datoteka XML) uvozi na spletni strani https://ejn.gov.si/espd/ in v njega neposredno vnese zahtevane podatke.</p>

		<p>Gospodarski subjekt, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo, naloži svoj ESPD v razdelek »Dokumenti«, del »ESPD-ponudnik«, ESPD ostalih sodelujočih pa naloži v razdelek »Sodelujoči«, del »ESPD – ostali sodelujoči«. Gospodarski subjekt, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo, naloži elektronsko podpisan ESPD v xml. obliki ali nepodpisan ESPD v xml. obliki, pri čemer se v slednjem primeru v skladu Splošnimi pogoji uporabe informacijskega sistema e-JN šteje, da je oddan pravno zavezujoč dokument, ki ima enako veljavnost kot podpisan.</p> <p>Za ostale sodelujoče gospodarski subjekt, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo, priloži izpolnjene in podpisane ESPD v pdf. obliki, ali v elektronski obliki podpisan xml.</p>
PRILOGA 2	Podatki za preveritev kaznovanosti v kazenski evidenci	<p>Gospodarski subjekt v ponudbi predloži izpolnjen obrazec s podatki za vsako osebo, ki je član upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa vseh gospodarskih subjektov, ki v kakršni koli vlogi sodelujejo v ponudbi (ponudnik, sodelujoči ponudniki v primeru skupne ponudbe, gospodarski subjekti, na katerih kapacitete se sklicuje ponudnik in podizvajalci), in osebo, ki ima pooblastila za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem.</p> <p>Gospodarski subjekt, ki v sistemu e-JN oddaja ponudbo, v informacijskem sistemu e-JN v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge« naloži obrazec v .pdf obliki.</p>
PRILOGA 3	Izjava gospodarskega subjekta	Gospodarski subjekt v ponudbi predloži izpolnjeno izjavo za vsak zahtevani gospodarski subjekt. Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN izjavo naloži v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge«.
PRILOGA 4A, 4B, 4C in PRILOGA 4A/1, 4B/1, 4C/1	Referenčna tabela – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3 + Referenčno potrdilo – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3	Gospodarski subjekt v ponudbi predloži izpolnjene obrazce glede na izbrani sklop javnega naročila. Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN obrazce naloži v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge«.
PRILOGA 5A	Certifikati – SKLOP 1	Gospodarski subjekt v ponudbi predloži izpolnjeno izjavo. Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN izjavo naloži v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge«.
PRILOGA 6	Nativni govorniki - prevajalci	Gospodarski subjekt v ponudbi predloži izpolnjeno izjavo. Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN izjavo naloži v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge«.
PRILOGA 7A, 7B, 7C	Seznam kadrov – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3	Gospodarski subjekt v ponudbi predloži izpolnjeno izjavo. Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN izjavo naloži v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge«.
PRILOGA 8, 8A, 8B	Udeležba podizvajalcev + Zahteva podizvajalcev za neposredno	Gospodarski subjekt v ponudbi predloži obrazce. Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN obrazce naloži v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge«.

	plačilo + Soglasje	
PRILOGA 9	Skupna ponudba	Gospodarski subjekt v ponudbi predloži obrazec. Ponudnik v informacijskem sistemu e-JN obrazec naloži v razdelek »Dokumenti«, del »Ostale priloge«.
PRILOGA 10	Predračun	<p>Ponudnik v sistem e-JN v razdelek »Skupna ponudbena vrednost« v za to namenjen prostor vpiše skupni ponudbeni znesek brez davka v EUR in znesek davka v EUR. Znesek skupaj z davkom v EUR se izračuna samodejno.</p> <p>V del »Predračun« naloži izpolnjen obrazec »Predračun« v obliki pdf.</p> <p>»Skupna ponudbena vrednost«, ki bo vpisana v istoimenski razdelek in dokument, ki bo naložen kot predračun v del »Predračun«, bosta razvidna in dostopna na javnem odpiranju ponudb.</p> <p>V primeru skupne ponudbe obrazce izpolni le vodilni partner. V primeru razhajanj med podatki, navedenimi v razdelku »Skupna ponudbena vrednost«, in podatki v Predračunu - naloženim v razdelek »Skupna ponudbena cena«, del »Predračun«, kot veljavni štejejo podatki iz Predračuna.</p>

6. Rok veljavnosti ponudbe

Ponudba mora biti veljavna do vključno 90 dni šteto od dneva odpiranja ponudb.

7. Jezik, valuta

Ponudbe morajo biti napisane v slovenskem jeziku in vrednosti izkazane v evrih.

8. Priprava ponudbene dokumentacije

Ponudbena dokumentacija mora vsebovati ustrezno izpolnjene obrazce in druge listine zahtevane v razpisni dokumentaciji. Za izpolnjenimi obrazci morajo biti priložene zahtevane priloge.

Ponudbena dokumentacija mora biti natipkana ali napisana s čitljivo pisavo. Popravljenе napake morajo biti označene z inicialkami osebe, ki podpisuje ponudbo, žigom in datumom popravka oziroma potrjene z elektronskim podpisom ob elektronski oddaji ponudbe.

9. Stroški

Ponudnik nosi vse stroške povezane s pripravo in predložitvijo ponudbe.

10. Variantne ponudbe

Variantne ponudbe niso dovoljene.

11. Skupna ponudba

Ponudbo lahko predloži tudi skupina gospodarskih subjektov (skupna ponudba). Ne glede na predložitev skupne ponudbe gospodarski subjekti odgovarjajo naročniku neomejeno solidarno. Skupna ponudba mora biti pripravljena v skladu z navodili iz te razpisne dokumentacije.

V primeru skupne ponudbe bo naročnik od izbrane skupine zahteval predložitev ustreznega akta o skupni izvedbi naročila, ki mora vsebovati vsaj:

- navedbo vseh partnerjev v skupini (naziv in naslov partnerja, zakonitega zastopnika, matična številka, davčna številka, številka transakcijskega računa),
- pooblastilo vodilnemu partnerju v skupini,
- neomejeno solidarno odgovornost vseh partnerjev v skupini do naročnika,
- področje dela, ki ga bo prevzel in izvedel vsak partner v skupini in delež vsakega partnerja v skupini v % in vrednost del, ki jih prevzema posamezni partner v skupini,
- način plačila preko vodilnega partnerja v skupini ali vsakemu od partnerjev v skupini,
- druge morebitne pravice in obveznosti med partnerji v skupini,
- rok veljavnosti pravnega akta.

Gospodarski subjekti v skupni ponudbi predložijo ponudbeno dokumentacijo, kot je zahtevana v prilogi 9.

12. Podizvajalci

V primeru, da gospodarski subjekt v obrazcu ESPD navede, da bo pri izvedbi naročila sodeloval s podizvajalci, mora:

- v ponudbi priložiti izpolnjene ESPD obrazce teh podizvajalcev v skladu z 79. členom ZJN-3;
- navesti vse podizvajalce ter vsak del javnega naročila, ki ga namerava oddati v podizvajanje;
- priložiti zahtevo podizvajalca za neposredno plačilo, če podizvajalec to zahteva,
- priložiti soglasje podizvajalca, na podlagi katerega naročnik namesto gospodarskega subjekta poravnava podizvajalčevo terjatev do gospodarskega subjekta.

13. Predložitev ponudb, mesto, rok oddaje ponudb in termin javnega odpiranja ponudb

Ponudniki morajo ponudbe predložiti v informacijski sistem e-JN na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si>, v skladu s točko 4 dokumenta Navodila za uporabo informacijskega sistema e-JN: PONUDNIKI (v nadaljevanju: Navodila za uporabo e-JN), ki je del te razpisne dokumentacije in objavljen na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si>.

Ponudnik se mora pred oddajo ponudbe registrirati na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si>, v skladu z Navodili za uporabo e-JN. Če je ponudnik že registriran v informacijski sistem e-JN, se v aplikacijo prijavi na istem naslovu.

Uporabnik ponudnika, ki je v informacijskem sistemu e-JN pooblaščen za oddajanje ponudb, ponudbo odda s klikom na gumb »Oddaj«. Informacijski sistem e-JN ob oddaji ponudbe zabeleži identiteto uporabnika in čas oddaje ponudbe. Uporabnik z dejanjem oddaje ponudbe izkaže in izjavi voljo v imenu ponudnika oddati zavezujočo ponudbo (18. člen Obligacijskega zakonika, Uradni list RS, št. 97/07 – uradno prečiščeno besedilo, 64/16 – odl. US in 20/18 – OROZ631). Z oddajo ponudbe je le-ta zavezujoča za čas, naveden v ponudbi, razen če jo uporabnik ponudnika umakne ali spremeni pred potekom roka za oddajo ponudb.

Ponudba se šteje za pravočasno oddano, če jo naročnik prejme preko sistema e-JN <https://ejn.gov.si> najkasneje **do 22. 9. 2025 do 10. ure**. Za oddano ponudbo se šteje ponudba, ki je v informacijskem sistemu e-JN označena s statusom »ODDANA«.

Ponudnik lahko do roka za oddajo ponudb svojo ponudbo umakne ali spremeni. Če ponudnik v informacijskem sistemu e-JN svojo ponudbo umakne, se šteje, da ponudba ni bila oddana in je naročnik v sistemu e-JN tudi ne bo videl. Če ponudnik svojo ponudbo v informacijskem sistemu e-JN spremeni, je naročniku v tem sistemu odprta zadnja oddana ponudba.

Po preteku roka za predložitev ponudb, ponudbe ne bo več mogoče oddati.

Dostop do povezave za oddajo elektronske ponudbe v tem postopku javnega naročila je na naslednji povezavi: <https://ejn.gov.si>.

Odpiranje ponudb bo potekalo avtomatično v informacijskem sistemu e-JN dne 22. 9. 2025 ob 11. uri na spletnem naslovu <https://ejn.gov.si/>.

Odpiranje poteka tako, da informacijski sistem e-JN samodejno ob uri, ki je določena za javno odpiranje ponudb, prikaže podatke o ponudniku in skupni ponudbeni vrednosti ter omogoči dostop do .pdf dokumenta, ki ga ponudnik naloži v sistem e-JN pod razdelek »Skupna ponudbena vrednost«, v del »Predračun«.

14. Pregled in presoja ponudb

Pri pregledu ponudb se presojuje le tiste listine in navedbe, ki so zahtevane v razpisni dokumentaciji. Glede predloženih listin in navedb (izjav) se od ponudnika lahko zahteva pojasnila ali dodatna (stvarna) dokazila o izpolnjevanju posameznih zahtev in pogojev iz razpisne dokumentacije. Popravki, dopolnitve ali pojasnila ponudbe in odprava računskih napak v ponudbi so dopustni le v okviru meja, določenih z zakonom.

Ponudbo se izloči, če ponudnik v roku, ki ga določi naročnik, ne predloži zahtevanih pojasnil ali dokazil.

Ponudbo se izloči, če obstajajo razlogi za izključitev ali če ponudnik ne izpolnjuje pogojev za priznanje sposobnosti ali zahtev iz razpisne dokumentacije.

Ponudbo se izloči, če se izkaže, da je ponudnik samovoljno spremenil naročnikovo specifikacijo naročila.

Ponudbo se izloči, če se pri naročniku pojavi utemeljeni sum, da je ponudnik predložil neresnične izjave ali dokazila ter v takem primeru tudi poda predlog za uvedbo postopka o prekršku po ZJN-3.

15. Obveščanje ponudnikov

Po javnem odpiranju ponudb bo naročnik vsa obvestila in pozive ponudnikom pošiljal preko informacijskega sistema e-JN.

16. Neobičajno nizka ponudba

Če bo naročnik menil, da je glede na njegove zahteve ponudba neobičajno nizka glede na cene na trgu ali v zvezi z njo obstaja dvom o možnosti izpolnitve naročila, bo naročnik preveril, ali je neobičajno nizka in od ponudnika zahteval, da pojasni ceno ali stroške v ponudbi.

Naročnik bo preveril, ali je ponudba neobičajno nizka tudi, če je vrednost ponudbe (ponujena cena agencijske storitve) za več kot 50 odstotkov nižja od povprečne vrednosti pravočasno prispelih ponudb in za več kot 20 odstotkov nižja od naslednje uvrščene ponudbe, vendar le, če je prejel vsaj štiri pravočasno prispele ponudbe. Kadar naročnik v postopku javnega naročanja preveri dopustnost vseh ponudb, v skladu s prejšnjim stavkom preveri, ali je ponudba neobičajno nizka glede na dopustne ponudbe.

Preden bo naročnik izločil neobičajno nizko ponudbo, bo od ponudnika pisno zahteval podrobne podatke in utemeljitev o elementih ponudbe, za katere meni, da so odločilni za izpolnitev naročila oziroma vplivajo na razvrstitev ponudb.

Naročnik bo ocenil pojasnila tako, da se bo posvetoval s ponudnikom. Ponudbo bo zavrnil le, če predložena dokazila zadostno ne pojasnijo nizke ravni predlagane cene ali stroškov, pri čemer se upoštevajo elementi iz prejšnjega odstavka.

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

17. Ustavitev postopka, zavrnitev vseh ponudb, odstop od izvedbe javnega naročila

Naročnik lahko do roka za oddajo ponudb kadar koli ustavi postopek oddaje javnega naročila. Naročnik lahko na vseh stopnjah postopka po izteku roka za odpiranje ponudb zavrne vse ponudbe. Po pravnomočnosti odločitve o oddaji javnega naročila lahko naročnik do sklenitve pogodbe o izvedbi javnega naročila odstopi od izvedbe javnega naročila. Naročnik objavi odločitev o ustavitvi postopka oddaje javnega naročila ali zavrnitvi vseh ponudb ali odstopu od izvedbe javnega naročila na Portalu javnih naročil.

Naročnik ne odgovarja za škodo, ki bi utegnila nastati ponudnikom zaradi ustavitve postopka, zavrnitve vseh ponudb ali izbranemu ponudniku zaradi ne sklenitve pogodbe.

Naročnik lahko do pravnomočnosti odločitve o oddaji javnega naročila z namenom odprave nezakonitosti po predhodni ugotovitvi utemeljenosti svojo odločitev na lastno pobudo spremeni in sprejme novo odločitev, s katero nadomesti prejšnjo.

18. Način vložitve revizijskega zahtevka

Na podlagi Zakona o pravnem varstvu v postopkih javnega naročanja (Uradni list RS, št. 43/11 s spremembami in dopolnitvami; v nadaljevanju: ZPVPJN) lahko zahtevek za revizijo vloži vsaka oseba, ki ima ali je imela interes za dodelitev naročila in ji je ali bi ji lahko z domnevno kršitvijo nastala škoda oziroma je zagovornik javnega interesa.

Zahtevek za revizijo, ki se nanaša na vsebino objave in/ali razpisno dokumentacijo, se, razen v primeru iz drugega odstavka 25. člena ZPVPJN, lahko vloži v desetih delovnih dneh od dneva objave obvestila o javnem naročilu. Kadar naročnik spremeni ali dopolni navedbe v objavi ali v razpisni dokumentaciji, se lahko zahtevek za revizijo, ki se nanaša na spremenjeno, dopolnjeno ali pojasnjeno vsebino objave ali razpisne dokumentacije ali z njim neposredno povezano navedbo v prvotni objavi ali razpisni dokumentaciji vloži v desetih delovnih dneh od dneva objave obvestila o dodatnih informacijah, informacijah o nedokončanem postopku ali popravku, če se s tem obvestilom spreminjajo ali dopolnjujejo zahteve ali merila za izbor najugodnejšega ponudnika.

Vlagatelj je ob vložitvi zahtevka za revizijo dolžan vplačati takso v višini 4.000,00 EUR na transakcijski račun Ministrstva za finance, številka SI56 0110 0100 0358 802, odprt pri Banki Slovenije, Slovenska cesta 35, 1000 Ljubljana, SWIFT KODA: BS LJ SI 2X; IBAN: SI56011001000358802 - taksa za postopek revizije javnega naročanja. V polje referenca se navede: 11 16110-7111290-XXXXXXLL (navede se številka objave javnega naročila, zadnji dve navedbi izhajata iz letnice iz številke objave oz. oznake javnega naročila). Zahtevek za revizijo mora biti sestavljen v skladu z določili iz 15. člena ZPVPJN. Potrdilo o plačilu takse mora vlagatelj priložiti zahtevku za revizijo.

Zahtevek za revizijo se vloži prek portala eRevizija (<https://www.portalerevizija.si>), v primeru nedelovanja oziroma tehničnih težav pri delovanju portala eRevizija, se postopa skladno s šestim odstavkom 13. a člena ZPVPJN.

II. OPIS PREDMETA JAVNEGA NAROČILA

1. Izhodišča

Naročnik Javni zavod Turizem Ljubljana (v nadaljevanju: naročnik) išče strateške ter izvedbene partnerje za izvedbo aktivnosti oglaševanja v obdobju 12 mesecev (z možnostjo podaljšanja) od sklenitve pogodbe s ciljem odlične komunikacije destinacije, blagovne znamke destinacije Ljubljana z regijo Osrednja Slovenija.

Naročnik pričakuje zanesljive, izkušene in odzivne izvajalce, ki bodo zagotavljali strokovno podporo pri načrtovanju in izvajanju medijskega zakupa v okviru komunikacijskih kampanj.

Naročnik je lokalna turistična organizacija (LTO), ki jo je leta 2001 ustanovila Mestna občina Ljubljana (MOL) z namenom razvoja in promocije turistične destinacije Ljubljana. Naročnik izvaja aktivnosti s področja razvoja, promocije in trženja turistične ponudbe. Destinacija Ljubljana je predstavljena z lastnim logotipom, komunicira pa se pod blagovno znamko Visit Ljubljana.

Naročnik ima tudi funkcijo regionalne destinacijske organizacije (RDO) za regijo Osrednja Slovenija, ki poleg Ljubljane obsega še 24 občin v ljubljanski urbani regiji (LUR).

V okviru javnega zavoda deluje tudi Kongresni urad Ljubljana (KUL), ki skrbi za področje poslovnega turizma.

2. Namen in cilj javnega naročila

Naročnik želi z oddajo javnega naročila izbrati strateške in izvedbene izvajalce za učinkovito oglaševanje destinacije Ljubljana z regijo Osrednja Slovenija, blagovnih znamk, projektov in doživetij Turizma Ljubljana.

Za optimiziranje trženjskih/komunikacijskih aktivnosti naročnika bomo v okviru javnega naročila izbirali izvajalce, ki bodo učinkovito komunicirali zgodbo Ljubljane kot vodilne in najbolj ustvarjalne mestne destinacije trajnostnega življenjskega sloga na svetu. Ljubljana s svojo zavezanostjo trajnostnemu razvoju in značilnim urbanim značajem ponuja uravnoteženo kombinacijo sredozemskega vzdušja, kakovostne kulinarčne ponudbe in raznolikih celoletnih doživetij. Hkrati želi naročnik izpostaviti zgodbo regije Osrednja Slovenija kot zelenega obrobja Ljubljane z aktivnostmi v raznolikem geografskem okolju, ki predstavlja dopolnitev in nadgradnjo ponudbe prestolnice skozi produktno razlikovalne, a oblikovno poenotene (glede na različne ravni komuniciranja, kanale in orodja) in za Ljubljano z regijo Osrednja Slovenija avtentične rešitve, do opredeljenih ciljnih skupin.

V Strategiji razvoja turistične destinacije Ljubljana z ljubljansko regijo 2021-2027 so opredeljene naslednje edinstvene prodajne točke (EPT), ki najbolj opisujejo Ljubljano in so temelj za vizijo in pozicioniranje:

- dobro počutje,
- romantična kulisa,
- avtentičnost,
- pristna trajnost,
- mamljiva gastronomija,
- raznolikost in solidarnost,
- kreativno vzdušje in
- Plečnikova dediščina.

Podrobnejši opis EPT-jev je na voljo na naslednji povezavi:

<https://www.visitljubljana.com/assets/Uploads/Strategija-razvoja-turisticne-destinacije-Ljubljana-in-ljubljanska-regija-2021-2027.pdf>, na strani 56/57.

Oglaševanje, ki je predmet tega javnega naročila, mora delovati na treh ravneh komuniciranja:

1. Na krovni ravni turistične destinacije Ljubljana z regijo Osrednja Slovenija (pod osrednjo znamko Turizem Ljubljana).
2. Na ravni nosilnih produktov: kratki mestni oddih, industrija srečanj (ki sta glavna turistična produkta) in gastronomija, kultura, dogodki, šport/aktivnosti (ki so podporni turistični produkti).
3. Na ravni posameznih tržnih produktov: doživetja, storitve, spominki.

Vsebine, ki jih bo naročnik v okviru tega javnega naročila oglaševal, so v veliki večini (približno 95 % razpoložljivih sredstev) vezane na pristočni turizem (oglaševanje destinacije, produktov kratki mestni oddih, gastronomija, kultura, dogodki, aktivne počitnice z regijo, aktivnosti ter tržni produkti), v manjši meri (približno 5 % razpoložljivih sredstev) pa so vsebine vezane na industrijo srečanj.

3. Obrazložitev strateških usmeritev in ciljev

Med strateške cilje Turizma Ljubljana za obdobje 2021-2027 sodijo:

- Izboljšanje zadovoljstva lokalnih prebivalcev in turistov.
- Razvoj in razpršitev turistične ponudbe zunaj mestnega jedra.
- Izboljšanje dostopnosti in trajnostne mobilnosti.
- Pridobivanje mednarodnih priznanj in nagrad.
- Razvoj mednarodno prepoznavne znamke.
- Rast števila nočitev za 14 % na letni ravni.
- Povečanje povprečne dnevne porabe turista za 4 % na letni ravni.
- Podaljšanje dobe bivanja na vsaj 2,5 noči.
- Povečanje števila direktnih letalskih povezav na vsaj 25.

Več informacij o strateških ciljih je na voljo na povezavi: <https://www.visitljubljana.com/sl/turizem-ljubljana/vizija-in-strategija/>.

Glavni komunikacijski cilji v skladu s poslanstvom naročnika so:

- Dvig prepoznavnosti in ugleda destinacije Ljubljana z regijo Osrednja Slovenija kot trajnostne, kulturne in kreativne butične destinacije, za okrepitev položaja na obstoječih trgih in za hitrejši preboj na perspektivnih trgih pod znamko Turizma Ljubljana.
- Povečanje možnosti izbire Ljubljane z regijo Osrednja Slovenija kot preferenčne turistične destinacije.
- Na privlačen in za opredeljene ciljne segmente relevanten način Ljubljano z regijo Osrednja Slovenija predstaviti kot destinacijo za 5-zvezdična doživetja, ki nudi privlačen motiv za prihod 365 dni v letu.
- Povečanje povprečne dnevne porabe v Ljubljani z regijo Osrednja Slovenija med tujimi in domačimi gosti.
- Povečanje prodaje produktov oz. doživetij in storitev Turizma Ljubljana.
- Okrepiti interakcijo s ciljnim segmenti, skozi povečanje vključenosti ciljnih segmentov (t.i. user engagement) in krepitev vsebin, ki jih ustvarjajo uporabniki (t.i. user-generated content).

4. Komunikacijska platforma Turizma Ljubljana

Komunikacijska platforma Turizma Ljubljana skrbi za povezovanje vseh komunikacijskih elementov blagovne znamke v smiselno celoto. Ker je naročnik v procesu prenove celostne grafične podobe, se bodo smernice v času trajanja pogodbe spreminjale.

5. Ciljni trgi

Oglaševanje bo pokrivalo tako Slovenijo kot bližnje in oddaljene tuje trge.

Nabor izbranih trgov se lahko tekom trajanja pogodbe zaradi različnih faktorjev in hitro spreminjajoče se narave potovalne industrije tudi spremeni. Nabor izbranih trgov je različen glede na sklop javnega naročila, oglaševalski kanal in vsebino, ki se oglašuje (razvidno iz opisov posameznih sklopov).

Primarni trgi za oglaševanje:

1. Slovenija
2. Italija
3. Avstrija
4. Hrvaška
5. Nemčija
6. ZDA
7. Velika Britanija

Sekundarni trgi za oglaševanje:

8. Nizozemska
9. Španija
10. Danska
11. Belgija

Oglaševanje pokriva tako Slovenijo kot bližnje in oddaljene tuje trge. Nabor trgov se določi projektno, glede na izbrani oglaševani produkt ali projekt.

6. Opis predmeta javnega naročila

Predmet javnega naročila obsega zakup medijskega prostora na različnih spletnih in nespletnih oglasnih platformah in na različnih trgih.

Javno naročilo zajema v nadaljevanju naštetе kanale in aktivnosti.

7. Sodelovanje z zunanjimi deležniki

Vsako leto se naročnik prijavlja na javne razpise za izvedbo nekaterih oglaševalskih kampanj, ki jih pripravljajo drugi poslovni subjekti. Oglasi morajo vsebovati ustrezno logotipno identiteto in ključne oznake kampanje, ki so predpisani v pogojih razpisa. Vsako kampanjo iz razpisov je potrebno posebej evidentirati in knjižiti na računu, opremljenem z ustrezno oznako.

Poleg tega je zahtevano ločeno poročilo, ki vsebuje podrobne stroške medijskega zakupa, dokazila o obdobju oglaševanja (npr. zaslonski posnetki iz oglaševalskih platform), stroške upravljanja kampanj in priprave analiz za potrebe priprave končnega poročila. Priložiti je treba tudi primere različnih vrst oglasov z navedenimi datumi.

III. SKLOPI JAVNEGA NAROČILA

Javno naročilo je razdeljeno na 3 sklope:

SKLOP 1 – OGLAŠEVANJE NA PLATFORMI GOOGLE ADS

SKLOP 2 – OGLAŠEVANJE NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

SKLOP 3 – OGLAŠEVANJE V SPLETNIH IN NESPLETNIH MEDIJIH

Ponudnik lahko odda ponudbo za posamezen sklop, dva sklopa ali za vse sklope. Naročnik bo štel, da je ponudnik oddal ponudbo za tisti sklop, za katerega bo navedel ponudbeno ceno v predračunu (Priloga 10). Ponudnik mora ponuditi vse storitve iz posameznega sklopa, za katerega oddaja ponudbo.

IV. SKLOP 1 – OGLAŠEVANJE NA PLATFORMI GOOGLE ADS

NAMEN OGLAŠEVANJA

Povečanje prepoznavnosti Ljubljane z regijo Osrednja Slovenija kot turistične destinacije na ključnih ciljnih trgih s pomočjo zakupljenih oglasnih vsebin. Povečati prepoznavanje, doseg potencialnih obiskovalcev destinacije in nakupe izbranih produktov Turizma Ljubljana.

SPLOŠNI CILJI OGLAŠEVANJA

- Povečati prepoznavnost blagovne znamke destinacije in ostalih izbranih blagovnih znamk v upravljanju Turizem Ljubljana.
- Povečati obisk izbranih vsebin spletnega mesta.
- Povečati nakupe izbranih produktov in storitev Turizma Ljubljana.
- Povečati obisk destinacije s poudarkom na privabljanju zahtevnejših oz. "high value" gostov, ki iščejo raznolika in kakovostna doživetja.
- Povečati število nočitev na destinaciji.

STORITVE OGLAŠEVANJA

V SKLOP 1 se uvrščajo storitve medijskega zakupa v zahtevanih formatih na platformi Google Ads. S ključnimi besedami želimo ujeti fazo planiranja obiskovalcev. Poleg medijskega zakupa je predmet tega sklopa tudi oblikovanje oglasov po izhodiščih naročnika ali posredovanih CGP-jih posameznih produktov oziroma blagovnih znamk, prevodi, postavitve, spremljanje in optimizacija kampanje, priprava mesečnih in končnega poročila po dogovoru z naročnikom.

KANALI OGLAŠEVANJA

1. **Google SEM oz. iskalni marketing**
 - Postavitev **do 40 različnih** odzivnih tekstovnih oglasov za iskalno omrežje (t.i. responsive search ads) na posamezen trg tekom obdobja trajanja kampanje (različne tematike po trgih, izvajalec prejme vsebinska izhodišča, za prevode z nativnimi govorniki poskrbi izvajalec).
 - Oglase se prilagodi glede na ciljne persone na posameznem trgu. Isto tematiko se torej vsebinsko prilagodi personam na izbranem trgu.
2. **YouTube remarketing kampanja**
 - Postavitev YouTube kampanje s posnetki naročnika (**do 3 posnetki na trg**).

Naročnik lahko zahteva do 3 korekture oglasov znotraj vključenih stroškov za posamezen format oglasa. Dodatne korekture se obračunajo dodatno.

Predvidena porazdelitev sredstev:

- Google SEM oz. iskalni marketing: **70 %**.
- YouTube remarketing kampanja: **30 %**.

Sredstva se lahko med formati prerazporejajo po dogovoru med izvajalcem in naročnikom, dokler zadostijo navedenim ciljem kampanje.

Cilji oglaševanja, ki jih mora doseči izvajalec do izteka pogodbe:

1. Google SEM oz. iskalni marketing: vsaj **105.200 klikov na oglase (Ad Clicks)**, vsaj **20 % povečanje prodaje izbranih produktov** glede na preteklo obdobje.
2. YouTube remarketing kampanja: vsaj **930.000 ogledov videooglasov (Ad Video Views)**.

Predviden oglaševalski načrt

1. Google SEM oz. iskalni marketing

Država	% predvidenih sredstev	Vsebina	Predvideno število oglasov*	Cilj
Slovenija	20 %	Oglaševanje doživetij Turizma Ljubljana tujim obiskovalcem, ki so že na destinaciji s ciljem prodaje le-teh.	2 oglasa na produkt x 5 jezikov = 40	nakupi
Nemčija	20 %	Oglaševanje vsebin spletnega portala visitljubljana.com potencialnim obiskovalcem iz Nemčije, ki v iskalniku iščejo informacije o počitnicah (v Sloveniji/ Ljubljani).	12	Kliki na oglase
ZDA	20 %	Oglaševanje vsebin spletnega portala visitljubljana.com potencialnim obiskovalcem iz ZDA, ki v iskalniku iščejo informacije o počitnicah (v Sloveniji/ Ljubljani).	12	Kliki na oglase
Velika Britanija	20 %	Oglaševanje vsebin spletnega portala visitljubljana.com potencialnim obiskovalcem iz Velike Britanije, ki v iskalniku iščejo informacije o počitnicah (v Sloveniji/ Ljubljani).	12	Kliki na oglase
Italija	20 %	Oglaševanje vsebin spletnega portala visitljubljana.com potencialnim obiskovalcem iz Italije, ki v iskalniku iščejo informacije o počitnicah (v Sloveniji/ Ljubljani).	12	Kliki na oglase

2. Youtube remarketing kampanja

Država	% predvidenih sredstev	Vsebina	Predvideno število oglasov	Cilj
Nemčija	20 %	Izbrani videi iz naročnikovega Youtube kanala s sodobno estetiko za remarketing.	3	Ogledi videooglasov
ZDA	20 %	Izbrani videi iz naročnikovega Youtube kanala s sodobno estetiko za remarketing.	3	Ogledi videooglasov
Velika Britanija	20 %	Izbrani videi iz naročnikovega Youtube kanala s sodobno estetiko za remarketing.	3	Ogledi videooglasov
Italija	20 %	Izbrani videi iz naročnikovega Youtube kanala s sodobno estetiko za remarketing.	3	Ogledi videooglasov
Avstrija	20 %	Izbrani videi iz naročnikovega Youtube kanala s sodobno estetiko za remarketing.	3	Ogledi videooglasov

Vsi oglasi morda ne bodo aktivni celotno trajanje kampanje, dodajajo in (de)aktivirajo se sproti v koordinaciji z naročnikom in izvajalcem. Prav tako se po dogovoru določi, kdaj bo oglaševanje aktualno

na posameznem trgu. Naročnik se lahko tekom kampanje odloči za zmanjšanje števila trgov, spreminjanje deleža proračuna med trgi in preusmeritev sredstev zakupa v preostale trge ter za spremembo vsebin.

DOLŽNOSTI IZVAJALCA

- Pripravo strategije oglaševalske kampanje, ki vključuje določitev ciljev, segmentacijo ciljne skupine in opredelitev ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI).
- Izvedbo zakupa medijskega prostora.
- Pristop, ki bo zagotovil maksimalen doseg in relevantnost oglasov naročnika.
- Vzpostavitev kampanje na izbranih trgih z izbranimi oglasi po dogovoru z naročnikom do termina po dogovoru.
- Prilagoditve oglasov v primeru slabše uspešnosti - prilagoditve vsebin ali grafik oglasov.
- Izvajalec mora med potekom oglaševanja pošiljati mesečna poročila o opravljenih storitvah upravljanja in optimizacije oglaševalske kampanje vsak drugi delovni dan v mesecu.
- Naročnik izbranemu izvajalcu omogoči dostop do računa Google Analytics ter do oglaševalskega računa Google Ads, v katerem se izvajajo kampanje. Izvajalec lahko računa med seboj poveže zaradi potrebe po optimizaciji kampanj in analiziranja rezultatov. Po izteku pogodbe je izvajalec dolžan odstraniti svoj dostop do vseh povezanih računov ter naročniku predati morebitne lastniške pravice, če je bil oglaševalski račun ustvarjen v okviru sodelovanja.
- Po plačilu prejetih računov preidejo vse materialne avtorske pravice, vključno s pravico do spreminjanja materiala, na naročnika. Izvajalec naročniku preda oblikovne rešitve v formatu datotek, ki omogoča prosto urejanje.

Račune izvajalec izdaja mesečno za preteklo obdobje, pri čemer mora biti na računu razvidno:

- **Strošek agencijske storitve**, je razdeljen na mesečne obroke (letni strošek agencijske storitve deljen z dvanajstimi meseci).
- **Strošek medijskega zakupa**, ki vključuje zakupljene oglasne prostore in platforme;

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe opredelil specifikacijo za posamezno promocijsko kampanjo ali aktivnost in aktivnosti naročal po potrebi, predvidoma mesečno.

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe za SKLOP 1 naročal le tiste storitve, ki jih bo dejansko potreboval in za katere bo imel zagotovljena finančna sredstva.

DOSTOPI IN POROČILA

Naročnik izbranemu izvajalcu omogoči dostop do Google Analytics 4 računa, katerega izbrani izvajalec poveže z Google Ads računom, v katerem se izvaja kampanja. Izvajalec zagotovi ustrezno beleženje vseh predvidenih konverzij na spletnem mestu.

Naročnik mora imeti zagotovljen stalen dostop do oglaševalskih računov Google Ads, na katerih se izvaja kampanja, ter s tem možnost samostojnega vpogleda in spremljanja kampanje, generiranja poročil, idr. Izvajalec v ta namen omogoči, da naročnik oglaševalske račune Google Ads, na katerih se izvaja kampanja, doda v svoj Google Ads Manager (MCC) račun, ki vsebuje zgodovino preteklih oglaševalskih kampanj.

Poročila o poteku kampanje izvajalec zagotavlja mesečno, za preteklo mesečno obdobje, in sicer vedno drugi delovni dan v mesecu v dogovorjenem formatu.

Po končani kampanji izvajalec zagotovi poročilo po parametrih, dogovorjenih z naročnikom.

OCENJENA VREDNOST ZA SKLOP 1: 91.000,00 EUR brez DDV oz. 111.020,00 EUR z DDV

Ocenjena vrednost vključuje:

- **Agencijsko storitev**, ki vključuje vse storitve agencije razen zakupa: agencijsko provizijo in produkcijske stroške, optimizacijo kampanje, tekoče upravljanje, mesečna poročila z analizo in evalvacijo ter končno poročilo po izvedbi kampanje.
- **Zakup oglasnega prostora (t. i. medijski zakup)**, ki vključuje zakup oglasnega prostora znotraj platforme Google Ads (stroški, ki se plačajo platformi).

V primeru, da bodo naročniku dodeljena dodatna sredstva iz naslova delitve dela turistične takse in koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo, bo naročnik na podlagi 1. točke prvega odstavka 95. člena ZJN-3 povečal obseg predmeta javnega naročila za SKLOP 1, vendar **ne več kot skupno za 27.300,00 EUR brez DDV oz. 33.306,00 EUR z DDV**, kar zajema tako strošek agencijske storitve, kot tudi strošek zakupa oglasnega prostora. V tem primeru se bo z izbranim izvajalcem sklenil dodatek k pogodbi, s katerim se bo obdobje izvajanja podaljšalo, storitve pa se bodo obračunavale na enak način in pod pogoji, določenimi s pogodbo.

OBDOBJE IZVAJANJA

12 mesecev od sklenitve pogodbe z možnostjo podaljšanja.

ZAHTEVANE REFERENCE

Gospodarski subjekt je v obdobju zadnjih štirih (4) letih pred rokom za oddajo ponudb uspešno izvedel vsaj dva primerljiva posla. Za primerljiv posel se šteje izvedba storitev oglaševanja na slovenskem in/ali tujih trgih znotraj platforme Google Ads, pri čemer je skupna letna vrednost posameznega posla **preseгла 50.000,00 EUR brez DDV**. V skupno vrednost je vključen tako strošek medijskega zakupa kot agencijska storitev. (Priloga 4A)

ZAHTEVANI CERTIFIKATI

Gospodarski subjekt mora imeti status certificiranega partnerja programa Google Ads. Gospodarski subjekt mora za upravljanje oglaševalske kampanje naročnika zagotoviti osebe (lahko ena oseba oziroma več oseb skupaj), ki imajo certifikat kvalificiranega posameznika Google Ads ter znotraj certifikata opravljen izpit:

- oglaševanje v iskalnem omrežju (priloga 5A).

MERILA ZA ODDAJO JAVNEGA NAROČILA

Merilo za oddajo javnega naročila za SKLOP 1 je ekonomsko najugodnejša ponudba, določena na podlagi merila **najnižje ponudbene cene agencijske storitve** (Predračun – Priloga 10). Ceno ponudnik zapiše v EUR (brez DDV). Naročnik bo kot ekonomsko najugodnejšo ponudbo upošteval tisto ponudbo, ki bo ob izpolnjevanju vseh zahtev iz razpisne dokumentacije vsebovala najnižjo ponudbeno ceno v EUR (brez DDV), zaokroženo na dve decimalni mesti natančno.

V ceno agencijske storitve morajo ponudniki zajeti **vse stroške agencije**, ki so neizogibni za izvedbo storitev oglaševanja na želenih oglaševalskih kanalih. Sem sodijo tako storitve vodenja projekta in provizija kot različni izvedbeni stroški.

V agencijsko storitev **naj ne bodo vključeni stroški**, ki se nanašajo na zakup medijskega oziroma oglaševalskega prostora.

V primeru dveh ali več najugodnejših ponudnikov z enako ponudbeno ceno bo naročnik izbral najugodnejšega ponudnika z žrebom. Na žrebanje bo naročnik povabil oba ponudnika oz. vse ponudnike, ki so ponudili enake najnižje ponudbene cene. Izmed ponudnikov, ki so ponudili enako najnižjo ponudbeno ceno, bo izbran tisti ponudnik, ki bo prvi izžreban. O žrebu bo voden zapisnik, kateri bo posredovan ponudniku, ki se žreba ne udeleži.

V. SKLOP 2 – OGLAŠEVANJE NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

NAMEN OGLAŠEVANJA

Povečanje prepoznavnosti Ljubljane z regijo Osrednja Slovenija kot turistične destinacije na ključnih ciljnih trgih s pomočjo zakupljenih oglasnih vsebin. Povečati prepoznavanje, doseg potencialnih obiskovalcev destinacije in nakupe izbranih produktov Turizma Ljubljana.

SPLOŠNI CILJI OGLAŠEVANJA

- Povečati prepoznavnost blagovne znamke destinacije in ostalih blagovnih znamk v upravljanju javnega zavoda Turizem Ljubljana.
- Povečati obisk izbranih vsebin spletnega mesta.
- Povečati nakupe izbranih produktov in storitev Turizma Ljubljana.
- Povečati obisk destinacije s poudarkom na privabljanju zahtevnejših oz. "high value" gostov, ki iščejo raznolika in kakovostna doživetja.
- Povečati število nočitev na destinaciji.

STORITVE OGLAŠEVANJA

V SKLOP 2 se uvrščajo storitve medijskega zakupa in planiranja v zahtevanih formatih na platformah Meta (Facebook in Instagram), TikTok, LinkedIn in v mreži nativnega ali programatičnega oglaševanja.

KANALI OGLAŠEVANJA

1. **Meta oglaševalski kanali (Facebook in Instagram)**
 - Do 15 vsebin (predvidene vsebine, ki se lahko tekom trajanja pogodbe zamenjajo/ spremenijo, naročnik sporoči spremembe pravočasno).
 - Do 30 statičnih oglasov na posamezen trg, do 15 dinamičnih/animiranih oglasov (video/carousel) na posamezen trg, sponzoriranje izbranih objav naročnika.
2. **LinkedIn**
 - Predvidena eno do dvomesečna kampanja po dogovoru z naročnikom.
3. **TikTok oglaševanje (Spark Ads)**
 - Oglaševanje viralnih uporabniških vsebin.
 - Remarketing kampanje + novi UGC materiali.
 - Promocija (boostanje) obstoječih objav.
4. **Nativno ali programatično oglaševanje**
 - Do 8 vsebin, do 10 oglasov (oblika oglasa odvisna od platforme) na posamezen trg.

Trajanje kampanj je odvisno od vsebin. Predvidene so kontinuirane kampanje (po dogovoru z naročnikom) do izteka pogodbe.

Predvidena porazdelitev sredstev:

1. Meta oglaševalski kanali (Facebook in Instagram): 60 %
2. LinkedIn oglaševanje: 10 %
3. TikTok oglaševanje (Spark Ads): 10 %
4. Nativno ali programatično oglaševanje: 20 %

Sredstva se lahko med formati prerazporejajo po dogovoru med izvajalcem in naročnikom, dokler zadostijo navedenim ciljem kampanje.

Cilji oglaševanja, ki jih mora doseči izvajalec do izteka pogodbe:

1. **Meta oglaševalski kanali (Facebook in Instagram):** vsaj 250.000 klikov na povezave (Link Clicks), povečanje prodaje produktov za 10 % glede na preteklo obdobje. Vsaj 9.000.000 prikazov na oglase, katerih cilj kampanje je promet (traffic). Kampanje na klik (CPC/promet na spletno stran): 70 %. Kampanje na doseg (Reach / ozaveščanje): 30 %.
2. **LinkedIn oglaševanje:** doseči približno 330.000 prikazov (impressions) v obdobju 2 mesecev in pridobiti približno 3.600 klikov na kampanjo v obdobju 2 mesecev.
3. **TikTok oglaševanje (Spark Ads):** doseči vsaj 1.500.000 prikazov videov skupaj.
4. **Nativno ali programatično oglaševanje:** vsaj 430.000 prikazov in cca 30.000 klikov, če je cilj kampanje klik.

Predviden oglaševalski načrt

1. Meta oglaševalski kanali (Facebook in Instagram)

Država	% predvidenih sredstev	Predvideno število oglasov	Cilj
Slovenija	20 %	2 oglasa na produkt x 5 jezikov = 40	nakupi
		20	Kliki na povezave ali prikazi
Nemčija	16 %	45	Kliki na povezave ali prikazi
Avstrija	16 %	45	Kliki na povezave ali prikazi
Italija	16 %	45	Kliki na povezave ali prikazi
Hrvaška	16 %	45	Kliki na povezave ali prikazi

2. LinkedIn

Država	% predvidenih sredstev	Predvideno število oglasov	Cilj
Nemčija	25 %	2	Kliki na povezave ali prikazi
Francija	25 %	2	Kliki na povezave ali prikazi
Beneluks	25 %	2	Kliki na povezave ali prikazi
Velika Britanija	25 %	2	Kliki na povezave ali prikazi

3. TikTok oglaševanje (Spark Ads)

Država	% predvidenih sredstev	Predvideno število oglasov	Cilj
Slovenija	30 %	10	Kliki na povezave ali prikazi
Nemčija	20 %	8	Kliki na povezave ali prikazi
Avstrija	20 %	8	Kliki na povezave ali prikazi
Italija	16 %	5	Kliki na povezave ali prikazi
Hrvaška	16 %	5	Kliki na povezave ali prikazi

4. Nativno ali programatično oglaševanje

Država	% predvidenih sredstev	Predvideno število oglasov	Cilj
Nemčija	25 %	10	Kliki na oglas
Avstrija	25 %	10	Kliki na oglas
Italija	25 %	10	Kliki na oglas
Hrvaška	25 %	10	Kliki na oglas

Vsi oglasi morda ne bodo aktivni celotno trajanje kampanje, dodajajo in (de)aktivirajo se sproti v koordinaciji z naročnikom in izvajalcem. Prav tako se po dogovoru določi, kdaj bo oglaševanje aktualno na posameznem trgu. Naročnik se lahko tekom kampanje odloči za zmanjšanje števila trgov, spreminjanje deleža proračuna med trgi in preusmeritev sredstev zakupa v preostale trge ter za spremembo vsebin.

DOLŽNOSTI IZVAJALCA

- Priprava in nastavitve oglaševalske kampanje, vključno z določanjem ciljev, ciljne skupine in ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI).
- Izvedbo zakupa medijskega prostora.
- Pristop, ki bo zagotovil maksimalen doseg in relevantnost oglasov naročnika.
- Vzpostavitev kampanje na izbranih trgih z izbranimi oglasi po dogovoru z naročnikom.
- Optimizacija manj uspešnih oglasov.
- Spremljanje komentarjev in odzivi v koordinaciji z naročnikom.
- Izvajalec mora med potekom oglaševanja pošiljati mesečna poročila o opravljenih storitvah upravljanja in optimizacije oglaševalske kampanje vsak drugi delovni dan v mesecu.

- Dostop do oglaševalskih računov in analitike: naročnik izbranemu izvajalcu omogoči dostop do računa, da lahko naročnik sproti spremlja potek kampanje in vmesne rezultate. Če to platforma omogoča, jo izvajalec poveže z Google Analytics računom naročnika.
- Po plačilu prejetih računov preidejo vse materialne avtorske pravice na naročnika.

Račune izvajalec izdaja mesečno za preteklo obdobje, pri čemer mora biti na računu razvidno:

- **Agencijsko storitev**, ki vključuje vse storitve agencije razen zakupa: agencijsko provizijo in produkcijske stroške, optimizacijo kampanje, tekoče upravljanje, mesečna poročila z analizo in evalvacijo ter končno poročilo po izvedbi kampanje.
- **Zakup oglasnega prostora (t. i. medijski zakup)**, ki vključuje zakup oglasnega prostora znotraj izbranih omrežij (stroški, ki se plačajo omrežju).

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe opredelil specifikacijo za posamezno promocijsko kampanjo ali aktivnost in aktivnosti naročal po potrebi, predvidoma mesečno oziroma po fazah.

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe za SKLOP 2 naročal le tiste storitve, ki jih bo dejansko potreboval in za katere bo imel zagotovljena finančna sredstva.

DOSTOPI IN POROČILA

Naročnik izbranemu izvajalcu omogoči dostop do Google Analytics 4 računa, katerega izbrani izvajalec uporabi za nastavitve sledenja kampanjam.

Naročnik mora imeti zagotovljen stalen dostop do oglaševalskih računov, na katerih se izvaja kampanja, ter s tem možnost samostojnega vpogleda in spremljanja kampanje, generiranja poročil, idr. Izvajalec v ta namen omogoči poseben dostop in ga preda naročniku.

Poročila o poteku kampanje izvajalec zagotavlja mesečno, za preteklo mesečno obdobje. Prvi delovni dan v mesecu izvajalec posreduje skupne želene statistike po dogovoru z naročnikom, peti delovni dan pa posreduje poglobljeno poročilo v naknadno dogovorjenem formatu.

Po končani kampanji izvajalec zagotovi poročilo po parametrih, dogovorjenih z naročnikom.

OCENJENA VREDNOST ZA SKLOP 2: 98.000,00 EUR brez DDV oz. 119.560,00 EUR z DDV

Ocenjena vrednost vključuje:

- **Agencijsko storitev**, ki vključuje vse storitve agencije razen zakupa: agencijsko provizijo, nastavitve in optimizacijo kampanj, tekoče upravljanje, mesečna poročila z analizo in končno poročilo po izvedbi kampanje.
- **Zakup oglasnega prostora**, ki vključuje zakup oglasnega prostora znotraj izbranih platform (stroški, ki se plačajo posamezni platformi).

V primeru, da bodo naročniku dodeljena dodatna sredstva iz naslova delitve dela turistične takse in koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo, bo naročnik na podlagi 1. točke prvega odstavka 95. člena ZJN-3 povečal obseg predmeta javnega naročila za SKLOP 2, vendar ne več kot skupno za **29.400,00 EUR brez DDV oz. 35.868,00 EUR z DDV**, kar zajema tako strošek agencijske storitve, kot tudi strošek zakupa oglasnega prostora. V tem primeru se bo z izbranim izvajalcem sklenil aneks k pogodbi, s katerim se bo obdobje izvajanja podaljšalo, storitve pa se bodo obračunavale na enak način in pod pogoji, določenimi s pogodbo.

OBD OBJE IZVAJANJA

12 mesecev od sklenitve pogodbe z možnostjo podaljšanja.

ZAHTEVANE REFERENCE

Gospodarski subjekt je v obdobju zadnjih štirih (4) letih pred rokom za oddajo ponudb uspešno izvedel vsaj dva primerljiva posla. Za primerljiv posel se šteje izvedba storitev oglaševanja na slovenskem in/ali tujih trgih znotraj platforme Meta, pri čemer je skupna letna vrednost posameznega posla presegla 30.000,00 EUR brez DDV. V skupno vrednost je vključen tako strošek medijskega zakupa kot agencijska storitev. (Priloga 4B)

MERILA ZA ODDAJO JAVNEGA NAROČILA

Merilo za oddajo javnega naročila za SKLOP 2 je ekonomsko najugodnejša ponudba, določena na podlagi merila najnižje ponudbene cene agencijske storitve (Predračun – Priloga 10). Ceno ponudnik zapiše v EUR (brez DDV). Naročnik bo kot ekonomsko najugodnejšo ponudbo upošteval tisto ponudbo, ki bo ob izpolnjevanju vseh zahtev iz razpisne dokumentacije vsebovala najnižjo ponudbeno ceno v EUR (brez DDV), zaokroženo na dve decimalni mesti natančno.

V ceno agencijske storitve morajo ponudniki zajeti vse stroške agencije, ki so neizogibni za izvedbo storitev oglaševanja na zelenih oglaševalskih kanalih. Sem sodijo tako storitve vodenja projekta in provizija kot različni izvedbeni stroški.

V agencijsko storitev naj ne bodo vključeni stroški, ki se nanašajo na zakup medijskega oziroma oglaševalskega prostora.

V primeru dveh ali več najugodnejših ponudnikov z enako ponudbeno ceno bo naročnik izbral najugodnejšega ponudnika z žrebom. Na žrebanje bo naročnik povabil oba ponudnika oz. vse ponudnike, ki so ponudili enake najnižje ponudbene cene. Izmed ponudnikov, ki so ponudili enako najnižjo ponudbeno ceno, bo izbran tisti ponudnik, ki bo prvi izžreban. O žrebu bo voden zapisnik, kateri bo posredovan ponudniku, ki se žreba ne udeleži.

VI. SKLOP 3 – OGLAŠEVANJE V SPLETNIH IN NESPLETNIH MEDIJIH

NAMEN OGLAŠEVANJA

Povečanje prepoznavnosti Ljubljane z regijo Osrednja Slovenija kot turistične destinacije na ključnih ciljnih trgih s pomočjo zakupljenih oglasnih vsebin. Povečati prepoznavanje, doseg potencialnih obiskovalcev destinacije in nakupe izbranih produktov Turizma Ljubljana.

SPLOŠNI CILJI OGLAŠEVANJA

- Povečati prepoznavnost blagovne znamke destinacije in ostalih izbranih blagovnih znamk v upravljanju javnega zavoda Turizem Ljubljana.
- Povečati obisk izbranih vsebin spletnega mesta.
- Povečati nakupe izbranih produktov in storitev Turizma Ljubljana.
- Povečati obisk destinacije s poudarkom na privabljanju zahtevnejših oz. "high value" gostov, ki iščejo raznolika in kakovostna doživetja.
- Povečati število nočitev na destinaciji.

STORITVE OGLAŠEVANJA

V SKLOP 3 se uvrščajo storitve medijskega zakupa v spletnih in nespletnih medijih. Spletni medij se nanaša na vsebine, ki so dostopne preko interneta. To vključuje spletne strani, družbena omrežja, e-pošto, digitalne oglase in podobno. Nespletni mediji pa zajemajo tradicionalne medije, kot so tiskane revije, televizija, radio, plakate in podobno.

KANALI OGLAŠEVANJA

Nabor medijev se bo določil sproti, glede na potrebe naročnika v okviru posameznih kampanj. Izvajalec bo po potrebi pripravil medijski načrt oglaševanja za posamezno kampanjo z določitvijo ustreznih

medijev po izbranih trgih. Oglaševanje bo pokrivalo tako Slovenijo kot bližnje in oddaljene tuje trge. Nabor izbranih trgov se lahko tekom trajanja pogodbe zaradi različnih faktorjev in hitro spreminjajoče se narava potovalne industrije tudi spremeni.

Primarni trgi za oglaševanje:

- Slovenija
- Italija
- Avstrija
- Hrvaška
- Nemčija
- ZDA
- Velika Britanija

Sekundarni trgi za oglaševanje:

- Nizozemska
- Španija
- Danska

Trajanje kampanj je odvisno od vsebin. Predvidene so kontinuirane kampanje (po dogovoru z naročnikom) do izteka pogodbe.

DOLŽNOSTI IZVAJALCA

- Nastavitev načrta medijskega zakupa (po dogovoru z naročnikom).
- Izvedbo zakupa medijskega prostora.
- Vzpostavitev kampanje na izbranih trgih z izbranimi oglasi po dogovoru z naročnikom.
- Izvajalec mora med potekom oglaševanja pošiljati mesečna poročila o opravljenih storitvah upravljanja in optimizacije oglaševalske kampanje vsak drugi delovni dan v mesecu.
- Po plačilu prejetih računov preidejo vse materialne avtorske pravice, vključno s pravico do spreminjanja materiala, na naročnika.

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe za SKLOP 3 opredelil specifikacijo za posamezno promocijsko kampanjo ali aktivnost in aktivnosti naročal po potrebi, predvidoma mesečno oziroma po fazah.

Takrat bo naročnik izvajalcu predal naslednje specifikacije:

- želeni produkti ali projekti za izpostavitve,
- želeni kanali ali mediji oglaševanja (opredelitev tematike, doseg/naklada, ciljne skupine),
- format oglasnih vsebin,
- število oglasov ali pristajalnih strani,
- ciljne skupine,
- terminski načrt oglaševanja,
- dodatne specifične pogoje in cilje.

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe za SKLOP 3 naročal le tiste storitve, ki jih bo dejansko potreboval in za katere bo imel zagotovljena finančna sredstva.

DOSTOPI IN POROČILA

Poročila o poteku kampanje izvajalec zagotavlja mesečno, za preteklo mesečno obdobje, drugi delovni dan v mesecu.

Po končani kampanji izvajalec zagotovi poročilo po parametrih, dogovorjenih z naročnikom.

OCENJENA VREDNOST ZA SKLOP 3: 115.000,00 EUR brez DDV oz. 140.300,00 EUR z DDV

Ocenjena vrednost vključuje:

- **Agencijsko storitev**, ki vključuje vse storitve agencije razen zakupa: agencijsko provizijo, zasnovo novih kampanj, oglasno kreativno in produkcijske stroške, pripravo medijskih načrtov, pripravo besedila, izdelavo in prevode oglasov, optimizacijo kampanje, tekoče upravljanje, mesečna poročila z analizo in končno poročilo po izvedbi kampanje.
- **Zakup oglasnega prostora**, ki vključuje zakup oglasnega prostora (stroški, ki se plačajo posameznemu mediju).

V primeru, da bodo naročniku dodeljena dodatna sredstva iz naslova delitve dela turistične takse in koncesijskih dajatev od posebnih iger na srečo, bo naročnik na podlagi 1. točke prvega odstavka 95. člena ZJN-3 povečal obseg predmeta javnega naročila za SKLOP 3, vendar **ne več kot skupno za 34.500,00 EUR brez DDV oz. 42.090,00 EUR z DDV**, kar zajema tako strošek agencijske storitve, kot tudi strošek zakupa oglasnega prostora. V tem primeru se bo z izbranim izvajalcem sklenil dodatek k pogodbi, s katerim se bo obdobje izvajanja podaljšalo, storitve pa se bodo obračunavale na enak način in pod pogoji, določenimi s pogodbo.

OBDOBJE IZVAJANJA

12 mesecev od sklenitve pogodbe z možnostjo podaljšanja.

ZAHTEVANE REFERENCE

Gospodarski subjekt je v obdobju zadnjih štirih (4) letih pred rokom za oddajo ponudb uspešno izvedel vsaj dva primerljiva posla. Za primerljiv posel se šteje izvedba storitev oglaševanja na slovenskem in/ali tujih trgih v tiskanih medijih ali zunanjih površinah, pri čemer je skupna letna vrednost posameznega posla **preseгла 20.000,00 EUR brez DDV**. V skupno vrednost je vključen tako strošek medijskega zakupa kot agencijska storitev. (Priloga 4C)

MERILA ZA ODDAJO JAVNEGA NAROČILA

Merilo za oddajo javnega naročila za SKLOP 3 je ekonomsko najugodnejša ponudba, določena na podlagi naslednjih podmeril (Predračun – Priloga 10):

- o Agencijska provizija (A1),
- o Cena storitev (A2).

Naročnik bo kot ekonomsko najugodnejšo ponudbo upošteval tisto ponudbo, ki bo ob izpolnjevanju vseh zahtev iz razpisne dokumentacije dosegla najvišje skupno število točk (S), izračunano na sledeči način:

$$S = A1 + A2$$

Najvišje možno skupno število točk je 100. Točke se izračunajo na dve decimalki. V primeru da bo več ponudnikov doseglo enako število točk, bo izbran ponudnik z višjim številom točk pri podmerilu A1.

Naročnik bo upošteval podmerila na naslednji način:

Agencijska provizija (A1): najvišje možno število točk pri tem podmerilu je 50 točk.

Pri vrednotenju pod-merila agencijske provizije (storitev vodenja projekta*) se določi relativno razmerje med najnižjo agencijsko provizijo v % od vrednosti medijskega zakupa ($A1_{min}$) in agencijsko provizijo ocenjevanega ponudnika v % od vrednosti medijskega zakupa ($A1_p$), izračunano na sledeči način:

$$A1 = 50 \times (A1_{min} / A1_p)$$

* V vodenje projekta so všteti tudi morebitni medijski načrti tekom poteka kampanje. Agencijska provizija NE SME preseči 20 % vrednosti zakupa oziroma bo takšna ponudba izločena.

Cena storitev (A2): najvišje možno število točk pri tem podmerilu je 50 točk.

Pri vrednotenju podmerila cene storitev se določi relativno razmerje med najnižjo skupno ceno storitev v EUR brez DDV ($A2_{\min}$) in skupno ceno storitev ocenjevanega ponudnika v EUR brez DDV ($A2_p$), izračunano na sledeči način:

$$A2 = 50 \times (A2_{\min} / A2_p)$$

VII. OBLIKOVANJE OGLASNIH KREATIV

Oblikovanje kreativ za oglaševanje, ki obsega komunikacijsko, idejno in kreativno zasnovano, produkcijo različnih oglasnih vsebin na različnih spletnih in nespletnih oglasnih platformah ter na različnih trgih za SKLOP 2 in SKLOP 3, ni predmet tega javnega naročila. Ponudnike za storitve oblikovanja oglasov bomo izbirali s pozivom k oddaji ponudbe.

V javnem naročilu oglaševanje za leti 2025 in 2026, bomo ločili medijski zakup in oblikovanje oglasnih kreativ. Naročilo za oblikovanje oglasnih kreativ bomo izvedli ločeno v okviru evidenčnih naročil po posameznih sklopih. Evidenčna naročila za oblikovanje oglasnih kreativ ne smejo presegati 20% celotne vrednosti javnega naročila, tj. **50.098,36 EUR brez DDV oz. 61.120,00 EUR z DDV.**

VSEBINSKE USMERITVE (TEMATSKI SKLOPI) ZA OBLIKOVANJE OGLASNIH KREATIV

- **Sodelovanje z meščani:** Teden ljubljanskega turizma, Turizem dela Ljubljano.
- **Kultura:** December v Ljubljani, LUV fest, kultura in umetnost.
- **Prodajni produkti in storitve:** Edinstvena doživetja, kreativne rokodelske delavnice, darilni boni in Ljubljanska turistična kartica Urbana.
- **Regija Osrednja Slovenija:** kolesarstvo in pohodništvo.
- **Gastronomija:** November Gourmet, Okusi Ljubljane, LQ.
- **Poslovni turizem.**
- **Trajnost in Zero Waste model.**

VIII. RAZLOGI ZA IZKLJUČITEV IN POGOJI ZA SODELOVANJE

Pri gospodarskem subjektu ne smejo obstajati razlogi za izključitev, hkrati pa mora izpolnjevati pogoje za sodelovanje, ki so določeni v tej razpisni dokumentaciji. V primeru, da gospodarski subjekt nastopa v skupni ponudbi, s podizvajalci, ali se sklicuje na druge subjekte, katerih zmogljivosti uporabi glede izpolnjevanja pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem ter tehnično in strokovno sposobnostjo (v skladu z 81. členom ZJN-3), mora pogoje, kjer je to v razpisni dokumentaciji določeno, izpolnjevati tudi vsak od partnerjev v primeru skupne ponudbe, vsak izmed podizvajalcev, ki jih gospodarski subjekt v ponudbi navede, ter drugi subjekti, katerih zmogljivosti uporabi gospodarski subjekt glede izpolnjevanja pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem ter tehnično in strokovno sposobnostjo (v skladu z 81. členom ZJN-3).

Naročnik bo sam pridobil potrdila o podatkih, ki se nanašajo na priznanje sposobnosti in se vodijo v uradnih evidencah državnih organov, organov lokalnih skupnosti ali nosilcih javnih pooblastil oziroma bo pozval gospodarski subjekt, da v postavljenem roku predloži ustrezna potrdila, ki se nanašajo na podatke o priznanju sposobnosti in se ne vodijo v uradnih evidencah državnih organov, organov

lokalnih skupnosti ali nosilcev javnih pooblastil. Če pozvani gospodarski subjekt v postavljenem roku naročniku ne bo predložil zahtevanih potrdil, bo naročnik njegovo ponudbo izločil.

Če država, v kateri ima gospodarski subjekt svoj sedež, ne izdaja zahtevanih dokumentov, lahko gospodarski subjekt predloži zapriseženo izjavo oziroma izjavo določene osebe, ki mora biti podana pred pristojnim pravosodnim ali upravnim organom, notarjem ali pred pristojno poklicno ali trgovinsko organizacijo v matični državi te osebe ali v državi, kjer ima gospodarski subjekt sedež.

Izbrani gospodarski subjekt bo moral v roku osmih dni od prejema naročnikovega poziva posredovati podatke o:

- svojih ustanoviteljih, družbenikih, delničarjih, komanditistih ali drugih lastnikov in podatke o lastniških deležih navedenih oseb;
- gospodarskih subjektih, za katere se glede na določbe zakona, ki ureja gospodarske družbe, šteje, da so z njim povezane družbe.

Če gospodarski subjekt predloži lažno izjavo oziroma poda neresnične podatke o navedenih dejstvih, ima to za posledico ničnost pogodbe.

RAZLOGI ZA IZKLJUČITEV	
<p>1. Naročnik bo iz sodelovanja v postopku javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, če bo pri preverjanju v skladu s 77., 79. in 80. členom ZJN-3 ugotovil ali bo drugače seznanjen, da je bila gospodarskemu subjektu ali osebi, ki je članica upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa tega gospodarskega subjekta ali ki ima pooblastila za njegovo zastopanje ali odločanje ali nadzor v njem, izrečena pravnomočna sodba, ki ima elemente kaznivih dejanj, določenih v prvem odstavku 75. člena ZJN-3, ali za primerljiva kazniva dejanja, ki so jih izrekla tuja sodišča. Gospodarski subjekt, ki je v zgoraj navedenem položaju, lahko naročniku skladno z devetim odstavkom 75. člena ZJN-3 najpozneje do roka za oddajo ponudb predloži dokazila, da je sprejel zadostne ukrepe, s katerimi lahko dokaže svojo zanesljivost kljub obstoju razloga za izključitev.</p> <p>Neobstoj razloga za izključitev mora izkazati ponudnik, vsak izmed partnerjev v primeru skupne ponudbe, nominirani podizvajalci, ter drugi subjekti, katerih zmogljivosti uporabi gospodarski subjekt glede izpolnjevanja pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem ter tehnično in strokovno sposobnostjo (v skladu z 81. členom ZJN-3).</p>	<p>DOKAZILO: Izpolnjen ESPD obrazec; Izpolnjen obrazec Podatki za preveritev kaznovanosti v kazenski evidenci (priloga 2).</p> <p>V primeru, da gospodarski subjekt dokazilo o neobstoju razloga za izključitev predloži sam, mora le-to odražati dejansko stanje.</p> <p>Naročnik bo izpolnjevanje pogoja preveril v uradni evidenci oz. v enotnem informacijskem sistemu.</p>
<p>2. Naročnik bo iz sodelovanja v postopku javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, če bo pri preverjanju v skladu s 77., 79. in 80. členom ZJN-3 ugotovil, da gospodarski subjekt ne izpolnjuje obveznih dajatev in drugih denarnih nedavčnih obveznosti v skladu z zakonom, ki ureja finančno upravo, ki jih pobira davčni organ v skladu s predpisi države, v kateri ima sedež, ali predpisi države naročnika. Šteje se, da gospodarski subjekt ne izpolnjuje obveznosti iz prejšnjega stavka tudi,</p>	<p>DOKAZILO: Izpolnjen ESPD obrazec.</p> <p>Naročnik bo izpolnjevanje pogoja preveril v uradni evidenci oz. v enotnem informacijskem sistemu.</p>

<p>če nima predloženih vseh obračunov davčnih odtegljajev za dohodke iz delovnega razmerja za obdobje zadnjih petih let do roka za oddajo ponudbe. Gospodarskega subjekta se ne izloči, če gospodarski subjekt do roka za oddajo ponudb poravna neplačane zapadle obveznosti, ki znašajo 50 eurov ali več in predloži vse obračune davčnih odtegljajev za dohodke iz delovnega razmerja za obdobje zadnjih pet let do roka za oddajo ponudbe.</p> <p>Neobstoj razloga za izključitev mora izkazati ponudnik, vsak izmed partnerjev v primeru skupne ponudbe, nominirani podizvajalci, ter drugi subjekti, katerih zmogljivosti uporabi gospodarski subjekt glede izpolnjevanja pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem ter tehnično in strokovno sposobnostjo (v skladu z 81. členom ZJN-3).</p>	
<p>3. Naročnik bo iz postopka javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, če je ta na dan, ko poteče rok za oddajo ponudbe, izločen iz postopkov oddaje javnih naročil zaradi uvrstitve v evidenco gospodarskih subjektov z izrečenimi stranskimi sankcijami izločitve iz postopkov javnega naročanja.</p> <p>Neobstoj razloga za izključitev mora izkazati ponudnik, vsak izmed partnerjev v primeru skupne ponudbe, nominirani podizvajalci, ter drugi subjekti, katerih zmogljivosti uporabi gospodarski subjekt glede izpolnjevanja pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem ter tehnično in strokovno sposobnostjo (v skladu z 81. členom ZJN-3).</p>	<p>DOKAZILO: Izpolnjen ESPD obrazec.</p> <p>Naročnik bo izpolnjevanje pogoja preveril v uradni evidenci oz. v enotnem informacijskem sistemu.</p>
<p>4. Naročnik bo iz postopka javnega naročanja izključil gospodarski subjekt, če je v zadnjih treh letih pred potekom roka za oddajo ponudb pristojni organ Republike Slovenije ali druge države članice ali tretje države pri njem ugotovil najmanj dve kršitvi v zvezi s plačilom za delo, delovnim časom, počitki, opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava kljub obstoju elementov delovnega razmerja ali v zvezi z zaposlovanjem na črno, za kateri mu je bila s pravnomočno odločitvijo ali več pravnomočnimi odločitvami izrečena globa za prekršek.</p> <p>Gospodarski subjekt, ki je v zgoraj navedenem položaju, lahko naročniku skladno z devetim odstavkom 75. člena ZJN-3 najpozneje do roka za oddajo ponudb predloži dokazila, da je sprejel zadostne ukrepe, s katerimi lahko dokaže svojo zanesljivost kljub obstoju razloga za izključitev.</p> <p>Neobstoj razloga za izključitev mora izkazati ponudnik, vsak izmed partnerjev v primeru skupne ponudbe, nominirani podizvajalci, ter drugi subjekti, katerih zmogljivosti uporabi gospodarski subjekt glede izpolnjevanja pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem ter tehnično in strokovno sposobnostjo (v skladu z 81. členom ZJN-3).</p>	<p>DOKAZILO: Izpolnjen ESPD obrazec.</p> <p>Naročnik bo izpolnjevanje pogoja preveril v uradni evidenci oz. v enotnem informacijskem sistemu.</p>

<p>5. Naročnik bo v skladu s prvim odstavkom člena 1h sklepa Sveta (SZVP) 2022/578 z dne 8. aprila 2022 o spremembi Sklepa 2014/512/SZVP o omejevalnih ukrepih zaradi delovanja Rusije, ki povzroča destabilizacijo razmer v Ukrajini, iz postopka javnega naročanja kadarkoli v postopku izključil gospodarski subjekt, če se pri preverjanju izkaže, da je:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ruski državljan ali fizična ali pravna oseba, subjekt ali organ s sedežem v Rusiji, – pravna oseba, subjekt ali organ, katerih več kot 50-odstotni delež je v neposredni ali posredni lasti subjekta iz prejšnje alineje, ali – fizična ali pravna oseba, subjekt ali organ, ki deluje v imenu ali po navodilih subjektov iz prejšnjih dveh alinej. <p>Neobstoj razloga za izključitev mora izkazati ponudnik in vsak izmed partnerjev v primeru skupne ponudbe, nominirani podizvajalci pa, če izvajajo več kot 10 % vrednosti predmetnega naročila.</p>	<p>DOKAZILO:</p> <p>Izpolnjen obrazec Izjava gospodarskega subjekta (priloga 3).</p>
---	--

POGOJI ZA SODELOVANJE	
<p>1. Gospodarski subjekt mora biti registriran za opravljanje dejavnosti, ki jo prevzema v ponudbi.</p>	<p>DOKAZILO:</p> <p>Izpolnjen ESPD obrazec.</p> <p>Naročnik bo izpolnjevanje pogoja preveril v uradni evidenci. V kolikor naročnik podatkov ne bo mogel pridobiti iz uradnih evidenc, bo gospodarski subjekt pozval k predložitvi ustreznih dokazil, s katerimi bo gospodarski subjekt izkazal izpolnjevanje pogoja.</p>
<p>2. Gospodarski subjekt na dan, ko poteče rok za oddajo ponudbe, ni imel blokiranih transakcijskih računov. Pogoj mora izpolnjevati ponudnik, nominirani podizvajalci, ter drugi subjekti, katerih zmogljivosti uporabi gospodarski subjekt glede izpolnjevanja pogojev v zvezi z ekonomskim in finančnim položajem ter tehnično in strokovno sposobnostjo (v skladu z 81. členom ZJN-3). V primeru skupne ponudbe mora pogoj izpolniti tudi vsak izmed partnerjev.</p>	<p>DOKAZILO:</p> <p>Izpolnjen ESPD obrazec.</p> <p>Naročnik bo izpolnjevanje pogoja preveril v uradni evidenci oz. v enotnem informacijskem sistemu. V kolikor naročnik podatkov ne bo mogel pridobiti iz uradnih evidenc, bo gospodarski subjekt pozval k predložitvi ustreznih dokazil, s katerimi bo gospodarski subjekt izkazal izpolnjevanje pogoja.</p>
<p>3. Referenčni pogoji</p> <p>Zahtevane reference za posamezen sklop, navedene v točkah III.I SKLOP 1, III.II SKLOP 2 oziroma III.III SKLOP 3 razpisne dokumentacije.</p> <p>Pogoj mora izpolniti tisti gospodarski subjekt, ki prevzema največji del dejanske izvedbe posla izmed vseh gospodarskih subjektov.</p>	<p>DOKAZILO:</p> <p>Izpolnjen ESPD obrazec;</p> <p>Izpolnjen obrazec Referenčna tabela – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3 (priloga 4A, 4B oziroma 4C);</p> <p>Izpolnjen obrazec Referenčno potrdilo – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3 (priloga 4A/1, 4B/1 oziroma 4C/1).</p>

	<p>Naročnik si pridržuje pravico, da navedbe preveri ter zahteva dodatna dokazila o izvedbi navedenega referenčnega posla (na primer: pogodbo z naročnikom oglaševanja,...) oziroma navedbe preveri neposredno pri oglaševalcu.</p>
<p>4. Zahtevani certifikati (Samo za SKLOP 1 – Oglaševanje na platformi Google Ads) Gospodarski subjekt ima status certificiranega partnerja programa Google Ads. Pogoji mora izpolniti vsak gospodarski subjekt, ki bo vključen v izvedbo javnega naročila. Gospodarski subjekt mora za upravljanje oglaševalske kampanje naročnika zagotoviti osebe (lahko ena oseba oziroma več oseb skupaj), ki imajo certifikat kvalificiranega posameznika Google Ads ter znotraj certifikata opravljen izpit: - oglaševanje v iskalnem omrežju.</p>	<p>DOKAZILO: Izpolnjen ESPD obrazec; Izpolnjen obrazec Certifikati – SKLOP 1 (priloga 5A); Veljavni certifikati za gospodarski subjekt in osebe, ki izkazujejo izpolnjevanje pogoja oziroma osvojena znanja na podlagi opravljenih izpitov.</p> <p>Naročnik si pridržuje pravico, da navedbe preveri ter zahteva dodatna dokazila (na primer: dokazilo izdajatelja certifikata, dokazilo o sodelovanju z osebo ...).</p>
<p>5. Gospodarski subjekt mora zagotoviti, da bodo vse prevode oglasnih vsebin opravili nativni govorniki – prevajalci.</p>	<p>DOKAZILO: Izpolnjen ESPD obrazec; Izpolnjen obrazec Nativni govorniki - prevajalci (priloga 6).</p>
<p>6. Kadrovske zmogljivosti Gospodarski subjekt mora za izvedbo posameznega sklopa javnega naročila zagotoviti strokovno ekipo, ki mora biti sestavljena iz strokovnjakov, navedenih v obrazcu Seznam kadrov (priloga 7A, 7B oziroma 7C), s katerimi ima sklenjeno delovno ali pogodbeno razmerje, ki bodo na razpolago ves čas izvajanja pogodbenih obveznosti in bodo odgovorni za izvedbo projektov.</p> <p>Strokovno ekipo sestavljajo strokovnjaki, ki izpolnjujejo sledeče zahteve:</p> <p>VODJA PROJEKTA Ima vsaj 3 leta delovnih izkušenj pri vodenju projektov priprave kreativnih idej in komunikacijskih strategij ter produkcije komunikacijskih orodij.</p> <p>STROKOVNJAK ZA MEDIJSKO PLANIRANJE PROMOCIJSKIH KAMPANJ Ima vsaj 3 leta delovnih izkušenj na področju medijskega planiranja, upravljanja z mediji in optimizacijo promocijskih kampanj.</p> <p>STROKOVNJAK ZA MEDIJSKO PLANIRANJE PROMOCIJSKIH KAMPANJ NA DRUŽBENIH OMREŽJIH</p>	<p>DOKAZILO: Izpolnjen ESPD obrazec; Izpolnjen obrazec Seznam kadrov – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3 (priloga 7A, 7B oziroma 7C); Obojestransko podpisano dokazilo o sodelovanju (na primer: pogodba o zaposlitvi)</p> <p>Naročnik si pridržuje pravico, da zahteva dodatna dokazila o strokovnosti prijavljenih kadrov oziroma preveri navedbe neposredno pri delodajalcu oziroma naročnikih.</p>

Ima vsaj 3 leta delovnih izkušenj na področju medijskega planiranja, upravljanja in optimizacije kampanj na družbenih omrežjih za medijske kampanje.

GRAFIČNI OBLIKOVALEC

Ima vsaj 3 leta delovnih izkušenj na področju oblikovanja vsebin za splet oziroma digitalne medije in tiskovin.

KREATIVNI TEKSTOPISEC

Ima vsaj 3 leta delovnih izkušenj na področju priprave vsebin oziroma vsebinskega marketinga.

TEKSTOPISEC

Ima vsaj 3 leta delovnih izkušenj na področju priprave vsebin oziroma vsebinskega marketinga.

Posamezna oseba lahko nastopa le v eni izmed vlog v posameznem sklopu.

IX. ODLOČITEV O ODDAJI NAROČILA

Naročnik bo ponudnike obvestil o odločitvi o oddaji naročila z objavo odločitve na Portalu javnih naročil, skladno z veljavnimi predpisi.

Naročnik bo z izbranim ponudnikom za posamezen sklop sklenil pogodbo za storitve oglaševanja.

X. FINANČNA ZAVAROVANJA

Finančno zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti

Izjava o predložitvi bianco menic z menično izjavo za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti (priloga B) se predloži v skladu z določili zapisanimi v vzorcu pogodbe (priloga A).

XI. PRILOGE

- Priloga A – Vzorec pogodbe
- Priloga B – Izjava o predložitvi bianco menic z menično izjavo za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti
- Priloge 1 – 10 (obrazci, izjave in potrdila)

VZOREC POGODBE

TURIZEM LJUBLJANA, Krekov trg 10, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa direktorica mag. Petra Stušek
matična številka: 1622935000
identifikacijska številka za DDV: SI85321389
(v nadaljevanju: naročnik)

in

....., ki ga zastopa
(navesti funkcijo in ime ter priimek osebe, pooblaščen za zastopanje)
matična številka:
identifikacijska številka za DDV:
bančni račun številka: odprt pri
(v nadaljevanju: izvajalec)

sta dogovorila in sklenila naslednjo

POGODBO ZA STORITVE OGLAŠEVANJA

UVODNE DOLOČBE

1. člen

Pogodbeni stranki uvodoma ugotavljata, da je naročnik:

- izvedel in oddal javno naročilo po odprtem postopku, ki je bil objavljen na Portalu javnih naročil, dne, pod številko objave JN.... in v Dopolnilu k Uradnemu listu Evropske unije, dne, pod številko objave
- z odločitvijo o oddaji javnega naročila izbral ponudbo izvajalca.

PREDMET POGODBE

2. člen

Predmet pogodbe so »**STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA**« s ciljem učinkovitega oglaševanja destinacije Ljubljana z regijo Osrednja Slovenija, blagovnih znamk, projektov in doživetij Turizma Ljubljana, in sicer:

SKLOP 1 – OGLAŠEVANJE NA PLATFORMI GOOGLE ADS

SKLOP 2 – OGLAŠEVANJE NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

SKLOP 3 – OGLAŠEVANJE V SPLETNIH IN NESPLETNIH MEDIJIH

/navedejo se sklopi, za katere se sklepa pogodba/

Oblikovanje kreativ za oglaševanje, ki obsega komunikacijsko, idejno in kreativno zasnovo, produkcijo različnih oglasnih vsebin na različnih spletnih in nespletnih oglasnih platformah ter na različnih trgih za SKLOP 2 in SKLOP 3, ni predmet tega javnega naročila.

Oglaševanje pokriva tako Slovenijo kot bližnje in oddaljene tuje trge. Nabor trgov se določi projektno, glede na izbrani oglaševani produkt ali projekt.

Izvajalec bo opravljal storitve oglaševanja preko sledečih sklopov:
/navedejo se kanali storitev glede na sklope, za katere se sklepa pogodba/

1. SKLOP 1 – OGLAŠEVANJE NA PLATFORMI GOOGLE ADS

V SKLOP 1 se uvrščajo storitve medijskega zakupa v zahtevanih formatih na platformi Google Ads. S ključnimi besedami želimo ujeti fazo planiranja obiskovalcev. Poleg medijskega zakupa je predmet tega sklopa tudi oblikovanje oglasov po izhodiščih naročnika ali posredovanih CGP-jih posameznih produktov oziroma blagovnih znamk, prevodi, postavitve, spremljanje in optimizacija kampanje, priprava mesečnih in končnega poročila po dogovoru z naročnikom.

Izvajalec bo opravljal storitve oglaševanja preko sledečih kanalov:

A. Oglaševanje v mreži Google Ads, ki vključuje:

- o Priprava strategije, medijskega načrta, oglasne (vsebinske in vizualne) kreative.
- o Produkcija oglasnih vsebin po podanih izhodiščih naročnika in oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih.
- o Optimizacija kampanje in poročanje o rezultatih.
- o Postavitev **do 40 različnih** odzivnih tekstovnih oglasov za iskalno omrežje (t.i. responsive search ads) na posamezen trg tekom obdobja trajanja kampanje (različne tematike po trgih, izvajalec prejme vsebinska izhodišča, za prevode z nativnimi govorci poskrbi izvajalec.
- o Oglase se prilagodi glede na ciljne persone na posameznem trgu. Isto tematiko se torej vsebinsko prilagodi personam na izbranem trgu.

B. Oglaševanje na YouTube kanalu, ki vključuje:

- o Priprava strategije, medijskega načrta, oglasne (vsebinske in vizualne) kreative.
- o Produkcija oglasnih vsebin po podanih izhodiščih naročnika in oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih.
- o Optimizacija kampanje in poročanje o rezultatih.
- o Postavitev YouTube kampanje s posnetki naročnika (**do 3 posnetki na trg**).

Za oblikovanje, vsebino in produkcijo oglasov poskrbi izbrani izvajalec po posredovanih izhodiščih in materialih naročnika (fotografije in videoposnetki). Produkcija foto in video gradiva ni predmet te pogodbe, vendar pa izvajalec poskrbi za produkcijo dinamičnih animiranih oglasov za platformo.

Vsi stroški prevodov in lekture prevajalca, ki je nativni govorec, t.i. »native speaker«, so strošek izvajalca. Naročnik lahko med izvajanjem pogodbenih obveznosti zahteva udeležbo prevajalca na usklajevalnih sestankih ter po potrebi pisno potrditev o sodelovanju osebe.

Za izvedbo posamezne kampanje izvajalec črpa fotografski material iz fototeke naročnika, za katere ima naročnik pridobljene vse materialne avtorske pravice, ali platforme Shutterstock, s katero ima naročnik sklenjeno pogodbo, razen če se izvajalec in naročnik ne dogovorita drugače. Naročnik izvajalcu lahko pošlje dodatne materiale, ki jih izvajalec lahko uporabi. Izbrane fotografije za pripravo oglasov predlaga izvajalec naročniku, le-ta pa jih potrdi, preden se oglas pripravi za produkcijo.

Izvajalec mora zagotoviti primerna grafična orodja za obdelavo izbranih fotografij in videov z namenom izvedbenega oblikovanja ter končne produkcije oglasa. Celoten strošek oblikovanja in produkcije oglasov po tehničnih specifikacijah medija je na strani izvajalca.

Naročnik lahko zahteva do 3 korekture oglasov znotraj vključenih stroškov za posamezen format oglasa. Dodatne korekture se obračunajo dodatno.

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe opredelil specifikacijo za posamezno promocijsko kampanjo ali aktivnost in aktivnosti naročal po potrebi, predvidoma mesečno.

Takrat bo naročnik izvajalcu predal naslednje specifikacije:

- želeni produkt(i) ali projekt(i) za izpostavitve,
- želeni trg(i) oglaševanja,
- želeni kanal(i) ali medij(i) oglaševanja (opredelitev tematike, doseg/naklada, ciljne skupine),
- format oglasnih vsebin,
- število oglasov ali pristajalnih strani,
- ciljne skupine,
- terminski načrt oglaševanja,
- dodatne specifične pogoje in cilje.

Naročnik izbranemu izvajalcu omogoči dostop do računa Google Analytics ter do oglaševalskega računa Google Ads, v katerem se izvajajo kampanje. Izvajalec lahko računa med seboj poveže zaradi potrebe po optimizaciji kampanj in analiziranja rezultatov. Po izteku pogodbe je izvajalec dolžan odstraniti svoj dostop do vseh povezanih računov ter naročniku predati morebitne lastniške pravice, če je bil oglaševalski račun ustvarjen v okviru sodelovanja.

Po plačilu prejetih računov preidejo vse materialne avtorske pravice, vključno s pravico do spreminjanja materiala, na naročnika. Izvajalec naročniku preda oblikovne rešitve v formatu datotek, ki omogoča prosto urejanje.

2. SKLOP 2 – OGLAŠEVANJE NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

V SKLOP 2 se uvrščajo storitve medijskega zakupa in planiranja v zahtevanih formatih na platformah Meta (Facebook in Instagram), TikTok, LinkedIn in v mreži nativnega ali programatičnega oglaševanja.

Izvajalec bo opravljal storitve oglaševanja preko sledečih kanalov:

- A. Oglaševanje in promocija objav na **platformi Meta (Facebook in Instagram)**, ki vključuje:
 - o Priprava medijskega načrta.
 - o Oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih.
 - o Spremljanje komentarjev in odgovarjanje nanje v koordinaciji z naročnikom.
 - o Optimizacija kampanje in poročanje o rezultatih.
 - o **Do 15 vsebin** (predvidene vsebine, ki se lahko tekom trajanja pogodbe zamenjajo/spremenijo, naročnik sporoči spremembe pravočasno).
 - o **Do 30 statičnih oglasov na posamezen trg, do 15 dinamičnih/animiranih oglasov (video/carousel) na posamezen trg**, sponzoriranje izbranih objav naročnika.
- B. Oglaševanje in promocija objav na platformi **LinkedIn**, ki vključuje:
 - o Priprava medijskega načrta.
 - o Oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih.
 - o Spremljanje komentarjev in odgovarjanje nanje v koordinaciji z naročnikom.
 - o Optimizacija kampanje in poročanje o rezultatih.
 - o Predvidena **eno do dvomesečna kampanja** po dogovoru z naročnikom.
- C. Oglaševanje in promocija objav na platformi **TikTok (Spark Ads)**, ki vključuje:
 - o Priprava medijskega načrta.
 - o Oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih.
 - o Spremljanje komentarjev in odgovarjanje nanje v koordinaciji z naročnikom.
 - o Optimizacija kampanje in poročanje o rezultatih.

- Oglaševanje viralnih uporabniških vsebin.
- Remarketing kampanje + novi UGC materiali.
- Boostanje obstoječih objav.

D. Oglaševanje v **nativnih mrežah** ali **programatično oglaševanje** na izbranih platformah, ki vključuje:

- Priprava medijskega načrta.
- Oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih.
- Spremljanje komentarjev in odgovarjanje nanje v koordinaciji z naročnikom.
- Optimizacija kampanje in poročanje o rezultatih.
- **Do 8 vsebin, do 10 oglasov** na posamezen trg (oglas posreduje naročnik).

Oblikovanje kreativ za oglaševanje, ki obsega komunikacijsko, idejno in kreativno zasnovano, produkcijo različnih oglasnih vsebin na različnih spletnih in nespletnih oglasnih platformah ter na različnih trgih za SKLOP 2 in SKLOP 3, ni predmet tega javnega naročila.

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe opredelil specifikacijo za posamezno promocijsko kampanjo ali aktivnost in aktivnosti naročal po potrebi, predvidoma mesečno.

Takrat bo naročnik izvajalcu predal naslednje specifikacije:

- želeni produkt(i) ali projekt(i) za izpostavitve,
- želeni trg(i) oglaševanja,
- želeni kanal(i) ali medij(i) oglaševanja (opredelitev tematike, doseg/naklada, ciljne skupine),
- format oglasnih vsebin,
- število oglasov ali pristajalnih strani,
- ciljne skupine,
- terminski načrt oglaševanja,
- dodatne specifične pogoje in cilje.

Naročnik mora imeti zagotovljen stalen dostop do oglaševalskih računov, na katerih se izvaja kampanja, ter s tem možnost samostojnega vpogleda in spremljanja kampanje, generiranja poročil, idr. Izvajalec v ta namen omogoči poseben dostop in ga preda naročniku.

3. SKLOP 3 – OGLAŠEVANJE V SPLETNIH IN NESPLETNIH MEDIJIH

V SKLOP 3 se uvrščajo storitve medijskega zakupa v spletnih in nespletnih medijih. Spletni medij se nanaša na vsebine, ki so dostopne preko interneta. To vključuje spletne strani, družbena omrežja, e-pošto, digitalne oglase in podobno. Nespletni mediji pa zajemajo tradicionalne medije, kot so tiskane revije, televizija, radio, plakate in podobno.

Nabor medijev se bo določil sproti, glede na potrebe naročnika v okviru posameznih kampanj. Izvajalec bo po potrebi pripravil medijski načrt oglaševanja za posamezno kampanjo z določitvijo ustreznih medijev po izbranih trgih. Oglaševanje bo pokrivalo tako Slovenijo kot bližnje in oddaljene tuje trge. Nabor izbranih trgov se lahko tekom trajanja pogodbe zaradi različnih faktorjev in hitro spreminjajoče se narava potovalne industrije tudi spremeni.

Izvajalec bo opravljal storitve oglaševanja preko sledečih kanalov:

- A. Oglaševanje v **spletnih medijih** (spletni portali, družbena omrežja, mobilne aplikacije, spletni vodniki, e-mail kampanje, različni OTA kanali po izboru naročnika idr.), ki vključuje:
- Priprava medijskega načrta.
 - Oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih.

- Optimizacija kampanje in poročanje o rezultatih.
- B. Oglaševanje v **nespletnih medijih** (revije, turistični vodniki, katalogi, plakatna mesta ...), ki vključuje:
- Priprava medijskega načrta.
 - Oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih in medijih.
 - Poročanje o rezultatih.
- C. **Ostale oblike oglaševanja** (digitalni panoji, ciljano digitalno in TV oglaševanje, različne inovativne rešitve ...), ki vključujejo:
- Priprava medijskega načrta, idejne zasnove in oglasne (vsebinske in vizualne) kreative.
 - Oglaševanje (zakup medijskega prostora) na različnih izbranih trgih in medijih.
 - Optimizacija kampanje in poročanje o rezultatih.

Oblikovanje kreativ za oglaševanje, ki obsega komunikacijsko, idejno in kreativno zasnovo, produkcijo različnih oglasnih vsebin na različnih spletnih in nespletnih oglasnih platformah ter na različnih trgih za SKLOP 2 in SKLOP 3, ni predmet tega javnega naročila.

Naročnik bo v obdobju trajanja pogodbe opredelil specifikacijo za posamezno promocijsko kampanjo ali aktivnost in aktivnosti naročal po potrebi, predvidoma mesečno.

Takrat bo naročnik izvajalcu predal naslednje specifikacije:

- želeni produkt(i) ali projekt(i) za izpostavitve,
- želeni trg(i) oglaševanja,
- želeni kanal(i) ali medij(i) oglaševanja (opredelitev tematike, doseg/naklada, ciljne skupine),
- format oglasnih vsebin,
- število oglasov ali pristajalnih strani,
- ciljne skupine,
- terminski načrt oglaševanja,
- dodatne specifične pogoje in cilje.

3. člen

Izvajalec bo pogodbeno dela izvršil v skladu z zahtevami iz razpisne dokumentacije, ki je priloga te pogodbe in njen sestavni del, ter skladno z oddano ponudbo.

POGODBENA CENA

4. člen

Skupna pogodbeno cena za izvedbo predmeta pogodbe navedenega v 2. členu te pogodbe znaša: vrednost v EUR:, DDV v EUR:, **SKUPAJ Z DDV v EUR:**

Od te vrednosti znaša višina agencijske storitve:

vrednost v EUR:, DDV v EUR:, **SKUPAJ Z DDV v EUR:**

V pogodbeni ceni so zajeta vsa dela po priloženi ponudbi. Pogodbeno cena za dogovorjeni obseg del po tej pogodbi je fiksna in nespremenljiva do zaključka storitev oglaševanja po tej pogodbi.

5. člen

Izvajalec bo storitve opravil skupaj s podizvajalci, navedenimi v ponudbeni dokumentaciji, ali naknadno priglasiženimi v obdobju izvajanja pogodbe.

Izvajalec pooblašča naročnika, da na podlagi potrjenega podizvajalčevega računa izvrši plačilo neposredno podizvajalcu, ki poda zahtevo glede tega. Izvajalec mora računu obvezno priložiti tudi predhodno potrjene račune podizvajalcev, ki so opravljali dela po tej pogodbi.

V kolikor neposredno plačilo podizvajalcu ni obvezno, mora izvajalec naročniku najpozneje v šestdesetih (60) dneh od plačila končnega računa poslati svojo pisno izjavo in pisno izjavo podizvajalca, da je podizvajalec prejel plačilo za izvedene storitve, neposredno povezane s predmetom javnega naročila.

Izvajalec mora imeti ob sklenitvi te pogodbe z naročnikom in v času njegovega izvajanja sklenjene pogodbe s podizvajalcem. Če se po sklenitvi te pogodbe zamenja podizvajalec ali če izvajalec sklene pogodbo z novim podizvajalcem, mora izvajalec v petih (5) dneh po spremembi naročnika o tem pisno obvestiti in mu predložiti:

- svojo izjavo, da je poravnal vse nesporne obveznosti prvotnemu podizvajalcu,
- listine iz 94. člena ZJN-3,
- pooblastilo za plačilo opravljenih in prevzetih del neposredno novemu podizvajalcu, če podizvajalec to zahteva in
- soglasje novega podizvajalca k neposrednemu plačilu, če podizvajalec to zahteva.

Pred zamenjavo oziroma naknadno vključitvijo podizvajalca naročnik preveri izpolnjevanje pogojev in zamenjavo oziroma naknadno vključitev podizvajalca bodisi odobri ali zavrne. Izvajalec lahko zamenja oziroma naknadno vključi podizvajalca šele po naročnikovi odobritvi, pri čemer mora naročniku predložiti vse zahtevane podatke in dokumente. Naročnik lahko zavrne predlog za zamenjavo podizvajalca oziroma vključitev novega podizvajalca tudi, če bi to lahko vplivalo na nemoteno izvajanje ali dokončanje del. Zamenjavo podizvajalcev pogodbeni stranki uredita z dodatkom k tej pogodbi.

V razmerju do naročnika izvajalec v celoti odgovarja za izvedbo del, ki so predmet te pogodbe.

Če naročnik ugotovi, da dela izvaja podizvajalec, ki ga izvajalec ni navedel v svoji ponudbi oziroma ni dogovorjen s to pogodbo, ima pravico to pogodbo odpovedati. Naročnik si pridružuje pravico, da lahko kadarkoli preveri osebe, ki opravljajo delo po tej pogodbi, te osebe pa so naročniku dolžne dati verodostojne podatke.

NAČIN PLAČILA

6. člen

Izvajalec bo naročniku izstavil e-račune mesečno, po opravljenih storitvah, ki so predmet te pogodbe, in sicer v višini 100 % vrednosti posameznih opravljenih storitev v preteklem mesecu in skladno s ponudbo. Strošek agencijske storitve se obračunava sorazmerno strošku medijskega zakupa.

7. člen

Naročnik bo plačal opravljeno storitev na podlagi potrjenega e-računa najkasneje v roku trideset (30) dni po prejemu e-računa na izvajalčev transakcijski račun št. odprt pri E-račun za opravljeno delo je izvajalec dolžan izdati do osmega (8.) dne v mesecu za pretekli mesec, naročnik pa ga mora v roku petnajst (15) dni po prejemu potrditi oziroma zavrniti. Če naročnik v roku petnajst (15) dni e-računa niti ne potrdi niti ne zavrne, se po preteku tega roka šteje, da je e-račun potrjen.

8. člen

/določila tega člena veljajo samo v primeru, če bo izvajalec nastopal skupaj s podizvajalci. V nasprotnem primeru se ta člen in ostali členi pogodb ustrezno preštevilčijo/

Opravljenata dela po tej pogodbi bodo izvajalec in podizvajalci obračunali z izstavitvijo računa, ki ga morajo izstaviti najpozneje do osmega (8.) dne v mesecu za pretekli mesec.

Izvajalec je dolžan v roku petnajst (15) dni po prejemu posameznega računa, ki ga izstavijo podizvajalci za opravljena pogodbenata dela, račun pregledati in potrditi oziroma ga v tem roku zavriniti. Zavrnitev izstavljenega računa podizvajalca mora izvajalec obrazložiti. Potrjene račune podizvajalcev izvajalec predloži naročniku skupaj s svojim računom.

Naročnik je dolžan vse prejete e-račune izvajalca in podizvajalcev pregledati v roku petnajst (15) dni po prejemu in jih potrditi oziroma zavriniti. Če naročnik v roku petnajst (15) dni po prejemu računa niti ne potrdi niti ne zavrne, se po preteku tega roka šteje, da je račun potrjen.

Naročnik bo plačal opravljene storitve na podlagi potrjenih e-računov izvajalca in podizvajalca/ev najkasneje v roku trideset (30) dni po prejemu pravilno izstavljenih e-računov.

Naročnik bo potrjene e-račune izvajalca plačeval na njegov transakcijski račun številka odprt pri

Naročnik bo potrjene e-račune podizvajalcev poravnal neposredno podizvajalcu/em na njegov/njihov transakcijski račun:

- podizvajalcu na transakcijski račun št. pri.....,
- podizvajalcu na transakcijski račun št. pri.....,
- podizvajalcu na transakcijski račun št. pri.....,
- podizvajalcu na transakcijski račun št. pri.....

V primeru plačilne zamude naročnika pri plačilu, lahko izvajalec in podizvajalec za čas zamude zaračunata zakonite zamudne obresti.

OBVEZNOSTI POGODBENIH STRANK

9. člen

Izvajalec se obvezuje:

- mesečno zagotavljati poročila o poteku kampanje, za preteklo mesečno obdobje,
- po končani kampanji zagotoviti poročilo po parametrih, dogovorjenih z naročnikom,
- prevzete storitve izvršiti strokovno pravilno, kot dober strokovnjak, vestno in kvalitetno,
- izvršiti pogodbene storitve gospodarno in pravočasno v korist naročnika,
- na pobudo in na način, ki ga v teku izvajanja del določi naročnik, sodelovati z naročnikom, kot tudi z drugimi strokovnjaki s tega področja,
- izvrševati pogodbene storitve s strokovno usposobljenimi in pooblaščenimi kadri,
- storiti vse, kar spada v obseg prevzetih obveznosti, da bi bili po tej pogodbi dogovorjeni roki izpolnjeni.

Naročnik se obvezuje:

- v dogovorjenih rokih dati na razpolago izvajalcu vso, za izvajanje storitev po tej pogodbi potrebno dokumentacijo in informacije, ki so za prevzeti obseg storitev potrebne in s katero naročnik razpolaga,
- sodelovati z izvajalcem z namenom, da se prevzete storitve izvršijo pravočasno in v obojestransko zadovoljstvo,
- tekoče obveščati izvajalca o vseh spremembah in novo nastalih situacijah, ki bi lahko vplivale na izvršitev prevzetih storitev.

10. člen

Za spremembe dogovorjenega obsega storitev ali spremembe dogovorjenih rešitev, ki jih predlaga izvajalec, mora naročnik predhodno podati pisno soglasje.

Če se pokaže potreba, da se mora del že opravljenih storitev spremeniti iz kakršnih koli razlogov, morata izvajalec in naročnik pisno ugotoviti in skupno določiti rok za dovršitev nadomestnih storitev. Pisno morata tudi ugotoviti, ali se sprememba storitev plača posebej ali pa iz vsote te pogodbe, za kar so odločujoči razlogi, zaradi katerih je prišlo do sprememb.

STROKOVNI KADER

11. člen

Izvajalec mora imeti ves čas izvajanja pogodbenih storitev na voljo zahtevan kader, ki izpolnjuje vse zahtevane pogoje. Izvajalec za izvedbo pogodbenih storitev za SKLOP _____ zagotavlja naslednje osebe: _____ /imena in priimki ter vloge nominiranega kadra/

Sprememba kadra je mogoča izključno s soglasjem naročnika. V primeru spremembe kadra tekom izvajanja pogodbenih storitev, mora nadomestni kader izpolnjevati vse zahtevane kadrovske pogoje. Pred morebitno kadrovsko spremembo pri izvajanju predmeta pogodbe je izvajalec dolžan pisno obvestiti naročnika in predložiti zahtevane dokumente, ki dokazujejo usposobljenost kadra. Kot sprememba kadra se štejejo morebitni dodatni kadri, ki bodo izvajali pogodbene storitve, kot tudi morebitna zamenjava prvotnega kadra. Pri spremembi kadra mora izvajalec zagotoviti prenos predhodnih rezultatov dela in znanja pridobljenega tekom izvajanja pogodbenih storitev na nadomestni kader.

Če naročnik ugotovi, da so kadri tehnično nestrokovni ali nekakovostni, poslovno-operativno neučinkoviti ali nezmožni komuniciranja in koordiniranja s svetovalci in osebjem naročnika, lahko naročnik zahteva zamenjavo takih kadrov z ustreznimi. Izvajalec mora tak kader zamenjati najpozneje v enem mesecu od datuma zahteve naročnika.

ROKI ZA IZVEDBO

12. člen

Izvajalec se obvezuje, da bo pričel z izvajanjem prevzetih del takoj po prevzemu vse potrebne dokumentacije ter da bo dela izvajal v obdobju 12 mesecev od sklenitve pogodbe z možnostjo podaljšanja.

13. člen

V primeru, da izvajalec po svoji krivdi zamudi oziroma prekorači pogodbeno dogovorjen rok za dokončanje del, ima naročnik pravico zaračunati izvajalcu pogodbeno kazen, ki znaša 5‰ (pet promilov) dnevno od skupne pogodbene cene z DDV. Znesek pogodbene kazni lahko znaša skupaj največ 10 % (deset odstotkov) od skupne pogodbene cene z DDV.

Plačilo pogodbene kazni za zamudo ne vpliva na morebitne druge odškodninske zahtevke naročnika.

Če izvajalec po lastni krivdi ne izpolni pogodbenih obveznosti v skladu s pogodbenimi določili ali zamuja z njihovo izpolnitvijo in naročnik zaradi kršitev odstopi od pogodbe, je izvajalec dolžan plačati naročniku pogodbeno kazen v višini 10 % (deset odstotkov) od skupne pogodbene cene z DDV. Če škoda, ki je s

tem nastala naročniku, presega višino pogodbene kazni, je izvajalec dolžan plačati tudi razliko med pogodbeno kaznijo in višino nastale škode.

Če izvajalec zamuja z izvedbo predmeta pogodbe toliko, da bi lahko naročniku nastala večja škoda ali da bi izvedba izgubila pomen, lahko naročnik na stroške izvajalca naroči nadomestno storitev pri drugem izvajalcu.

Če naročnik prevzame storitev po tem, ko je izvajalec prešel v zamudo, ni dolžan sporočiti izvajalcu, da si pridržuje pravico do pogodbene kazni.

Pogodbena kazen se obračuna pri izplačilu izvajalcu oziroma v kolikor to ni mogoče, se iz tega naslova izstavi poseben račun, ki ga mora izvajalec plačati v roku osem (8) dni od prejema. Če izvajalec pogodbene kazni in škode ne poravna, je naročnik upravičen unovčiti menico za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti.

Menico za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti lahko naročnik unovči tudi v vseh drugih primerih, ko izvajalec ne opravlja storitev v skladu s pogodbo, zahtevami razpisne dokumentacije, specifikacijami ali navodili naročnika.

POOBLAŠČENI PREDSTAVNIKI NAROČNIKA IN IZVAJALCA

14. člen

Pogodbeni stranki bosta pri izvajanju pogodbe zastopala naslednja pooblaščenata predstavnika:

- pooblaščen predstavnik naročnika je, ki je hkrati tudi skrbnik te pogodbe,
- pooblaščen predstavnik izvajalca je

Če katera od pogodbenih strank spremeni odgovornega predstavnika, mora o tem obvestiti nasprotno pogodbeno stranko.

AVTORSKE PRAVICE

15. člen

S plačilom vseh zapadlih finančnih obveznosti do izvajalca s strani naročnika se šteje, da izvajalec (odsvojitelj) na naročnika (pridobitelja) prenaša v drugem odstavku tega člena naštet materialne avtorske pravice na posameznem delu, ki nastanejo na podlagi dela za naročnika po tej pogodbi, in na vseh posameznih elementih, ki sestavljajo avtorska dela, in sicer za celotno obdobje trajanja avtorske pravice in pravice izvajalca, tako za območje Republike Slovenije kot tudi za druge države, za uporabo v namen poslovanja naročnika, ki je javni zavod. Prenos je neizključen.

Na naročnika se prenašajo naslednje materialne avtorske pravice:

- 1) pravico do reproduciranja;
- 2) pravico do distribuiranja;
- 3) pravico javnega prikazovanja in uporabo dela v netelesni obliki (priobčitev javnosti);
- 4) pravico do predelave in uporabo dela v spremenjeni obliki.

Navedene pravice se prenesejo na naročnika brez kakršnihkoli bremen ter v največjem obsegu, ki je pravno dopusten. Vse rešitve in materiale, ki nastanejo tekom te pogodbe, izvajalec preda naročniku v obliki odprtih formatov datotek, ki omogočajo prosto urejanje. Naročnik prosto razpolaga s prejetimi rešitvami izvajalca.

Naročnik lahko pridobljene pravice iz tega člena prosto prenaša na tretje osebe ali svoje pravne naslednike.

ODSTOP OD POGODBE

16. člen

Naročnik lahko, s pisnim obvestilom izvajalcu, kadarkoli odstopi od pogodbe. V tem primeru je naročnik dolžan izvajalcu povrniti vse stroške in mu plačati do tedaj opravljeno delo v sorazmerju s ceno, dogovorjeno s to pogodbo.

Naročnik lahko odstopi od pogodbe brez obveznosti do izvajalca v primeru:

- če izvajalec ne upošteva navodil naročnika in tega kljub opozorilu ne popravi,
- če ne upošteva ekonomskega interesa naročnika in tega kljub opozorilu ne popravi,
- izvajalec preneha s poslovanjem,
- izvajalec pogodbenih obveznosti ne izvršuje kakovostno in/ali pravočasno oz. kako drugače krši pogodbene obveznosti,
- če drugače huje krši obveznosti iz te pogodbe.

17. člen

Izvajalec lahko odstopi od pogodbe brez obveznosti do naročnika, če mu naročnik, kljub njegovemu ponovnemu pozivu, ne dostavi v tej pogodbi dogovorjene dokumentacije oziroma mu ne predloži potrebnih informacij.

V primeru odstopa od pogodbe po tem členu je naročnik dolžan izvajalcu povrniti vse stroške in mu plačati do tedaj opravljeno delo.

18. člen

Pri izvajanju pogodbe mora izvajalec izpolnjevati veljavne obveznosti na področju okoljskega, socialnega in delovnega prava, ki so določene v pravu Evropske unije, predpisih, ki veljajo v Republiki Sloveniji, kolektivnih pogodbah ali predpisih mednarodnega okoljskega, socialnega in delovnega prava. Seznam mednarodnih socialnih in okoljskih konvencij določata Priloga X Direktive 2014/24/EU in Priloga XIV Direktive 2014/25/EU.

Ta pogodba je sklenjena pod razveznim pogojem, ki se uresniči v primeru izpolnitve ene od naslednjih okoliščin:

- če bo naročnik seznanjen, da je sodišče s pravnomočno odločitvijo ugotovilo kršitev obveznosti delovne, okoljske ali socialne zakonodaje s strani izvajalca ali podizvajalca ali
- če bo naročnik seznanjen, da je pristojni državni organ pri izvajalcu ali podizvajalcu v času izvajanja pogodbe ugotovil najmanj dve kršitvi v zvezi s:
 - o plačilom za delo,
 - o delovnim časom,
 - o počitki,
 - o opravljanjem dela na podlagi pogodb civilnega prava kljub obstoju elementov delovnega razmerja ali
 - o v zvezi z zaposlovanjem na črnoin za katerega mu je bila s pravnomočno odločitvijo ali več pravnomočnimi odločitvami izrečena globa za prekršek.

Izvajalec lahko v roku, ki ga bo določil naročnik, ki pa ne sme biti daljši kot 15 dni, predloži dokaze, da je sprejel zadostne ukrepe, s katerimi lahko dokaže svojo zanesljivost kljub obstoju kršitev. Če obstaja

kršitev pri podizvajalcu, lahko izvajalec v istem roku predloži dokaze, da je podizvajalec sprejel zadostne ukrepe, s katerimi lahko dokaže svojo zanesljivost kljub obstoju kršitev. Če izvajalec ne bo predložil dokazov za podizvajalca ali če jih bo, pa bo naročnik ocenil, da ti ukrepi ne zadoščajo, lahko izvajalec zamenja podizvajalca v roku, ki ga bo določil naročnik in ne sme biti daljši od 15 dni v skladu s 94. členom ZJN-3, ali sam prevzame del, ki ga je oddal v podizvajanje temu podizvajalcu, če ta zamenjava ali prevzem ne pomeni bistvene spremembe pogodbe. Če izvajalec ne bo predložil dokazov zase ali za podizvajalca ali če jih bo, pa bo naročnik ocenil, da ti ukrepi ne zadoščajo, ali če izvajalec ne bo prevzel del sam ali predlagal novega podizvajalca ali če bo naročnik v skladu s 94. členom ZJN-3 pravočasno predlaganega novega podizvajalca zavrnil, se razvezni pogoji uresniči pod pogojem, da je od seznaitve naročnika s kršitvijo in do izteka veljavnosti pogodbe še najmanj šest mesecev.

V primeru izpolnitve razveznega pogoja se šteje, da je pogodba razvezana z dnem sklenitve nove pogodbe o izvedbi javnega naročila za predmetno naročilo. O datumu sklenitve nove pogodbe bo naročnik obvestil izvajalca.

Če naročnik v 60 dneh od seznaitve s kršitvijo ne začne novega postopka javnega naročila, se šteje, da je pogodba razvezana šestdeseti dan od seznaitve s kršitvijo.

V primeru predčasnega prenehanja pogodbe zaradi predhodno navedenih vzrokov, naročnik plača izvajalcu izvršena dela, istočasno pa ima pravico obračunati izvajalcu plačilo pogodbene kazni in plačilo za storjeno škodo zaradi neizpolnjevanja pogodbenih obveznosti in unovčiti dane garancije. V primeru da škode ni možno ugotoviti, se ta obračuna v višini 10 % (deset odstotkov) od skupne pogodbene cene z DDV.

19. člen

Naročnik ni odgovoren za delno ali celotno neizpolnjevanje obveznosti po pogodbi, če je to posledica višje sile. Pod višjo silo se razumejo vse okoliščine izjemnega značaja, ki jih priznava sodna praksa in so se pojavile po uveljavitvi pogodbe. Zaradi višje sile lahko naročnik od pogodbe bodisi odstopi oz. z dodatkom ugotovi, da aktivnosti/predmet pogodbe zaradi stanja na turističnem trgu (upad obiska in v posledici ne prilivov turistične takse, koncesijskih dajatev, ipd.) ne bo mogel izvesti.

Če je izvajanje del delno ali v celoti moteno oziroma preprečeno, je izvajalec o tem dolžan takoj obvestiti naročnika. Prav tako je izvajalec dolžan obvestiti naročnika takoj, ko se razmere normalizirajo. Pomanjkanje delovne sile, delovnih sredstev in materiala potrebnega za vzdrževanje pri izvajalcu se ne šteje kot višja sila. Izvajalec ni odgovoren za delno ali celotno neizpolnjevanje pogodbenih obveznosti, če je le to posledica višje sile. Izvajalec je dolžan na zahtevo naročnika dokazati obstoj višje sile.

20. člen

Izvajalec mora v roku osmih (8) dni po sklenitvi pogodbe kot pogoj za veljavnost pogodbe naročniku izročiti zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti, in sicer tri (3) podpisane in žigosane bianco menice z izpolnjeno menično izjavo, plačljive na prvi poziv, z oznako »brez protesta«, v višini 10 % skupne pogodbene cene z DDV, kar znaša EUR (z besedo:eur 00/100), z veljavnostjo en (1) mesec po prenehanju veljavnosti te pogodbe. Po tem roku naročnik vrne izvajalcu bianco menice z menično izjavo.

Finančno zavarovanje iz prvega odstavka tega člena ima namen delnega ali popolnega pokrivanja zahtev, ki jih lahko naročnik uveljavi proti izvajalcu na osnovi te pogodbe in je plačljiva na prvi pisni poziv naročnika brez pravice ugovora izvajalca.

KONČNE DOLOČBE

21. člen

V primeru, da je pri izvedbi javnega naročila, za izbor izvajalca po tej pogodbi ali pri izvajanju te pogodbe kdo v imenu ali na račun izvajalca, predstavniku ali posredniku naročnika ali javnemu uslužbencu naročnika obljubil, ponudil ali dal kakšno nedovoljeno korist za pridobitev tega posla ali za sklenitev tega posla pod ugodnejšimi pogoji ali za opustitev dolžnega nadzora nad izvajanjem pogodbenih obveznosti ali za drugo ravnanje ali opustitev, s katerim je naročniku povzročena škoda ali omogočena pridobitev nedovoljene koristi predstavniku ali posredniku naročnika, javnemu uslužbencu naročnika, izvajalcu ali njegovemu predstavniku, zastopniku, posredniku, je ta pogodba nična.

Naročnik bo na podlagi svojih ugotovitev o domnevnem obstoju dejanskega stanja iz prvega odstavka tega člena ali obvestila Komisije za preprečevanje korupcije ali drugih organov, glede njegovega domnevnega nastanka, pričel z ugotavljanjem pogojev ničnosti pogodbe iz prejšnjega odstavka tega člena oziroma z drugimi ukrepi v skladu s predpisi Republike Slovenije.

22. člen

Vse spremembe in dopolnitve te pogodbe se sklenejo v obliki pisnih dodatkov k tej pogodbi.

Ob morebitni spremembi pooblaščenega predstavnika katere od pogodbenih strank ali transakcijskega računa izvajalca oziroma podizvajalca zadostuje obvestilo ene pogodbene stranke drugi.

23. člen

Pogodba začne veljati in je sklenjena z dnem podpisa zadnje od obeh pogodbenih strank.

24. člen

Za urejanje medsebojnih obveznosti in pravic, ki niso izrecno dogovorjene s to pogodbo, se uporabljajo določila Obligacijskega zakonika in drugi predpisi, ki urejajo pogodbene odnose.

Morebitne spore iz te pogodbe bosta pogodbeni stranki reševali sporazumno, če pa to ne bo mogoče, bo o sporih odločalo pristojno sodišče v Ljubljani.

Ta pogodba je sestavljena v štirih (4) enakih izvodih, od katerih prejme vsaka pogodbena stranka po dva (2) izvoda.

Ljubljana,

NAROČNIK:
Turizem Ljubljana
mag. Petra Stušek
direktorica

IZVAJALEC:

[žig in podpis]

[žig in podpis]

Priloge:

- razpisna dokumentacija;
- ponudba izvajalca;
- specifikacija izbranega sklopa javnega naročila;
- finančno zavarovanje za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti (menična izjava s prilogo – tremi (3) bianco menicami).

**IZJAVA O PREDLOŽITVI BIANCO MENIC Z MENIČNO IZJAVO
ZA DOBRO IZVEDBO POGODBENIH OBVEZNOSTI**

Ponudnik _____ izjavljam, da bom v primeru sklenitve pogodbe za izvedbo javnega naročila »STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA«, naročniku predložil tri (3) bianco menice z menično izjavo za dobro izvedbo pogodbenih obveznosti, plačljivo na prvi poziv, z oznako »brez protesta«, v višini 10 % skupne pogodbene cene z DDV in veljavnostjo en (1) mesec po prenehanju veljavnosti pogodbe.

Datum

Žig

Podpis

ESPD obrazec

Izpolnjen in podpisan ESPD mora biti v ponudbi priložen za vse gospodarske subjekte, ki v kakršni koli vlogi sodelujejo v ponudbi (ponudnik, v primeru skupne ponudbe vsi partnerji, subjekti, katerih zmogljivosti namerava uporabiti ponudnik in podizvajalci).

PODATKI ZA PREVERITEV KAZNOVANOSTI V KAZENSKI EVIDENCI

Podatki se navedejo za vsako fizično osebo, ki je član upravnega ali vodstvenega ali nadzornega organa ponudnika, partnerja v skupni ponudbi oziroma podizvajalca, ter drugega subjekta, katerega zmogljivosti namerava uporabiti ponudnik, ali vsako osebo, ki ima pooblastila za zastopanje ali odločanje ali nadzor pri ponudniku, partnerju v skupni ponudbi oziroma podizvajalcu, ter drugem subjektu, katerega zmogljivosti namerava uporabiti ponudnik.

Ime in priimek	EMŠO	Gospodarski subjekt, v katerem ima oseba funkcijo

Obrazec se predloži ob ponudbi.

IZJAVA GOSPODARSKEGA SUBJEKTA

Gospodarski subjekt:

(naziv)

(naslov)

v zvezi z izvedbo javnega naročila »STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA« pod materialno in kazensko odgovornostjo izjavljam, da izpolnujemo omejevalne ukrepe, določene v Sklepu Sveta (SZVP) 2022/578 z dne 8. aprila 2022 o spremembi Sklepa 2014/512/SZVP o omejevalnih ukrepih zaradi delovanja Rusije, ki povzroča destabilizacijo razmer v Ukrajini, in izjavljamo, da:

- nismo ruski državljani ali fizična ali pravna oseba, subjekt ali organ s sedežem v Rusiji;
- nismo pravna oseba, subjekt ali organ, katerega več kot 50-odstotni delež je v neposredni ali posredni lasti subjekta iz prejšnje alineje, ali
- nismo fizična ali pravna oseba, subjekt ali organ, ki deluje v imenu ali po navodilih subjekta iz prejšnjih dveh alinej,
- ne sodelujemo s podizvajalcem, ki izpolnjuje pogoje iz prejšnjih alinej, če predstavljajo več kot 10 % vrednosti predmetnega naročila.

Datum: _____

Podpis: _____

REFERENČNA TABELA – SKLOP 1

PONUDNIK: _____

Ponudnik je v obdobju zadnjih štirih (4) letih pred rokom za oddajo ponudb uspešno izvedel vsaj dva primerljiva posla. Za primerljiv posel se šteje izvedba storitev oglaševanja na slovenskem in/ali tujih trgih znotraj platforme Google Ads, pri čemer je skupna letna vrednost posameznega posla presegla 50.000,00 EUR brez DDV. V skupno vrednost je vključen tako strošek medijskega zakupa kot agencijska storitev.

Zap. št.	Naročnik oglaševanja (naziv, naslov)	Opis posla	Vrednost posla v EUR brez DDV (letna vrednost)	Obdobje izvajanja	Kontaktna oseba pri naročniku za potrditev reference (ime, priimek, e-pošta, tel.)
1.					
2.					

Naročnik si pridržuje pravico, da navedbe preveri ter zahteva dokazila o izvedbi navedenega referenčnega posla (na primer: pogodbo z naročnikom oglaševanja, ...) oziroma navedbe preveri neposredno pri oglaševalcu.

Kraj: _____

Datum: _____

Podpis odgovorne osebe ponudnika: _____

Izpolnjen in podpisan obrazec se predloži ob ponudbi.

REFERENČNO POTRDILO – SKLOP 1

Za ponudnika (naziv in naslov gospodarskega subjekta):

v zvezi s ponudbo za javno naročilo »STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA«

POTRJUJEMO

da nam je gospodarski subjekt izvedel in zaključil:

(navede se predmet referenčnega posla)

Izvedena dela ocenjujemo kot kvalitetna v smislu upoštevanja sodobnih trendov oglaševanja, realnih stroškov za vsa dela brez bistvenih prekoračitev pogodbene vrednosti, upoštevanja ukrepov za varstvo ljudi, dobrin, premoženja in okolja, zagotavljanja nemotenega izvajanja vseh del po projektu in doseganja planiranega roka izvedbe storitev.

Gospodarski subjekt je
izvedel naslednja dela:

Vrednost opravljenih
storitev (v EUR brez DDV):

Datum začetka posla:

Datum končanja posla:

To potrdilo se izdaja na zahtevo zgoraj navedenega gospodarskega subjekta in se bo uporabilo samo za potrjevanje referenc v postopku zgoraj navedenega javnega naročila Turizma Ljubljana.

Naročnik: _____

Kraj: _____

Datum: _____

Podpis odgovorne osebe naročnika: _____

REFERENČNA TABELA – SKLOP 2

PONUDNIK: _____

Ponudnik je v obdobju zadnjih štirih (4) letih pred rokom za oddajo ponudb uspešno izvedel vsaj dva primerljiva posla. Za primerljiv posel se šteje izvedba storitev oglaševanja na slovenskem in/ali tujih trgih znotraj **platforme Meta**, pri čemer je skupna letna vrednost posameznega posla **preseгла 30.000,00 EUR brez DDV**. V skupno vrednost je vključen tako strošek medijskega zakupa kot agencijska storitev

Zap. št.	Naročnik oglaševanja (naziv, naslov)	Opis posla	Vrednost posla v EUR brez DDV (letna vrednost)	Obdobje izvajanja	Kontaktna oseba pri naročniku za potrditev reference (ime, priimek, e-pošta, tel.)
1.					
2.					

Naročnik si pridržuje pravico, da navedbe preveri ter zahteva dokazila o izvedbi navedenega referenčnega posla (na primer: pogodbo z naročnikom oglaševanja, ...) oziroma navedbe preveri neposredno pri oglaševalcu.

Kraj: _____

Datum: _____

Podpis odgovorne osebe ponudnika: _____

Izpolnjen in podpisan obrazec se predloži ob ponudbi.

REFERENČNO POTRDILO – SKLOP 2

Za ponudnika (naziv in naslov gospodarskega subjekta):

v zvezi s ponudbo za javno naročilo »STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA«

POTRJUJEMO

da nam je gospodarski subjekt izvedel in zaključil:

(navede se predmet referenčnega posla)

Izvedena dela ocenjujemo kot kvalitetna v smislu upoštevanja sodobnih trendov oglaševanja, realnih stroškov za vsa dela brez bistvenih prekoračitev pogodbene vrednosti, upoštevanja ukrepov za varstvo ljudi, dobrin, premoženja in okolja, zagotavljanja nemotenega izvajanja vseh del po projektu in doseganja planiranega roka izvedbe storitev.

Gospodarski subjekt je
izvedel naslednja dela:

Vrednost opravljenih
storitev (v EUR brez DDV):

Datum začetka posla:

Datum končanja posla:

To potrdilo se izdaja na zahtevo zgoraj navedenega gospodarskega subjekta in se bo uporabilo samo za potrjevanje referenc v postopku zgoraj navedenega javnega naročila Turizma Ljubljana.

Naročnik: _____

Kraj: _____

Datum: _____

Podpis odgovorne osebe naročnika: _____

REFERENČNA TABELA – SKLOP 3

PONUDNIK: _____

Ponudnik je v obdobju zadnjih štirih (4) letih pred rokom za oddajo ponudb uspešno izvedel vsaj dva primerljiva posla. Za primerljiv posel se šteje izvedba storitev oglaševanja na slovenskem in/ali tujih trgih v tiskanih medijih ali zunanjih površinah, pri čemer je skupna letna vrednost posameznega posla presegla 20.000,00 EUR brez DDV. V skupno vrednost je vključen tako strošek medijskega zakupa kot agencijska storitev.

Zap. št.	Naročnik oglaševanja (naziv, naslov)	Opis posla	Vrednost posla v EUR brez DDV (letna vrednost)	Obdobje izvajanja	Kontaktna oseba pri naročniku za potrditev reference (ime, priimek, e-pošta, tel.)
1.					
2.					

Naročnik si pridržuje pravico, da navedbe preveri ter zahteva dokazila o izvedbi navedenega referenčnega posla (na primer: pogodbo z naročnikom oglaševanja, ...) oziroma navedbe preveri neposredno pri oglaševalcu.

Kraj: _____

Datum: _____

Podpis odgovorne osebe ponudnika: _____

Izpolnjen in podpisan obrazec se predloži ob ponudbi.

REFERENČNO POTRDILO – SKLOP 3

Za ponudnika (naziv in naslov gospodarskega subjekta):

v zvezi s ponudbo za javno naročilo »STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA«

POTRJUJEMO

da nam je gospodarski subjekt izvedel in zaključil:

(navede se predmet referenčnega posla)

Izvedena dela ocenjujemo kot kvalitetna v smislu upoštevanja sodobnih trendov oglaševanja, realnih stroškov za vsa dela brez bistvenih prekoračitev pogodbene vrednosti, upoštevanja ukrepov za varstvo ljudi, dobrin, premoženja in okolja, zagotavljanja nemotenega izvajanja vseh del po projektu in doseganja planiranega roka izvedbe storitev.

Gospodarski subjekt je
izvedel naslednja dela:

Vrednost opravljenih
storitev (v EUR brez DDV):

Datum začetka posla:

Datum končanja posla:

To potrdilo se izdaja na zahtevo zgoraj navedenega gospodarskega subjekta in se bo uporabilo samo za potrjevanje referenc v postopku zgoraj navedenega javnega naročila Turizma Ljubljana.

Naročnik: _____

Kraj: _____

Datum: _____

Podpis odgovorne osebe naročnika: _____

CERTIFIKATI – SKLOP 1

PONUDNIK:

Pod materialno in kazensko odgovornostjo izjavljamo, da izpolnujemo pogoje in jih izkazujemo s priloženimi dokazili, iz katerih izhaja, da:

- imamo status certificiranega partnerja programa Google Ads,
- za upravljanje oglaševalske kampanje naročnika zagotavljamo spodaj navedene osebe, ki imajo certifikat kvalificiranega posameznika Google Ads ter znotraj certifikata opravljen izpit:
 - oglaševanje v iskalnem omrežju.

Zap. št.	Ime in priimek osebe	Certifikat, opravljen izpit

Priloge: Veljavni certifikati za gospodarski subjekt in osebe, ki izkazujejo izpolnjevanje pogoja oziroma osvojena znanja na podlagi opravljenih izpitov.

Datum:

Žig

Podpis:

PONUĐNIK:

NATIVNI GOVORCI - PREVAJALCI

Pod materialno in kazensko odgovornostjo izjavljamo, da bodo vse prevode oglasnih vsebin opravili
nativni govorci – prevajalci.

Kraj in datum: _____

Ponudnik: _____

Žig:

Podpis:

SEZNAM KADROV – SKLOP 1

Pod materialno in kazensko odgovornostjo izjavljamo, da skladno s pogoji iz razpisne dokumentacije razpolagamo z naslednjim kadrom:

1. Vodja projekta

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje * opis * čas pridobitve – obdobje * način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik * kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference * naziv projekta * opis projekta * datum izvedbe	

2. Strokovnjak za medijsko planiranje promocijskih kampanj

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje * opis * čas pridobitve – obdobje * način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik * kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference * naziv projekta * opis projekta * datum izvedbe	

3. Grafični oblikovalec

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje * opis * čas pridobitve – obdobje * način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik * kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	

Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	
--	--

4. Tekstopisec

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

Kraj in datum: _____

Ponudnik: _____

Žig:

Podpis:

SEZNAM KADROV – SKLOP 2

Pod materialno in kazensko odgovornostjo izjavljamo, da skladno s pogoji iz razpisne dokumentacije razpolagamo z naslednjim kadrom:

1. Vodja projekta

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

2. Strokovnjak za medijsko planiranje promocijskih kampanj na družbenih omrežjih

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

3. Grafični oblikovalec

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	

Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	
--	--

4. Kreativni tekstopisec

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

5. Tekstopisec

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

Kraj in datum: _____

Ponudnik: _____

Žig:

Podpis:

SEZNAM KADROV – SKLOP 3

Pod materialno in kazensko odgovornostjo izjavljamo, da skladno s pogoji iz razpisne dokumentacije razpolagamo z naslednjim kadrom:

1. Vodja projekta

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

2. Strokovnjak za medijsko planiranje promocijskih kampanj

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

3. Grafični oblikovalec

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	

Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	
--	--

4. Kreativni tekstopisec

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

5. Tekstopisec

Ime in priimek	
Številka in čas trajanja delovnega/ pogodbenega razmerja	
Delovne izkušnje *opis *čas pridobitve – obdobje *način pridobitve – delodajalec oziroma naročnik *kontaktna oseba pri delodajalcu oziroma naročniku – ime, priimek, tel. št., el. naslov	
Reference *naziv projekta *opis projekta *datum izvedbe	

Kraj in datum: _____

Ponudnik: _____

Žig:

Podpis:

UDELEŽBA PODIZVAJALCEV

V zvezi z javnim naročilom »STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA LJUBLJANA« izjavljamo, da nastopamo s podizvajalci, in sicer v nadaljevanju navajamo udeležbe le-teh:

Podizvajalec _____ (naziv)
 bo izvedel _____ (vrsta del)
 v količini _____
 v vrednosti _____ EUR brez DDV
 kraj izvedbe _____ rok izvedbe _____ del _____
 _____ podizvajalca _____

Podizvajalec _____ (naziv)
 bo izvedel _____ (vrsta del)
 v količini _____
 v vrednosti _____ EUR brez DDV
 kraj izvedbe _____ rok izvedbe _____ del _____
 _____ podizvajalca _____

Podizvajalec _____ (naziv)
 bo izvedel _____ (vrsta del)
 v količini _____
 v vrednosti _____ EUR brez DDV
 kraj izvedbe _____ rok izvedbe _____ del _____
 _____ podizvajalca _____

Kraj in datum: _____ Gospodarski subjekt: _____
 Žig in podpis: _____

ZAHTEVA PODIZVAJALCA ZA NEPOSREDNO PLAČILO

Podizvajalec: _____

kot podizvajalec gospodarskega subjekta _____
(naziv in sedež gospodarskega subjekta, ki v ponudbi
nominira podizvajalca) izrecno zahtevamo, da za javno naročilo »STORITVE OGLAŠEVANJA TURIZMA
LJUBLJANA« naročnik za opravljena dela, ki smo jih izvedli v zvezi s predmetnim javnim naročilom,
izvede neposredna plačila, ob predhodni potrditvi računa s strani izvajalca, na naš

transakcijski račun številka _____

odprt pri banki _____

Datum

Žig

Podpis podizvajalca

Podizvajalec: _____

SOGLASJE

Spodaj podpisani zakoniti zastopnik podizvajalca _____
(ime in priimek zakonitega zastopnika podizvajalca) soglašam, da naročnik namesto glavnega izvajalca
poravna naše terjatve do glavnega izvajalca na način, kot je to opredeljeno v pogodbi.

Datum

Žig

Podpis podizvajalca

SKUPNA PONUDBA
(priložijo gospodarski subjekti v skupni ponudbi)

Naziv gospodarskega subjekta	Vloga (vodilni partner, partner)	Opis dejansko prevzetih del	Vrednost dejansko prevzetih del

V informacijskem sistemu e-JN v razdelku »Sodelujoči« je potrebno navesti vse gospodarske subjekte, ki nastopajo v skupni ponudbi, in priložiti:

POSAMIČNO

(vsak gospodarski subjekt)

- ESPD (priloga 1)
- Izjava gospodarskega subjekta (priloga 3)
- Certifikati – SKLOP 1 (priloga 5A)

SKUPNO

(vsi gospodarski subjekti)

- Podatki za preveritev kaznovanosti v kazenski evidenci (priloga 2)
- Referenčna tabela – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3 + Referenčna potrdilo – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3 (neobvezno) (priloga 4A, 4B, 4C in priloga 4A/1, 4B/1, 4C/1 – odvisno od izbranega sklopa)
- Nativni govorci – prevajalci (priloga 6)
- Seznam kadrov – SKLOP 1, SKLOP 2 oziroma SKLOP 3 (priloga 7A, 7B, 7C – odvisno od izbranega sklopa)
- Udeležba podizvajalcev + Zahteva podizvajalca za neposredno plačilo + Soglasje (priloga 8, 8A, 8B – v primeru nastopanja s podizvajalci)
- Skupna ponudba (priloga 9)
- Predračun (priloga 10)
- Vzorec pogodbe (priloga A)
- Izjava o predložitvi bianco menic z menično izjavo za dobro izvedbo pogodbениh obveznosti (priloga B)

Datum

Žig

Podpis vodilnega partnerja

PREDRAČUN

Ponudnik: _____

1. SKLOP 1 – OGLAŠEVANJE NA PLATFORMI GOOGLE ADS

(ponudnik vnese ceno v primeru, da oddaja ponudbo za SKLOP 1)

CENA AGENCIJSKE STORITVE	EUR brez DDV
Cena agencijske storitve za SKLOP 1	

V ceno agencijske storitve morajo biti zajeti **vsi stroški agencije**, ki so neizogibni za izvedbo storitev oglaševanja na želenih oglaševalskih kanalih. Sem sodijo tako storitve vodenja projekta in provizija kot različni izvedbeni stroški (kreativa, vsebinski marketing, zakup fotografije, prevodi idr.).

V agencijsko storitev naj ne bodo vključeni stroški, ki se nanašajo na zakup medijskega oziroma oglaševalskega prostora.

2. SKLOP 2 – OGLAŠEVANJE NA DRUŽBENIH OMREŽJIH

(ponudnik vnese ceno v primeru, da oddaja ponudbo za SKLOP 2)

CENA AGENCIJSKE STORITVE	EUR brez DDV
Cena agencijske storitve za SKLOP 2	

V ceno agencijske storitve morajo biti zajeti **vsi stroški agencije**, ki so neizogibni za izvedbo storitev oglaševanja na želenih oglaševalskih kanalih. Sem sodijo tako storitve vodenja projekta in provizija kot različni izvedbeni stroški (kreativa, vsebinski marketing, zakup fotografije, prevodi idr.).

V agencijsko storitev naj ne bodo vključeni stroški, ki se nanašajo na zakup medijskega oziroma oglaševalskega prostora.

3. SKLOP 3 – OGLAŠEVANJE V SPLETNIH IN NESPLETNIH MEDIJIH

(ponudnik vnese podatke in cene storitev v primeru, da oddaja ponudbo za SKLOP 3)

AGENCIJSKA PROVIZIJA	% od vrednosti medijskega zakupa
Agencijska provizija (storitev vodenja projekta* v % od vrednosti medijskega zakupa)	

*V vodenje projekta je zajeta tudi priprava morebitnih medijskih načrtov med izvajanjem kampanje. Agencijska provizija ne sme presegati 20 % vrednosti medijskega zakupa, v nasprotnem primeru bo ponudba izločena iz postopka.

Zap. št.	CENA STORITEV**	Enota	Okvirna količina	Cena na enoto v EUR brez DDV	Skupna cena v EUR brez DDV
1.	Zasnova nove kampanje naročnika (po vsebinskih izhodiščih in ciljih naročnika)	kpl*	2		
2.	Osvežitev obstoječe kampanje (prilagoditev naslovnih grafik ali sloganov)	kpl	2		
3.	Zasnova in postavitev novega oglasa (besedilo pripravljeno s strani kreativnega tekstopisca) in priprava za tisk	kpl	5		
4.	Mutacija oglasa na drugo dimenzijo, priprava za tisk	kpl	5		
5.	Zasnova in postavitev OOH (besedilo pripravljeno s strani kreativnega tekstopisca) in priprava za tisk	kpl	2		
6.	Izvedbeno oblikovanje OOH po posredovani zasnovi oglasa (posreduje naročnik), priprava za tisk	kpl	2		
7.	Mutacija OOH na drugo dimenzijo, priprava za tisk	kpl	2		
8.	Zasnova in postavitev (besedilo pripravljeno s strani kreativnega tekstopisca) statičnega spletnega oglasa/pasice ali ozadja	kpl	2		
9.	Izvedbeno oblikovanje statičnega spletnega oglasa/pasice ali ozadja po posredovani zasnovi oglasa (posreduje naročnik)	kpl	2		
10.	Zasnova in produkcija (besedilo pripravljeno s strani kreativnega tekstopisca) animiranega spletnega oglasa/pasice ali ozadja (z vključenim scenarijem izvajalca)	kpl	2		
11.	Izvedbeno oblikovanje animiranega spletnega oglasa/pasice ali ozadja po posredovani zasnovi oglasa (scenarij in zasnovo posreduje naročnik)	kpl	2		
12.	Zasnova in produkcija (besedilo pripravljeno s strani kreativnega tekstopisca) animiranega oglasa za digitalni totem ali drugo platformo (do 10 s) z morebitno glasbeno podlago (z vključenim scenarijem izvajalca)	kpl	1		
13.	Izvedbeno oblikovanje in produkcija animiranega oglasa za digitalni totem ali drugo platformo z morebitno glasbeno podlago (do 10 s) (scenarij in zasnovo posreduje naročnik)	kpl	3		
14.	Zasnova in produkcija (besedilo pripravljeno s strani kreativnega tekstopisca) animiranega oglasa za digitalni totem ali drugo platformo (do 30 s) z morebitno glasbeno podlago (z vključenim scenarijem izvajalca)	kpl	1		
15.	Izvedbeno oblikovanje in produkcija animiranega oglasa za digitalni totem ali drugo platformo z morebitno glasbeno podlago (do 30 s) (scenarij in zasnovo posreduje naročnik)	kpl	1		
16.	Priprava advertoriala (besedilo pripravljeno s strani kreativnega tekstopisca) (do 2 strani) po izhodiščih naročnika z izborom ustreznega fotomateriala	kpl	2		

CENA STORITEV**		Enota	Okvirna količina	Cena na enoto v EUR brez DDV	Skupna cena v EUR brez DDV
Zap. št.					
17.	Zasnova in scenarij za radijski oglas (dejansko produkcijo radijskega oglasa opravi izbrana radijska postaja – strošek produkcije v tem primeru pade pod zakup oglasnega prostora)	kpl	1		
18.	Prevod v želeni jezik po izboru naročnika do 1.500 znakov brez presledkov z nativnimi govorci	kpl	3		
Skupaj v EUR brez DDV					

* Kratica kpl = komplet.

**Postavke vključujejo vse stroške storitve razen zakupa, vključno s storitvijo vodenja projekta/agencijsko provizijo. Cene storitev so nespremenljive ves čas trajanja pogodbe.

Ponudba je veljavna 90 dni od dneva odpiranja ponudb.

Številka predračuna: _____

Datum: _____

Podpis odgovorne osebe ponudnika:
