

PRILOGA 9

Številka: 430-12/2025-62

Datum: 27. 10. 2025

Na podlagi drugega in tretjega odstavka 90. čl. 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) za javno naročilo **Storitve oblikovanja, tiska, medijskega zakupa, produkcije video vsebin in priprave komunikacijske strategije za različna področja delovanja sklada za obdobje 48 mesecev**, številka objave na PJN: JN005716/2025-EUe16/01, datum objave: 21. 7. 2025, s popravkom številka objave na PJN: JN005716/2025-EUe16/01-P01, datum objave: 11. 8. 2025 (v nadaljevanju javno naročilo), izdajam:

Odločitev o oddaji naročila

Javni štipendijski, razvojni, invalidski in preživninski sklad Republike Slovenije za izvedbo storitev skladno z javnim naročilom **Storitve oblikovanja, tiska, medijskega zakupa, produkcije video vsebin in priprave komunikacijske strategije za različna področja delovanja sklada za obdobje 48 mesecev** izbere naslednje ponudbe:

1. za **sklop 1 – Oblikovanje in tisk** ponudbo ponudnika **Pristop d.o.o.**;
2. za **sklop 2 – Medijski zakup** ponudbo ponudnika **Futura DDB d.o.o.**;
3. za **sklop 3 – Produkcija promocijskih video vsebin** ponudbo ponudnika **Pristop d.o.o.**;
4. za **sklop 4 – Priprava komunikacijske strategije** ponudbo ponudnika **Pristop d.o.o.**.

Obrazložitev

Javni štipendijski, razvojni, invalidski in preživninski sklad Republike Slovenije (v nadaljevanju naročnik) je s sklepom o imenovanju v komisijo za javna naročila št. 430-12/2025-7 z dne 17. 7. 2025 imenoval 6 članov strokovne komisije za izvedbo postopka javnega naročanja.

Dne 17. 7. 2025 je naročnik izdal sklep o začetku postopka oddaje javnega naročila št. 430-12/2025-8, v katerem je definiral višino zagotovljenih sredstev, vir sredstev in ocenjeno vrednost javnega naročila.

Javno naročilo je bilo dne 21. 7. 2025 objavljeno na Portalu javnih naročil (v nadaljevanju PJN) pod št. JN005716/2025-EUe16/01 in na portalu TED pod št. 473103-2025. Naknadno je pod št. objave na PJN: JN005716/2025-EUe16/01-P01 dne 11. 8. 2025 in št. objave na TED: 524399-2025 dne 11. 8. 2025 naročnik objavil popravek javnega naročila, s katerim je podaljšal rok za oddajo ponudb na 3. 9. 2025 ob 10:00, pa tudi rok za postavitev vprašanj na 20. 8. 2025 ob 11:00.

V fazi vprašanj in odgovorov je naročnik prejel 22 vprašanj in nanje odgovoril preko PJN. Zadnji odgovor na vprašanja je bil objavljen 20. 8. 2025 ob 13:09.

Javno odpiranje v roku prejetih ponudb je bilo skladno z določili Dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila izvedeno 3. 9. 2025 ob 11:01 preko sistema eJN.

Naročnik je v roku za oddajo ponudb, tj. do dne 3. 9. 2025 do 10:00 ure, prejel naslednje ponudbe, kot izhaja iz zapisnika o odpiranju ponudb, št. 430-12/2025-18, z dne 3. 9. 2025:

Zap. št. ponudbe	GC številka	Naziv in naslov ponudnika	matična /davčna številka ponudnika	Ponudba za sklop
1.	430-12/2025-41	Birografika BORI d.o.o., Linhartova cesta 1, 1000 Ljubljana	5183472000 / SI 16466543	1
2.	430-12/2025-42	PRISTOP d.o.o., Vilharjeva cesta 36, 1000 Ljubljana	2038943000 / SI 88078558	1, 3, 4
3.	430-12/2025-43	FUTURA DDB d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana	1585142000 / SI 27737284	1, 2, 3, 4
4.	430-12/2025-44	Medialog, d.o.o., Kotnikova ulica 28, 1000 Ljubljana	2293986000 / SI 39641074	2
5.	430-12/2025-45	ART DESIGN d.o.o., Tacenska cesta 20, 1210 Ljubljana - Šentvid	5631700000 / SI 18509126	1
6.	430-12/2025-46	CLUEKIT d.o.o., Podbreznik 15, 8000 Novo mesto	9084614000 / SI 92929699	1, 2, 3, 4
7.	430-12/2025-47	THE OTHER d.o.o., Avstrijska ulica 17, 1000 Ljubljana	9518428000 / SI 92820433	1, 2, 3

I. Pregled ponudb po predmetnem JN

A. Pravno formalni pregled ponudb

1)

Pravno formalni pregled prejetih ponudb je naročnik opravil 9. 9. 2025, pri čemer je vpogledal v e-Dosje vsakega od ponudnikov. Ugotovljeno je bilo, da ponudbe v celoti izpolnjujejo vse pravno formalne pogoje, kot jih opredeljuje dokumentacija v zvezi z oddajo javnega naročila.

2)

Nadalje je naročnik 9. in 10. 9. 2025 opravil pregled ponudb z vidika izpolnjevanja splošnih pogojev za sodelovanje, pri čemer je ugotovil, da vse ponudbe izpolnjujejo splošne pogoje za sodelovanje, kot jih opredeljuje dokumentacija v zvezi z oddajo javnega naročila. Za vsakega od ponudnikov in predlaganih podizvajalcev je opravil pregled predloženega ESPD obrazca, Priloge 2: Izjava in vpogled v AJPES evidenco o postopkih zaradi insolventnosti. Ugotovil je, da vse ponudbe izpolnjujejo splošne pogoje za sodelovanje, kot jih opredeljuje dokumentacija v zvezi z oddajo javnega naročila.

3)

Naročnik je pregledal prispele ponudbe z vidika izpolnjevanja posebnih pogojev za sodelovanje po sklopih, kot jih opredeljuje dokumentacija v zvezi z oddajo javnega naročila in so v skladu s 76. členom ZJN-3. Naročnik je ugotovil, da ponudbe treh ponudnikov ne izpolnjujejo posebnih pogojev (točka 4.c Posebni pogoji za sodelovanje v II. poglavju dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila).

Za **SKLOP 1** so bili določeni naslednji posebni pogoji za sodelovanje:

	Posebni pogoji za sodelovanje	Dokazilo o izpolnjevanju pogoja
1.	Reference Ponudnik je v ponudbi za posamezen sklop predložil najmanj eno (1) referenco istovrstnega posla, izvedenega v obdobju zadnjih treh (3) let pred potekom roka za oddajo ponudb, pri čemer je pogodba zaključena. Ponudnik lahko izpolnjevanje tega pogoja doseže skupaj s partnerji v skupni ponudbi. SKLOP 1 Ponudnik je izvedel vsaj en (1) pol leta trajajoč referenčni posel s področja predmeta javnega naročila v vrednosti vsaj 20.000 EUR brez DDV. Kot istovrstna storitev se šteje uspešna in kakovostna izvedba oblikovanja in tiska različnih tiskovin.	Seznam referenčnih poslov (Priloga 3) in Referenčna izjava (Priloga 4) (za ponudnika ali partnerja v skupni ponudbi)
2.	Kadrovska usposobljenost Ponudnik za ves čas izvajanja predmeta tega javnega naročila za vsak posamezni sklop, za katerega je oddal ponudbo, razpolaga z: - odgovornim vodjem projekta; - namestnikom odgovornega vodje projekta. Obe osebi morata izpolnjevati zahteve glede na posamezen sklop, za katerega se ponudba oddaja. Ponudnik lahko izpolnjevanje tega pogoja doseže skupaj s partnerji v skupni ponudbi in podizvajalci. SKLOP 1 Vodja in namestnik: - ima vsaj 3 (tri) leta delovnih izkušenj z vodenjem projektov, vezanih na predmet naročila tega sklopa; - je v obdobju zadnjih treh (3) let pred potekom roka za oddajo ponudb kot odgovorni vodja projekta ali namestnik odgovornega vodje projekta sodeloval pri najmanj enem (1) istovrstnem referenčnem poslu s področja izvajanja tiskarskih storitev in oblikovanja v vrednosti vsaj 20.000 EUR brez DDV, posel pa je uspešno zaključen do poteka roka za oddajo ponudb.	Kadrovska usposobljenost (Priloga 5) (za odgovornega vodjo in namestnika odgovornega vodje)

Za sklop 1 posebnih pogojev za sodelovanje ne izpolnjujejo naslednje ponudbe:

Zap. št. ponudbe	Ponudnik	Pogoj, ki ga ponudba ne izpolnjuje	Obrazložitev
1.	Birografika BORI d.o.o.	2. Kadrovska usposobljenost	Nobena od predlaganih oseb za vodjo projekta in namestnika vodje ne izpolnjuje pogoja glede sodelovanja pri referenčnem poslu v vrednosti vsaj 20.000,00 EUR brez DDV. Iz Priloge 5 so razvidne reference za vsako predlagano osebo v vrednostih, nižjih od navedenega zneska.

6.	CLUEKIT d.o.o.	1. Reference	Iz predloženega seznama referenčnih poslov in referenčnih izjav za CLUEKIT ni razvidno, v kakšni vrednosti je bil izveden posel za oblikovanje in tisk, saj je referenca opisana kot skupek referenc za vse 4 sklope. Priloga 3, predložena za podizvajalca, se izloči, saj pogoja skladno z določili dokumentacije v zvezi z oddajo JN ni mogoče izpolniti skupaj s podizvajalci.
		2. Kadrovska usposobljenost	Iz opisa referenc za vodjo in namestnika v Prilogi 5 ne izhaja točna vrednost referenčnega posla, ki se nanaša neposredno na storitve tega sklopa, saj je referenca opisana kot skupek referenc za vse 4 sklope.
7.	The Other d.o.o.	1. Reference	Iz predloženega seznama referenčnih poslov in referenčnih izjav izhaja, da ponudnik THE OTHER nima referenčnega posla za sklop 1. Priloga 3, predložena za podizvajalca, se izloči, saj pogoja skladno z določili dokumentacije v zvezi z oddajo JN ni mogoče izpolniti skupaj s podizvajalci.

Za **SKLOP 2** so bili določeni naslednji posebni pogoji za sodelovanje:

Posebni pogoji za sodelovanje		Dokazilo o izpolnjevanju pogoja
1.	Reference Ponudnik je v ponudbi za posamezen sklop predložil najmanj eno (1) referenco istovrstnega posla, izvedenega v obdobju zadnjih treh (3) let pred potekom roka za oddajo ponudb, pri čemer je pogodba zaključena. Ponudnik lahko izpolnjevanje tega pogoja doseže skupaj s partnerji v skupni ponudbi.	Seznam referenčnih poslov (Priloga 3) in Referenčna izjava (Priloga 4) (za ponudnika ali partnerja v skupni ponudbi)
	SKLOP 2 Ponudnik je izvedel vsaj en (1) eno leto trajajoč referenčni posel s področja predmeta javnega naročila v vrednosti vsaj 15.000 EUR brez DDV. Kot istovrstna storitev se šteje uspešna in kakovostna izvedba medijskega zakupa.	
2.	Kadrovska usposobljenost Ponudnik za ves čas izvajanja predmeta tega javnega naročila za vsak posamezni sklop, za katerega je oddal ponudbo, razpolaga z: - odgovornim vodjem projekta; - namestnikom odgovornega vodje projekta. Obe osebi morata izpolnjevati zahteve glede na posamezen sklop, za katerega se ponudba oddaja. Ponudnik lahko izpolnjevanje tega pogoja doseže skupaj s partnerji v skupni ponudbi in podizvajalci.	Kadrovska usposobljenost (Priloga 5)
	SKLOP 2 Vodja in namestnik:	

		- ima vsaj 3 (tri) leta delovnih izkušenj z vodenjem projektov, vezanih na predmet naročila tega sklopa; - je v obdobju zadnjih treh (3) let pred potekom roka za oddajo ponudb kot vodja ali namestnik vodje izvajal vsaj eno (1) kampanjo medijskega zakupa za naročnike v vrednosti več kot 15.000 EUR brez DDV, ki mora biti uspešno zaključena do poteka roka za oddajo ponudb.	(za odgovornega vodjo in namestnika odgovornega vodje)
--	--	---	--

Za sklop 2 posebnih pogojev za sodelovanje ne izpolnjujejo naslednje ponudbe:

Zap. št. ponudbe	Ponudnik	Pogoj, ki ga ponudba ne izpolnjuje	Obrazložitev
6.	CLUEKIT d.o.o.	1. Reference	Iz predloženega seznama referenčnih poslov CLUEKIT ni razvidno, v kakšni vrednosti je bil izveden posel za medijski zakup, saj je referenca opisana kot skupek referenc za vse 4 sklope. Priloga 3, predložena za podizvajalca, se izloči, saj pogoja skladno z določili dokumentacije v zvezi z oddajo JN ni mogoče izpolniti skupaj s podizvajalci.
		2. Kadrovska usposobljenost	Iz opisa referenc za vodjo in namestnika v Prilogi 5 ne izhaja točna vrednost referenčnega posla, ki se nanaša neposredno na storitve tega sklopa.
7.	The Other d.o.o.	1. Reference	Ponudnik je predložil Prilogo 2 in 3, iz katerih izhaja, da je opravil 10 mesecev (od 29. 2. 2024 do 31. 12. 2024) trajajoč referenčni posel s področja medijskega zakupa, v vrednosti 85.577,00 EUR, pri čemer je pogodba zaključena. Referenčni posel ne dosega kriterija glede trajanja (1 leto), zato se ga ne upošteva.

Za **SKLOP 3** so bili določeni naslednji posebni pogoji za sodelovanje:

	Posebni pogoji za sodelovanje	Dokazilo o izpolnjevanju pogoja
1.	Reference Ponudnik je v ponudbi za posamezen sklop predložil najmanj eno (1) referenco istovrstnega posla, izvedenega v obdobju zadnjih treh (3) let pred potekom roka za oddajo ponudb, pri čemer je pogodba zaključena. Ponudnik lahko izpolnjevanje tega pogoja doseže skupaj s partnerji v skupni ponudbi.	Seznam referenčnih poslov (Priloga 3) in Referenčna izjava (Priloga 4) (za ponudnika ali partnerja v skupni ponudbi)
	SKLOP 3 Ponudnik je izvedel vsaj en (1) referenčni posel, ki je vseboval produkcijo promocijskih videov v vrednosti	

		vsaj 5.000 EUR brez DDV. Kot istovrstna storitev se šteje uspešna in kakovostna izvedba produkcije video vsebin.	
2.	Kadrovska usposobljenost		
	Ponudnik za ves čas izvajanja predmeta tega javnega naročila za vsak posamezni sklop, za katerega je oddal ponudbo, razpolaga z: • odgovornim vodjem projekta; • namestnikom odgovornega vodje projekta. Obe osebi morata izpolnjevati zahteve glede na posamezen sklop, za katerega se ponudba oddaja. Ponudnik lahko izpolnjevanje tega pogoja doseže skupaj s partnerji v skupni ponudbi in podizvajalci.		Kadrovska usposobljenost (Priloga 5) (za odgovornega vodjo in namestnika odgovornega vodje)
	SKLOP 3	Vodja in namestnik: • ima vsaj 3 (tri) leta delovnih izkušenj z vodenjem projektov, vezanih na predmet naročila tega sklopa; • je v obdobju zadnjih treh (3) let pred potekom roka za oddajo ponudb kot odgovorni vodja projekta ali namestnik odgovornega vodje projekta sodeloval pri produkciji najmanj enega (1) promocijskega videa v vrednosti vsaj 5.000 EUR brez DDV, ki je uspešno zaključena do poteka roka za oddajo ponudb.	

Za sklop 3 posebnih pogojev za sodelovanje ne izpolnjuje naslednja ponudba:

Zap. št. ponudbe	Ponudnik	Pogoj, ki ga ponudba ne izpolnjuje	Obrazložitev
6.	CLUEKIT d.o.o.	2. Reference	Iz predloženega seznama referenčnih poslov CLUEKIT ni razvidno, v kakšni vrednosti je bil izveden posel za medijski zakup, saj je referenca opisana kot skupek referenc za vse 4 sklope. Priloga 3, predložena za podizvajalca, se izloči, saj pogoja skladno z določili dokumentacije v zvezi z oddajo JN ni mogoče izpolniti skupaj s podizvajalci.
		2. Kadrovska usposobljenost	Iz opisa referenc za vodjo in namestnika v Prilogi 5 ne izhaja točna vrednost referenčnega posla, ki se nanaša neposredno na storitve tega sklopa.

Za **SKLOP 4** so bili določeni naslednji posebni pogoji za sodelovanje:

	Posebni pogoji za sodelovanje	Dokazilo o izpolnjevanju pogoja
1.	Reference	
	Ponudnik je v ponudbi za posamezen sklop predložil najmanj eno (1) referenco istovrstnega posla, izvedenega v obdobju zadnjih treh (3) let pred potekom roka za oddajo ponudb, pri čemer je pogodba zaključena.	Seznam referenčnih poslov (Priloga 3) in

Ponudnik lahko izpolnjevanje tega pogoja doseže skupaj s partnerji v skupni ponudbi.		Referenčna izjava (Priloga 4) (za ponudnika ali partnerja v skupni ponudbi)
SKLOP 4	Ponudnik je izvedel vsaj en (1) referenčni posel v vrednosti vsaj 15.000 EUR brez DDV.	
2.	Kadrovska usposobljenost	
Ponudnik za ves čas izvajanja predmeta tega javnega naročila za vsak posamezni sklop, za katerega je oddal ponudbo, razpolaga z: • odgovornim vodjem projekta; • namestnikom odgovornega vodje projekta. Obe osebi morata izpolnjevati zahteve glede na posamezen sklop, za katerega se ponudba oddaja. Ponudnik lahko izpolnjevanje tega pogoja doseže skupaj s partnerji v skupni ponudbi in podizvajalci.		Kadrovska usposobljenost (Priloga 5) (za odgovornega vodjo in namestnika odgovornega vodje)
SKLOP 4	Vodja in namestnik: • ima vsaj 3 (tri) leta delovnih izkušenj z vodenjem projektov, vezanih na predmet naročila tega sklopa; • je v obdobju zadnjih treh (3) let pred potekom roka za oddajo ponudb kot odgovorni vodja projekta ali namestnik odgovornega vodje projekta sodeloval pri izdelavi najmanj ene (1) komunikacijske strategije za naročnike v vrednosti vsaj 15.000 EUR brez DDV, pogodba o izvedbi pa je uspešno zaključena do poteka roka za oddajo ponudb.	

Za sklop 4 posebnih pogojev za sodelovanje ne izpolnjuje naslednja ponudba:

Zap. št. ponudbe	Ponudnik	Pogoj, ki ga ponudba ne izpolnjuje	Obrazložitev
6.	CLUEKIT d.o.o.	3. Reference	Iz predloženega seznama referenčnih poslov CLUEKIT ni razvidno, v kakšni vrednosti je bil izveden posel za medijski zakup, saj je referenca opisana kot skupek referenc za vse 4 sklope. Priloga 3, predložena za podizvajalca, se izloči, saj pogoja skladno z določili dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila ni mogoče izpolniti skupaj s podizvajalci.
		2. Kadrovska usposobljenost	Iz opisa referenc za vodjo in namestnika v Prilogi 5 ne izhaja točna vrednost referenčnega posla, ki se nanaša neposredno na storitve tega sklopa.

Skladno z navedenim je naročnik iz postopka oddaje javnega naročila **zaradi neizpolnjevanja posebnih pogojev za sodelovanje po sklopih kot nedopustne izločil ponudbe Birografike BORI d.o.o. za sklop 1, Cluekit d.o.o. za vse sklope, The Other d.o.o. za sklopa 1 in 2.**

4)

Naročnik je ugotovil, da posebne pogoje za sodelovanje po sklopih izpolnjujejo naslednje ponudbe:

Sklop	Zap. št. ponudbe	Ponudnik
1	5.	ART DESIGN d.o.o.
	2.	PRISTOP d.o.o.
	3.	FUTURA DDB d.o.o.
2	4.	Medialog, d.o.o.
	3.	FUTURA DDB d.o.o.
3	2.	PRISTOP d.o.o.
	3.	FUTURA DDB d.o.o.
	7.	THE OTHER d.o.o.
4	2.	PRISTOP d.o.o.
	3.	FUTURA DDB d.o.o.

Te ponudbe je kot dopustne uvrstil v ocenjevanje po merilih za izbor ekonomsko najugodnejše ponudbe.

B. Komerčni pregled ponudb

Skladno z dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila ponudniki niso podali končnih ponudbenih cen, temveč le referenčne cene, preko katerih je naročnik upošteval stroškovni vidik ponudb skladno s 84. členom ZJN-3.

Naročnik je dopustne ponudbe pregledal z vidika podane referenčne cene po sklopih in ugotovil, da so primerne za nadaljnjo obravnavo glede na zagotovljena sredstva, ocenjeno vrednost in specifikacije v dokumentaciji v zvezi z oddajo javnega naročila. Naročnik je v okviru vsakega sklopa posebej ugotovil najnižjo podano referenčno ceno, ki je predstavljala v fazi strokovnega pregleda in ocenjevanja ponudb podlago za izračun točk po merilu M2 – Referenčna cena.

Pregled podanih referenčnih cen					
	Art Design	Futura DDB	Pristop	The Other	Medialog
SKLOP 1	3.965,00 €	4.392,00 €	7.320,00 €	/	/
SKLOP 2	/	6.100,00 €	/	/	3.172,00 €
SKLOP 3	/	11.346,00 €	19.032,00 €	5.490,00 €	/
SKLOP 4	/	21.825,80 €	17.690,00 €	/	/

Komisija je ugotovila, da so najnižjo referenčno ceno po sklopih podali in s tem po merilu M2 (Referenčna cena) dosegli 100,00 točk naslednji ponudniki:

1. za sklop 1 Art design d.o.o.;
2. za sklop 2 Medialog d.o.o.;
3. za sklop 3 The Other d.o.o.;
4. za sklop 4 Pristop d.o.o..

C. Strokovni pregled in ocenjevanje ponudb

Naročnik je opravil strokovni pregled ponudb po merilih, določenih v 5. točki II. poglavja dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila. V okviru vsakega sklopa je vsako dopustno ponudbo ocenilo 5 članov komisije s točkovanjem po merilih in podalo svojo obrazložitev. Člani komisije so ponudbe ocenili najprej po merilu M1 – Kakovost, ki se je skladno z dokumentacijo v zvezi z oddajo javnega naročila vsebinsko razlikovalo med posameznimi sklopi in se je nanašalo na ocenjevanje predloženih izdelkov ponudnikov, kot so bili zahtevani in specificirani v tej dokumentaciji. Nato so vsako ponudbo ocenili še po merilu M2 – Referenčna cena, kar je bilo določeno z matematično formulo in ni potrebovalo vsebinske utemeljitve. S tem se je upošteval stroškovni vidik ponudbe.

Komisija je na seji 17. 10. 2025 oblikovala skupno oceno posamezne ponudbe po merilu M1 – Kakovost. Nato je na seji 22. 10. 2025 izpolnila in potrdila skupne ocenjevalne liste za vsako ponudbo v okviru vsakega sklopa posebej. Skupno oceno posamezne ponudbe je komisija oblikovala tako, da je pri merilu M1 – Kakovost in vsakem od podmeril (M1.1, M1.2) upoštevala večinsko oceno, podano s strani članov komisije, ter pripravila skupno obrazložitev ocen po podmerilih. Ocene pri merilu M2 – Referenčna cena so pregledali in potrdili pravilnost njihovega izračuna po prednastavljeni matematični formuli.

Posamezno ponudbo je komisija ocenila z naslednjim točkovanjem po merilih za vsak sklop posebej:

Sklop	Zap. št. ponudbe	Ponudnik	Točke po M1.1 (max 50)	Točke po M1.2 (max 50)	Točke po M1 (M1.1 + M1.2)	Točke po M2 (max 100)	Skupno št. točk ($M=M1*0,6+M2*0,4$)	Uvrstit ev
1	5.	ART DESIGN d.o.o.	0	25	25	100	55,00	3
	2.	PRISTOP d.o.o.	50	50	100	54,17	81,67	1
	3.	FUTURA DDB d.o.o.	50	25	75	90,28	81,11	2
2	4.	Medialog, d.o.o.	50	0	50	100	70,00	2
	3.	FUTURA DDB d.o.o.	50	50	100	52	80,80	1
3	2.	PRISTOP d.o.o.	50	50	100	28,85	71,54	1
	3.	FUTURA DDB d.o.o.	50	25	75	48,39	64,35	3
	7.	THE OTHER d.o.o.	25	25	50	100	70,00	2
4	2.	PRISTOP d.o.o.	50	50	100	100	100	1
	3.	FUTURA DDB d.o.o.	50	50	100	81,05	92,42	2

V nadaljevanju sledi obrazložitev pomanjkljivosti vsake od ponudb, ki niso bile sprejete.

SKLOP 1

Naročnik se je na podlagi ocen odločil, da ne sprejme ponudb ponudnikov Art design d.o.o. in Futura DDB d.o.o..

Predloženi izdelek ponudnika **Art design d.o.o.** je naročnik ocenil s 25 točkami, in sicer:

- Komisija je izdelek po merilu M1.1 (Celostni izgled) ocenila z 0 točkami, saj naslovnica ni ustrezna, ker ne sledi navodilom za izdelavo naslovnice, kot so navedena v točki 5 a) v II. poglavju dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila. Vizualna rešitev naslovnice (prve

strani) ne izkazuje logične strukture, saj je postavitvev elementov (logotip, ime sklada, grafika) nepovezana in manjka hierarhija informacij, kar otežuje razumevanje sporočila. Naslovnica ne sledi CGP-ju sklada – ni uporabe značilnih grafičnih elementov ali barvne sheme, ki bi bila skladna z uradno podobo sklada. Vsebinski prikaz dejavnosti sklada na naslovnici je zelo omejen ali povsem odsoten. Z izbrano fotografijo ne predstavlja večine področij delovanja sklada, se osredotoča zgolj na eno področje (štipendije) in eno ciljno skupino (študentje, dijaki), posledično ne vzpostavlja povezave z njegovim poslanstvom. Predlagana rešitev ne nadgrajuje obstoječe naslovnice brošure sklada. Zaradi teh pomanjkljivosti naslovnica ne izpolnjuje osnovnih kriterijev za vizualno in vsebinsko ustreznost.

- Komisija je izdelek po merilu M 1.2 (Kreativnost) ocenila s 25 točkami, saj ustreza merilom, da je naslovnica povprečno kreativna in inovativna (vsebuje že videne in pričakovane vizualne in vsebinske elemente). Naslovnica je povprečno kreativna in inovativna, ker vsebuje že videne elemente, brez inovativnosti ali presežka v vizualnem izrazu (gre za izrazito podobnost z obstoječimi naslovnici brošur sklada). Viden je poskus likovne obdelave in uporabe grafičnega elementa (lista), kar nakazuje določeno stopnjo ustvarjalnosti. Drugih novih elementov ni prisotnih. Oblikovana rešitev ne vključuje novih ali izvirnih pristopov, ki bi naslovnici dali dodano vrednost v komunikaciji s ciljnim skupinami. Izbrana fotografija na naslovnici predstavlja le eno področje (študentski sklad). Dodana je tudi zadnja stran, ki je ni bilo potrebno predložiti, kjer je prikazana še ena fotografija drugega področja sklada (invalidski sklad). Izbrani fotografiji sta povprečni, ne predstavljata različnih področij delovanja sklada in ne naslavljata različnih ciljnih skupin. Na prvi strani ni nobenega besedila ali naslova, zaradi česar je namen brošure nejasen. Besedilo je dodano na zadnji strani in ni ustrezno zastavljeno, saj pokriva le eno področje delovanja sklada (študentsiranje). Je tudi predolgo in premalo udarno za uporabo na naslovnih straneh, saj bralca ne spodbudi k branju brošure, vsebinsko pa niti ne povzame dejavnosti ali poslanstva sklada.

Predloženi izdelek ponudnika **Futura DDB d.o.o.** je naročnik po merilu M1.2 (Kreativnost) ocenil s 25 točkami, saj naslovnica ustreza merilu povprečne kreativnosti in inovativnosti (vsebuje že videne in pričakovane vizualne in vsebinske elemente). Elementi, uporabljeni v obeh predlogih naslovnice, so že videni in pričakovani, zato ne prinašajo nadpovprečne inovativnosti in kreativnosti. Fotografija oseb iz ciljnih skupin, združenih v kolažu, ki so uporabljene v prvi različici, sicer ustrezno ponazarja področja delovanja sklada, vendar je tovrstni kolaž že viden pri oblikovanju podobnih elementov (npr. ZZZS). Druga različica, kjer so fotografije ciljnih skupin oblikovane v obliki lista iz logotipa in sestavljene v obliko vetrnice ali štiriperesne deteljice, prinaša estetsko privlačen pristop. Slogan »Za prihodnost, v kateri nihče ni prepuščen sam sebi« je kreativno zasnovan, vendar se delno ujema s skladovimi dejavnostmi, saj niso vse usmerjene v prihodnost, nekatere aktivnosti se nanašajo tudi na reševanje aktualnih življenjskih situacij ciljnih skupin (razvoj kadrov in štipendije, v manjšem delu invalidski sklad se nanašajo na prihodnost; ostali deli so fokusirani na sedanost – invalidski sklad, preživnine, jamstva za delavce). Manjka dodaten kreativni pristop ali element, ki bi naslovnici zagotovil večjo prepoznavnost in sodobnejši vizualni učinek. Kljub temu je naslovnica funkcionalna, estetska in ustrezno povezana s temo.

Po merilu M2 (Referenčna cena) je naročnik skladno z matematično formulo, določeno v točki 5.b II. poglavja dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila, ponudbo ponudnika Futura DDB d.o.o. ocenil z 90,28 točke.

SKLOP 2

Naročnik se je na podlagi ocen odločil, da ne sprejme ponudbe ponudnika **Medialog d.o.o.**, saj je njegov izdelek po merilu M1.2 (Inovativnost) ocenil z 0 točkami, ker ni predlagan noben inovativen način oglaševanja. Komisija je ocenila, da v predloženem izdelku ponudnik sicer navaja več inovativnih načinov oglaševanja, kot so sponzoriranje podcastov (Popcast, Spotcast), tematske oddaje na Valu 202, družbeno odgovorni natečaj Plaktivat ter vsebinsko oglaševanje z integriranimi PR članki in bannerji. Poudarek je na trajnosti vsebin, osebnem nagovoru in multikanalni strategiji, kar nakazuje kreativno razmišljanje in razumevanje sodobnih komunikacijskih pristopov. Kljub temu pa ti predlogi niso vključeni v osrednji medijski načrt objav, temveč so predstavljeni zgolj kot dodatne ideje v poglavju »Dodatno: predlogi medijskih kreativnih rešitev«. V načrtu manjkajo konkretna umestitev teh rešitev v časovni in finančni okvir kampanje, kar pomeni, da jih ni mogoče obravnavati kot dejansko predlagane inovativne pristope znotraj predvidenega proračuna. Ponudnik sicer navaja tudi oglaševanje preko digitalnih medijev z demografskim ciljanjem in lokalno ciljanje preko radia kot inovativna pristopa, vendar manjka jasna in prepričljiva obrazložitev, kako ti pristopi prispevajo k učinkovitemu dosegu vseh treh ciljnih skupin projekta ASI+ (splošna javnost, delodajalci, starejši zaposleni). Zaradi odsotnosti konkretne umestitve inovativnih rešitev v medijski načrt ter pomanjkljive obrazložitve njihove učinkovitosti glede na ciljne skupine, inovativnost ni prepričljivo izkazana. Predlogi ostajajo na ravni idej, ki bi jih bilo mogoče vključiti, vendar niso del strukturiranega in finančno ovrednotenega načrta.

SKLOP 3

Naročnik se je na podlagi ocen odločil, da ne sprejme ponudb ponudnikov The Other d.o.o. in Futura DDB d.o.o..

Predloženi izdelek ponudnika **The Other d.o.o.** je naročnik ocenil s 50 točkami, in sicer:

- je izdelek po merilu M1.1 (Vsebinska ustreznost scenarija) ocenil s 25 točkami, saj scenarij delno upošteva namene delovanja naročnika na vseh področjih, ki jih pokriva; je delno razumljiv, logičen, poenostavljen za splošno javnost; delno naslavlja ciljne skupine naročnika. Predlog scenarija je slabo koherenten in slabo povezan, nima logično povezane vsebine. Točke, ki jih predlaga za izpostavitve (2. str. predloga) vsebinsko niso ustrezne glede na namene delovanja naročnika in jih le parcialno zasledujejo (nanašajo se zlasti na razvoj kadrov, ne pa na druga področja). Hkrati pa jih predlog scenarija, kot je podan v nadaljevanju, sploh ne upošteva. Zasnova scenarija sicer navede področja delovanja naročnika, ki pa jih v vsebinskem predlogu ne zajame v skladu z nameni delovanja naročnika (npr. omenja se izterjava, vendar je v vsebini scenarija napačno predstavljena kot izterjava dolgov podjetnika, pravice delavcev so prav tako predstavljene vsebinsko napačno - predstavljajo bolj vlogo, ki jo imajo sindikati). Kako bodo izbrane osebe, ki bodo sodelovale kot portretiranci, ni pojasnjeno. Predlog ne opredeli uporabe avdio podlag ali učinkov. Ciljne skupine naročnika so le delno naslovljene. Predlog opredeli 3 ciljne skupine, ki pa skupaj predstavljajo manjši delež dejanskih ciljnih skupin, ki jih nagovarja sklad s svojimi raznolikimi dejavnostmi (osredotoča se na področje razvoja kadrov, ne pa na druga področja delovanja sklada npr. dijake/študente, upravičence do izterjave preživnin ...). Izvedba sicer dobro nagovori vsaj nekatere izmed ciljnih skupin, čeprav vsebina nagovora kaže na nezadovoljivo poznavanje osnovnih informacij o delovanju sklada, ki so dostopne na spletu, s čimer predlog ne sledi navodilom in zahtevam dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila. Vsak kader za predstavitev posameznega

področja sklada vsebuje izjavo stranke oz. uporabnika storitve. V kadru zaključnega sporočila sklada pa se še enkrat pojavijo druge izjave za posamezno področje delovanja sklada, kar vnaša v scenarij zmedo in podvajanje.

- je izdelek po merilu M1.2 (Kreativnost scenarija) ocenil s 25 točkami, saj ustreza merilom, da je scenarij povprečno kreativen in inovativen (vsebuje že videne in pričakovane vsebinske elemente). Komisija je pri merilu kreativnosti in inovativnosti izpostavila naslednje elemente, ki kažejo na povprečno kreativnost in inovativnost. Scenarij vsebuje že videne in pričakovane vsebinske elemente. Zasnova temelji na montaži portretnih posnetkov šestih oseb, ki predstavljajo posamezna področja delovanja sklada. Uporaba osebnih zgodb in portretnih posnetkov je sicer zelo učinkovit pristop, vendar v predlogu scenarija ni zaznati izrazite inovativnosti v vizualni ali vsebinski zasnovi. Izjave nastopajočih so povprečno kreativne in inovativne, ponekod tudi vsebinsko neustrezne. Povprečnost se vidi tudi pri zatipku imena na prvi in zadnji prosojnci pri imenu sklada. Zaključni del z izpeljanko stebra in listov iz skladovega CGP-ja, kjer listi simbolno predstavljajo posamezna področja delovanja, ni povsem nov, saj smo podobne izpeljanke CGP kreative z dodajanjem listkov v preteklosti že imeli, zato ne prinaša nekega kreativnega oziroma inovativnega presežka. Manjka novost v pripovedni strukturi, vizualni dinamiki ali uporabi sodobnih komunikacijskih prijemov (npr. interaktivnost, multimedijška nadgradnja).

Predloženi izdelek ponudnika **Futura DDB d.o.o.** je naročnik po merilu 1.2 (Kreativnost scenarija) ocenil s 25 točkami, saj ustreza merilom, da je scenarij povprečno kreativen in inovativen (vsebuje že videne in pričakovane vsebinske elemente). Komisija je pri merilu kreativnosti in inovativnosti izpostavila naslednje elemente, ki kažejo na povprečno kreativnost in inovativnost. Scenarij vnaša segmentiranje vsebine s postopno gradnjo logotipa v uvodu. Vendar te ideje segmentiranja v nadaljevanju ne nadaljuje, temveč vsebino predstavi na suhoparen "ex catedra" način (za podajanje vsebine so predvideni predstavniki sklada, s katerimi se ciljna publika težje poveže, saj so predstavniki javne uprave; vsebina je podana v dolgih in zapletenih povedih, ki niso enostavno razumljive). Kreativnost predloga je povprečna, saj so z izjemo omenjenega uvodnega dela uporabljeni že videni elementi (naslovnica področja, ki ji sledi izjava in zakupljen video vložek). Poleg tega so kreativne izjave oz. razlage predstavnikov sklada vkomponirane v »voice over«. Kar pomeni, da se mora gledalec ob gledanju fokusirati pretežno na poslušanje »voice-a«, kar pa je lahko bistveno oteženo zaradi motilcev iz okolja (npr. hrup) ali imajo gledalci celo izklopljen zvok (npr. na vlaku, v čakalnici). V teh primerih je vizualna sporočilna vrednost videa bistveno slabša, saj so v posameznih kadrih v alinejah našteje le posamezne vrste storitev, ki jih izvaja sklad (npr. vrste štipendij, vrste spodbud za zaposlovanje invalidov...). Nujno bi bilo dodati podnapise. Predlog ne opredeli avdio podlag in učinkov, ki so za učinkovitost video oglaševanja pomembni integralni deli, s čimer izgublja na kreativnosti. Sporočilo videa »Skupaj gradimo boljšo prihodnost, v kateri nihče ni prepuščen sam sebi« se le delno ujema s skladovimi dejavnostmi, saj niso vse usmerjene v prihodnost, nekatere aktivnosti se nanašajo tudi na reševanje aktualnih življenjskih situacij ciljnih skupin (razvoj kadrov in štipendije, v manjšem delu invalidski sklad se nanašajo na prihodnost; ostali deli so fokusirani na sedanost – invalidski sklad, preživnine, jamstva za delavce).

Po merilu M2 (Referenčna cena) je naročnik skladno z matematično formulo, določeno v točki 5.b II. poglavja dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila, ponudbo ponudnika Futura DDB d.o.o. ocenil z 48,39 točke.

SKLOP 4

Po merilu M2 (Referenčna cena) je naročnik skladno z matematično formulo, določeno v točki 5.b II. poglavja dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila, ponudbo ponudnika Futura DDB d.o.o. ocenil z 81,05 točke.

D. Izbira ponudbe

SKLOP 1

Po zaključenem pregledu in ocenjevanju ponudb se je naročnik odločil, da **za predmetno javno naročilo za SKLOP 1 – Oblikovanje in tisk** izbere ponudbo ponudnika **Pristop d.o.o.**, za katero je bilo ugotovljeno, da je dopustna, saj v celoti izpolnjuje vse zahteve in pogoje iz dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila in je v skladu z merili za izbor ocenjena kot ekonomsko najugodnejša.

Ponudnik Pristop d.o.o. je v postopku ocenjevanja prejel najvišjo oceno po merilih za izbor (skupno 81,67 točk), in sicer:

- Komisija je izdelek po merilu M1.1 ocenila s 50 točkami, saj ustreza merilom, da je naslovnica ustrezna, ima vizualno dovršen izgled in logično strukturo, sledi CGP-ju sklada in vsebinsko dobro predstavlja dejavnost sklada. Naslovnica izkazuje vizualno dovršenost, saj združuje ključne elemente (logotip, naslov, podnaslov, fotografija, nov grafični element) v logično strukturo, kar omogoča jasno komunikacijo sporočila sklada kot zanesljivega zaveznika. Predlog sledi obstoječemu CGP-ju sklada (barve, grafični elementi), ki ga s predlogom barvnega kodiranja nadgrajuje z novimi barvami, saj le-te omogočijo lažje razlikovanje med številnimi področji, ki jih pokrivamo. Prav tako ga nadgradi z novo grafično rešitvijo - variacija stebra, ki izhaja iz obstoječega logotipa sklada. Fotografija na naslovnici odlično vsebinsko predstavi dejavnosti sklada, saj vizualno in tekstualno povezuje glavne stebre delovanja (štipendije, preživnine, podpora invalidom, razvoj kadrov) v enotno in razumljivo podobo.
- Komisija je izdelek po merilu M1.2 ocenila s 50 točkami, saj ustreza merilom, da je naslovnica nadpovprečno kreativna in inovativna (vsebuje še ne videne in nove vizualne in vsebinske elemente). Komisija je pri merilu kreativnosti in inovativnosti izpostavila štiri elemente, ki kažejo na nadpovprečno kreativnost in inovativnost: variacija stebra, fotografija iz ptičje perspektive, vpeljava barvnega kodiranja in močno sporočilo, povezano z vizualno podobo (Vaš zaveznik pri rasti). Predstavljena je nova grafična izpeljanka iz logotipa (variacija stebra), ki je vpeljana kot povezovalni element večje dimenzije, ki hkrati krepi prepoznavnost poslanstva sklada na različnih področjih njegovega delovanja - rast, razvoj, znanje, podpora. Na eni fotografiji so združene in povezane štiri različne ciljne skupine, ki hkrati nakazujejo različna področja delovanja sklada. Osebe so predstavljene na inovativen način, še nikoli viden prikaz iz ptičje perspektive, ki korakajo proti stabilni prihodnosti. Vpeljava barvnega kodiranja za posamezna področja delovanja sklada je izvirna in funkcionalna rešitev, ki izboljšuje uporabniško izkušnjo in razumevanje vsebine ter prispeva k bolj dinamični ter sodobni predstavitvi sklada. Oblikovan je nov slogan kot naslov brošure, ki mu sledi opis kot povzetek vsebine brošure. Oba ustrezno predstavljata raznolika področja delovanja sklada in nagovarjata ciljne skupine k akciji - branju brošure. Sporočilo "Vaš zaveznik pri rasti" je jasno, močno in povezano z vizualno podobo, kar kaže na visoko stopnjo kreativnega razmišljanja in razumevanja komunikacijskih ciljev sklada. Naslovnica zato deluje premišljeno, usklajeno in predstavlja odličen primer nadpovprečno ustvarjalnega oblikovanja.

Skupaj z oceno po merilu M2 (Referenčna cena), po katerem je ponudnik Pristop d.o.o. prejel 54,17 točk, je ponudnik dosegel najvišje število točk.

SKLOP 2

Po zaključenem pregledu in ocenjevanju ponudb se je naročnik odločil, da **za predmetno javno naročilo za SKLOP 2 – Medijski zakup** izbere ponudbo ponudnika **Futura DDB d.o.o.**, za katero je bilo ugotovljeno, da je dopustna, saj v celoti izpolnjuje vse zahteve in pogoje iz dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila in je v skladu z merili za izbor ocenjena kot ekonomsko najugodnejša.

Ponudnik Futura DDB d.o.o. je v postopku ocenjevanja prejel najvišjo oceno po merilih za izbor (skupaj 80,80 točk), in sicer:

- Komisija je izdelek po merilu M1.1 ocenila s 50 točkami, saj je medijski načrt predložen, vključuje kombinacijo različnih kanalov (kot so npr. splet, radio, OOH, tisk), ki dosegajo specifične demografske in psihografske značilnosti ciljne skupine (starost, spol, lokacija, interesi, življenjski slog) ter vsebuje kratko obrazložitev odločitve o vključevanju predlaganih medijev. Predloženi medijski načrt je celovit, strukturiran in jasno usmerjen k doseganju ciljev kampanje ASI+. Vključuje kombinacijo klasičnih (TV, radio, tisk) in digitalnih medijev (direktni zakup, GDN, YouTube, Facebook, Instagram, vplivneži, LinkedIn), kar omogoča širok doseg in natančno ciljanje različnih ciljnih skupin. Načrt vsebuje podrobno opredelitev posameznih ciljnih skupin (splošna javnost, podjetja, starejši zaposleni), pri čemer so upoštevane njihove demografske in psihografske značilnosti ter navade. Izbor kanalov je utemeljen z jasnimi obrazložitvami, ki pojasnjujejo vlogo posameznega medija in njihovo medsebojno povezavo v okviru kampanje. Finančna razdelitev po letih in kanalih je predstavljena pregledno in procentualno, kar omogoča transparenten vpogled v načrtovano porabo sredstev. Taktika vključevanja posameznih kanalov je premišljena in skladna z zastavljenimi komunikacijskimi cilji, kar prispeva k koherentnosti in učinkovitosti medijskega zakupa. Načrt izkazuje visoko stopnjo inovativnosti z vključevanjem sodobnih digitalnih pristopov in vplivnežev, kar nadgrajuje klasične metode oglaševanja ter povečuje relevantnost in angažiranost ciljnih skupin.
- Komisija je ocenila merilo M1.2 s 50 točkami, saj je ponudnik je v okviru medijskega načrta predlagal vsaj dva inovativna načina oglaševanja, ki so smiselno utemeljeni glede na ciljne skupine projekta ASI+. Med predlaganimi pristopi izstopajo predvsem vsebinsko pozicioniranje v TV oddaji Dobro jutro, ki neposredno nagovarja ciljno skupino starejših zaposlenih, sodelovanje z vplivneži na LinkedIn-u, kar omogoča ciljanje strokovne in poslovne javnosti, programatično prikazovanje in video oglaševanje preko digitalnih medijev (GDN in YouTube) z demografskim ciljanjem ter vsebinsko oglaševanje na digitalnih medijih, ki vključuje dodatne intervjuje in članke, kar presega klasični zakup oglasnega prostora. Ti načini oglaševanja še niso bili uporabljeni pri predstavitvi projekta ASI+ ciljnim skupinam, kar pomeni, da predstavljajo nov in svež pristop k nagovarjanju relevantnih segmentov. Vsebine, kot jih pokriva projekt ASI+, na tovrstne načine še niso bile predstavljene, kar dodatno potrjuje inovativnost predloga. V ponudbi je zaznati kreativnost, predvsem v vizualni zasnovi in oblikovanju kampanje. Prisotni sta vsaj dve inovativni rešitvi, ki nakazujeta poskus drugačnega pristopa. Predlog je dovolj konkreten in utemeljen, da izkazuje ustrezno stopnjo inovativnosti, skladno z merilom M1.2.

Skupaj z oceno po merilu M2 (Referenčna cena), po katerem je ponudnik Futura DDB d.o.o. prejel 52,00 točk, je ponudnik dosegel najvišje število točk.

SKLOP 3

Po zaključenem pregledu in ocenjevanju ponudb se je naročnik odločil, da **za predmetno javno naročilo za SKLOP 3 – Produkcija promocijskih video vsebin** izbere ponudbo ponudnika **Pristop d.o.o.**, za katero je bilo ugotovljeno, da je dopustna, saj v celoti izpolnjuje vse zahteve in pogoje iz dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila in je v skladu z merili za izbor ocenjena kot ekonomsko najugodnejša.

Ponudnik Pristop d.o.o. je v postopku ocenjevanja prejel najvišjo oceno po merilih za izbor (skupno 71,54 točk), in sicer:

- Komisija je izdelek po merilu M1.1 ocenila s 50 točkami, saj scenarij v celoti upošteva namene delovanja naročnika na vseh področjih, ki jih pokriva; je povsem razumljiv, logičen, ustrezno poenostavljen za splošno javnost; jasno naslavlja ciljne skupine naročnika. Predlog scenarija je odlično pripravljen. V celoti upošteva namene delovanja naročnika na vseh področjih, ki jih pokriva, saj je tako iz obrazložitve kot iz predloga izvedbe videa jasno razvidno, da so upoštevana ustrezna področja delovanja, ki so ustrezno segmentirana v vsebinske sklope. Predlog opredeli ozadje, problem in ključne strateške cilje ter izzive, ki jasno izražajo namene naročnika, ki jih zasleduje s tem videom. Predlagana rešitev je razumljiva, logična in ustrezno posplošena, saj sledi jasni rdeči niti (sklad je zaveznik rasti.), ki je vsebinsko ustrezna glede na delovanje sklada in enostavno razumljiva splošni javnosti. Koncept jasno opiše, kako gradi povezavo s publiko (katere osebe sodelujejo pri snemanju, kakšni so avdio učinki in podlage ter kako se zagotovi dostopnost (podnapisi)). Uvod in zaključek sta skladna z namenom videa. Pripovedna struktura scenarija je linearna in intuitivna, izpostavljene so resnične zgodbe posameznikov, ki omogočajo čustveno identifikacijo. Ciljne skupine naročnika so jasno naslovljene skozi segmentacijo vsebine (študentje/dijaki, zaposleni, invalidi, podjetja/delodajalci, družine/otroci) in nagovorjene preko izkušenj posameznikov, ki z izjavami predstavljajo posamezno področje delovanja. Za še večji vizualni efekt segmentacije je za posamezna področja delovanja predvidena uporaba različnih barv, kar celoten video naredi še bolj pregleden in jasen. Jasno je opredeljena sekundaža posameznih kadrov. Slogan "Vaš zaveznik pri rasti" v scenariju vzpostavlja čustveno in racionalno komponento, ki utrjujeta zaupanje in gradita prepoznavnost sklada kot institucije, ki skrbi za posameznika ne glede na življenjske okoliščine.
- Komisija je izdelek po merilu M1.2 ocenila s 50 točkami, saj ustreza merilom, da je scenarij nadpovprečno kreativen in inovativen (vsebuje še ne videne vsebinske elemente). Komisija je pri merilu kreativnosti in inovativnosti izpostavila naslednje elemente, ki kažejo na nadpovprečno kreativnost in inovativnost. Video je zasnovan kot pripovedna mini-filmska izkušnja (»Pot k rasti«), v kateri skozi zgodbe posameznikov spremljamo, kako jim je sklad v različnih življenjskih obdobjih stal ob strani in nudil podporo. Vključitev resničnih uporabnikov storitev v oglasnih videih (zlasti v javni upravi) ni tako pogosta. Ravno zgodbe resničnih uporabnikov pa dajejo občutek pristnosti, verodostojnosti in krepijo občutek zaupanja. Slogan »Pot k rasti« še dodatno gradi čustveno in racionalno povezavo z gledalcem. Predlog scenarija uporablja tehniko pokrivnih posnetkov, ki združujejo več vsebinskih segmentov v koherentno celoto, dopolni pa jih grafika, ki je izpeljana iz obstoječega skladovega logotipa. Segmente barvno razčleni, s čimer dopolni skladovo uveljavljeno CGP, in jih združi z obstoječim logotipom, kar predstavlja kreativno rešitev znotraj danih okvirjev. Kar pa ni samo vizualno inovativno, ampak tudi komunikacijsko zelo učinkovito, saj je tako kompleksnost delovanja sklada vizualno še bolj jasno predstavljena. Scenarij na kreativen in inovativen način uporablja tristopenjsko sporočilnost. Posamezno področje delovanja sklada je predstavljeno vizualno (z ločenimi barvami za posamezno področje in podobo ter izjavo dejanskega uporabnika posamezne storitve sklada), z izpisom sporočilno zelo močnega besedila in sporočilno močnim »voice overjem«. Uporaba podnapisov zagotavlja dostopnost vsebine vsem gledalcem, kar dodatno povečuje njeno vrednost. Scenarij vključuje tudi predlog glasbene spremljave, ki se stopnjuje in skladno povezuje z vizualnimi elementi. Kot vizualni motiv je uporabljena inovativna izpeljanka skladovega stebra. Predlog uporablja kombinacijo izjav uporabnikov in naracije, ki v kratkih in jasnih stavkih poveže vsebino v celoto ter sledi rdeči niti predstavitve. Povzetki in končni slogan so enostavno razumljivi in zapomnljivi. Sporočili videa »Sklad mi omogoča nenehno rasti« in »Mi rastemo z vami, na vseh vaših poteh« zelo dobro povzemata poslanstvo sklada.

Skupaj z oceno po merilu M2 (Referenčna cena), po katerem je ponudnik Pristop d.o.o. prejel 28,85 točk, je ponudnik dosegel najvišje število točk.

SKLOP 4

Po zaključenem pregledu in ocenjevanju ponudb se je naročnik odločil, da **za predmetno javno naročilo za SKLOP 4 – Priprava komunikacijske strategije** izbere ponudbo ponudnika **Pristop d.o.o.**, za katero je bilo ugotovljeno, da je dopustna, saj v celoti izpolnjuje vse zahteve in pogoje iz dokumentacije v zvezi z oddajo javnega naročila in je v skladu z merili za izbor ocenjena kot ekonomsko najugodnejša.

Ponudnik Pristop d.o.o. je v postopku ocenjevanja prejel najvišjo oceno po merilih za izbor (skupno 100,00 točk), in sicer:

- Komisija je izdelek po merilu M1.1 ocenila s 50 točkami, saj predlagan slogan upošteva standarde za kakovost slogana (kratek, jasen, zapomljiv) in je inovativen in ponazarja bistvo programa Kompetentna Slovenija. Predlagani slogan je: »Rastem. Ker se nenehno učim.« Predlagani slogan v celoti izpolnjuje standarde kakovostnega slogana, je kratek, jasen in zapomljiv, saj z dvema enostavnima stavkoma in uravnoteženim ritmom ustvarja močan in razumljiv nagovor. Uporabljene so enostavne besede, ki so razumljive in omogoča jasnost sporočila različnim ciljnim skupinam. Brez odvečnih besed jasno izraža, da je osebna in poklicna rast neposredno povezana z učenjem. Takšna zgoščenost in jasnost povečujeta prepoznavnost in učinkovitost sporočila. Predlagani slogan je inovativen, saj izstopa po osebni perspektivi in dinamični obliki. Uporaba 1. osebe ednine (»Rastem«) ustvarja občutek identifikacije, opolnomočenja in notranje motivacije, kar ga loči od tipičnih institucionalnih sloganov. Vzročno-posledična struktura (»Ker se nenehno učim«) daje sloganu logično in čustveno moč ter izraža proces, ne zgolj stanje – kar je sodobno, avtentično in motivacijsko. Predlagani slogan učinkovito ponazarja bistvo programa Kompetentna Slovenija, saj ponazarja razvoj posameznika skozi učenje, spodbuja vseživljenjsko učenje, osebni in strokovni razvoj zaposlenih ter krepitev kompetenc za prihodnost. Modularna zasnova slogana omogoča prilagajanje različnim ciljem programa, kar povečuje njegovo uporabnost na različnih komunikacijskih kanalih.
- Komisija je izdelek po merilu M1.2 ocenila s 50 točkami, saj predlagan logotip upošteva standarde za kakovost logotipa (enostaven, jasen, zapomljiv) in predstavlja izpeljanko iz logotipa naročnika in ponazarja bistvo programa Kompetentna Slovenija. Predlagani logotip v celoti izpolnjuje standarde za kakovost logotipa, saj je enostaven. Temelji na jasni geometrijski strukturi in barvah, ki izhajajo iz obstoječega CGP-ja sklada, obenem pa uvaja novo barvo, namenjeno označevanju segmenta razvoja kadrov. Logotip je jasen in zapomnljiv, saj je njegova struktura čista in prepoznavna tudi v različnih velikostih in formatih, kar je v predlogu ustrezno prikazano. Predlagani logotip predstavlja izpeljanko iz logotipa naročnika, saj izhaja iz stebrne strukture sklada, ki ga nadgradi z novim elementom, obliko puščice kot simbolom rasti in novo barvo kot razlikovalnim elementom za nov program. Kombinacija elementov iz skladovega stebra in puščice, ki nakazuje rast, je zelo kreativna in inovativna izpeljanka. Daje vtis sodobnosti in dinamičnosti, hkrati pa ohranja jasno povezavo z osnovnim CGP-jem sklada. Predlagani logotip učinkovito ponazarja bistvo programa Kompetentna Slovenija, saj uporaba motiva stebra simbolizira področje izobraževanja in podpore, oblika puščice pa ponazarja rast in napredek. Skupaj sporočata pomembnost vseživljenjskega učenja, kar ustrezno dopolni predlagani slogan, ki ga je mogoče logično postaviti na mesto ob logotipu in s tem ohraniti vizualno ter konceptualno povezanost z osnovno zasnovo logotipa naročnika.

Skupaj z oceno po merilu M2 (Referenčna cena), po katerem je ponudnik Pristop d.o.o. prejel 100,00 točk, je ponudnik dosegel najvišje število točk.

Z navedenim je odločitev naročnika o oddaji javnega naročila po posameznem sklopu utemeljena in je naročnik odločil, kot izhaja iz izreka te odločitve.

Pravno varstvo:

Zahtevek za revizijo lahko v skladu z Zakonom o pravnem varstvu v postopkih javnega naročanja (Uradni list RS, št. 43/11, 60/11 – ZTP-D, 63/13, 90/14 – ZDU-1I, 60/17 in 72/19; v nadaljevanju ZPVPJN) vloži vsaka oseba, ki ima ali je imela interes za dodelitev javnega naročila in ji je ali bi ji lahko z domnevno kršitvijo nastala škoda, ter zagovornik javnega interesa. Rok za vložitev zahtevka za revizijo je osem delovnih dni od objave te odločitve o oddaji naročila na Portalu javnih naročil.

Na podlagi drugega odstavka 71. člena ZPVPJN višina takse znaša 6.000 EUR, saj se odločitev nanaša na izbiro strank za sklenitev okvirnega sporazuma v okviru odprtega postopka javnega naročanja po ZJN-3.

Zahtevek za revizijo se vloži pisno preko portala eRevizija. Zahtevku za revizijo mora biti priloženo potrdilo o plačilu takse. Transakcijski račun za plačilo takse je SI56 0110 0100 0358 802, odprt pri Banka Slovenija, Slovenska cesta 35, 1505 Ljubljana, Slovenija; sklic 11 16110-7111290-00571625.

mag. Barbara Leder
direktorica

Vročiti:

- Birografika BORI d.o.o., Linhartova cesta 1, 1000 Ljubljana, preko Portala javnih naročil.
- PRISTOP d.o.o., Vilharjeva cesta 36, 1000 Ljubljana, preko Portala javnih naročil.
- FUTURA DDB d.o.o., Poljanski nasip 6, 1000 Ljubljana, preko Portala javnih naročil.
- Medialog, d.o.o., Kotnikova ulica 28, 1000 Ljubljana, preko Portala javnih naročil.
- ART DESIGN d.o.o., Tacenska cesta 20, 1210 Ljubljana - Šentvid, preko Portala javnih naročil.
- CLUEKIT d.o.o., Podbreznik 15, 8000 Novo mesto, preko Portala javnih naročil.
- THE OTHER d.o.o., Avstrijska ulica 17, 1000 Ljubljana, preko Portala javnih naročil.