



TEHNIČNE SPECIFIKACIJE

ZAKUP OGLAŠEVALSKEGA PROSTORA V MEDIJIH IN STORITEV ZA POTREBE IZVEDBE PROJEKTA EU PROJEKT, MOJ PROJEKT 2026

SKLOP 1: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKRR

SKLOP 2: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MNZ

SKLOP 3: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKGP (področje ribištva)

SKLOP 4: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKGP (področje kmetijstva)

SKLOP 5: Facebook ter Instagram oglaševanje (agencijska storitev) – MKRR

Sklop 1 in Sklop 5: Aktivnost Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 se financira in izvaja v okviru Programa evropske kohezijske politike v obdobju 2021–2027 v Sloveniji, katero naložbo sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj, Evropskega socialnega sklada plus, Kohezijskega sklada, Sklada za pravični prehod, Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo ter finančnih pravil zanje, Sklada za azil, migracije in vključevanje, Sklada za notranjo varnost in Instrumenta za finančno podporo za upravljanje meja in vizumsko politiko.

Sklop 2: MNZ: Aktivnost zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 se financira iz EU sredstev tehnične pomoči za sklade s področja notranjih zadev v programskem obdobju 2021–2027 iz Sklada za azil, migracije in vključevanje, Sklada za notranjo varnost in Instrumenta za finančno podporo za upravljanje meja in vizumsko politiko.

Sklop 3: Ribiški del za javno naročilo se sofinancira iz Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo 2021–2027.

Sklop 4: Aktivnost Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 se izvaja v okviru Strateškega načrta skupne kmetijske politike 2023–2027 za Slovenijo (SN 2023–2027). Aktivnost se financira iz Tehnične pomoči SN 2023–2027. Javno naročilo se financira iz Evropskega kmetijskega sklada za razvoj podeželja (EKSRP). Delež prispevka EKSRP znaša 100 % vrednosti javnega naročila.

Naročnik projekta »Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026« je Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj – Sklop 1 in Sklop 5. Naročnik Sklopa 2 je Ministrstvo za notranje zadeve. Naročnik Sklopa 3 in Sklopa 4 je Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano.

Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj (v nadaljevanju: MKRR), organ upravljanja za izvajanje Programa evropske kohezijske politike, komunikacijsko gradi uspešen odnos z zainteresiranimi javnostmi, obenem pa želi še povečati prepoznavnost svojega dela, predvsem pa projektov, ki so bili v Sloveniji uspešno uresničeni s pomočjo evropskih sredstev. To področje, ki večinoma velja za vsebinsko izjemno zahtevno, želi MKRR še približati javnosti, ga popularizirati in obenem krepiti zaupanje v njihovo upravljanje. Kakovostna komunikacija je namreč eden od temeljnih dejavnikov uspeha. Komunikacije so si v zadnjih letih izborile vlogo strateško pomembne komponente nosilca sprememb, prav tako imajo moč v temeljih spreminjati način življenja, poslovanja in globalnega gospodarstva. S tem, kako in na kakšen način je v javnosti predstavljeno določeno področje, se oblikuje javno mnenje, zato želi MKRR na tem področju delovati čim bolj proaktivno in v procese vključevati čim večje število (zainteresiranih) deležnikov. Letos se EU projektu, mojemu projektu pridružujejo poleg Evropskega socialnega sklada plus, Evropskega sklada za regionalni razvoj, Kohezijskega sklada in Sklada za pravični prehod v okviru tega javnega naročila še Sklad za azil, migracije in vključevanje, Sklad za notranjo varnost in Instrument za finančno podporo za upravljanje meja in vizumsko politiko (za njih pristojno ministrstvo Ministrstvo za notranje zadeve (v nadaljevanju: MNZ)), Evropski sklad za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo (v nadaljevanju: MKGP – področje ribištva) ter Strateški načrt skupne kmetijske politike 2023–2027 za Slovenijo (SN 2023–2027)) oz. za njih pristojno Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (v nadaljevanju: MKGP).

Naročnik in pridruženi ministristvi želijo javnost na eni strani obveščati o možnostih, pogojih in načinu pridobivanja sredstev iz evropskih strukturnih in investicijskih skladov v programskem obdobju 2021–2027 in 2023–2027 na drugi strani pa osveščati o učinkih in rezultatih v prvi vrsti programskega obdobja 2014–2020. To bo naročnik dosegel s širšo promocijsko akcijo EU projekt, moj projekt 2026 kot tudi z dodatnimi promocijskimi objavami primerov dobrih zgodb na Facebook in Instagram kanalu.

Predmet naročila je zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026, ki se načrtuje na MKRR, MNZ in MKGP v okviru komunikacijskih aktivnosti, in sicer:

- 1) **SKLOP 1: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 - MKRR** za potrebe komuniciranja projektov, sofinanciranih z evropskimi skladi, ter najavo dogodkov v okviru teh projektov, in sicer v sklopu projekta EU projekt, moj projekt 2026. Javno naročilo obsega zakup oglaševalskega prostora v medijih za do 11 različnih dogodkov po celotni Sloveniji – predvidoma od enega do petih dogodkov na razvojno regijo, vendar ne več kot 11 predstavljenih dogodkov (projektov) na celotno Slovenijo. Oglaševanje se predvideva na (1) Valu 202 kot radiu s statusom programa posebnega pomena, (2) nacionalni televiziji, (3) tiskanem mediju z nacionalno pokritostjo, (4) spletnem mediju z nacionalno pokritostjo in (5) družbenih omrežjih naročnika MKRR Facebook, Instagram, LinkedIn in Youtube (FB: <https://www.facebook.com/EUsredstva/>, IG: https://www.instagram.com/evropska_sredstva/?hl=en, LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva>, YT: https://www.youtube.com/channel/UCpxrna_E2WY4kspbwGjmTg). Rok za izvedbo: predvidoma med 1. majem 2026 in 30. novembrom 2026.

- 2) **SKLOP 2: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MNZ** za potrebe komuniciranja projektov, sofinanciranih z evropskimi skladi, ter najavo dogodkov v okviru teh projektov, in sicer v sklopu projekta EU projekt, moj projekt 2026. Javno naročilo obsega zakup oglaševalskega prostora v medijih za 3 različne dogodke v Sloveniji – od tega predvidoma 2 v Osrednjeslovenski regiji in 1 v Primorsko-notranjski regiji. Oglaševanje se predvideva na (1) Valu 202 kot radiu s statusom programa posebnega pomena, (2) nacionalni televiziji, (3) tiskanem mediju z nacionalno pokritostjo, (4) spletnem mediju z nacionalno pokritostjo in (5) družbenih omrežjih – LinkedIn in Facebook (FB: <https://www.facebook.com/EUsredstva/> in <https://www.facebook.com/MinistrstvoZaNotranjeZadeve/> ter LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva>). Rok za izvedbo: predvidoma med 1. majem 2026 in 30. novembrom 2026.
- 3) **SKLOP 3: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKGP (področje ribištva)** za potrebe komuniciranja projekta, sofinanciranega z evropskimi skladi, ter najavo dogodka v okviru tega projekta, in sicer v sklopu projekta EU projekt, moj projekt 2026. Javno naročilo obsega zakup oglaševalskega prostora v medijih za 1 dogodek v Savinjski regiji. Oglaševanje se predvideva na (1) Valu 202 kot radiu s statusom programa posebnega pomena, (2) nacionalni televiziji, (3) tiskanem mediju z nacionalno pokritostjo, (4) spletnem mediju z nacionalno pokritostjo in (5) družbenih omrežjih naročnika LinkedIn in Facebook (FB: <https://www.facebook.com/EUsredstva/> in LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva>). Rok za izvedbo: predvidoma med 1. majem 2026 in 30. novembrom 2026.
- 4) **SKLOP 4: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKGP (področje kmetijstva)** za potrebe komuniciranja projektov, sofinanciranih z evropskimi skladi, ter najavo dogodkov v okviru teh projektov, in sicer v sklopu projekta EU projekt, moj projekt 2026. Javno naročilo obsega zakup oglaševalskega prostora v medijih za predvidoma 2 različna dogodka v Sloveniji – v Savinjski regiji in Jugovzhodni Sloveniji (Dolenjska). Oglaševanje se predvideva na (1) Valu 202 kot radiu s statusom programa posebnega pomena, (2) nacionalni televiziji, (3) tiskanem mediju z nacionalno pokritostjo, (4) spletnem mediju z nacionalno pokritostjo in (5) družbenih omrežjih naročnika LinkedIn in Facebook (FB: <https://www.facebook.com/EUsredstva/> in LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva>). Rok za izvedbo: predvidoma med 1. majem 2026 in 30. novembrom 2026.
- 5) **SKLOP 5: Facebook in Instagram oglaševanje (agencijska storitev) – MKRR**
 - Implementacija oglasnega računa (Ad Account) v Facebook Business manager profil Evropska sredstva (FB in IG) s povezanim plačilnim sredstvom in dodelitev pooblaščenih oseb, ki bo plačevala oglaševalske akcije s tem računom – višina razpoložljivih sredstev med majem in decembrom 2026 je do 3.000,00 EUR.
 - Določitev in implementacija ciljnih skupin v Facebook Business manager profil Evropska sredstva (FB in IG) za oglaševalske akcije - v sodelovanju z naročnikom.
 - Ciljne skupine: predvidoma 12 regij, mladi, aktivno delovno prebivalstvo in še do 2 skupini po dogovoru med naročnikom in izvajalcem.
 - Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija digitalnega oglaševanja.
 - Časovnica: predvidoma od 1. 5. 2026 do 31. 12. 2026.

Naročnik se ne zavezuje v celotnem času trajanja pogodb, ki jih bo sklenil v okviru tega javnega naročila, naročiti zakupa oglaševalskega prostora v medijih in storitev ter Facebook in Instagram oglaševanja za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 za vse navedene storitve in zakup oglaševalskega prostora oz. vse navedene projekte/regije. Naročnik bo v celotnem času trajanja pogodb sukcesivno naročal različne zakupe oglaševalskega prostora v medijih in storitev.

Za potrebe promocije omenjenih skladov oz. evropske kohezijske politike in evropske skupne kmetijske politike nasploh v Sloveniji opredeljujemo naše javno naročilo. Razlog za izvedbo zadevnega javnega naročila so torej potrebe po promociji evropskih sredstev v Sloveniji, in sicer prek predstavitve izbranih projektov, sofinanciranih s strani Evropske unije. S tem bomo med prebivalstvo širili informacije o širokih možnostih investiranja evropskih sredstev ter kako tovrstni projekti pozitivno vplivajo tako na okolico kot tudi na samo prebivalstvo v nekem kraju. Ravno zato je poudarek na medijih, ki imajo nacionalno pokritost oz. nacionalno prepoznavnost (TV, spletni mediji, tiskani mediji, Val 202). Večji del v primerjavi z lanskim letom posvečamo tudi družbenim omrežjem, saj od izvajalca pričakujemo nastavitve parametrov za čim večji doseg uporabnikov LinkedIna in Facebooka ter boostanje objav na omenjenih družbenih omrežjih, vključno z družbenim omrežjem Instagram, ki ga uporabljajo večinoma mlajši prebivalci naše države (vir: <https://n1info.si/magazin/digitalno/raziskava-pokazala-kako-pogosto-slovinci-posezejo-po-druzbenih-omrezjih/>).

Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta (EU projekt, moj projekt 2026) se naroča v skladu s sledečimi pravnimi podlagami:

- Priročnik Celostna grafična podoba državne uprave (<https://www.gov.si/assets/ministrstva/MJU/CGP/Celostna-graficna-podoba-drzavne-uprave-prirocnik.pdf>),
- Navodila organa upravljanja na področju zagotavljanja prepoznavnosti, preglednosti in komuniciranja evropske kohezijske politike v obdobju 2021–2027 (https://evropskasredstva.si/app/uploads/2025/07/Navodila_za_komuniciranje_EKP_cistopis_julij25.pdf),
- Celostna grafična podoba 2021–2027 (https://evropskasredstva.si/app/uploads/2023/03/ESP-CGP-2021-2027_300323_koncna.pdf),
- 46. do 50. člen Uredbe (EU) št. 2021/1060 EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA in Priloga IX Uredbe (EU) št. 2021/1060 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 24. junija 2021 o določitvi skupnih določb o Evropskem skladu za regionalni razvoj, Evropskem socialnem skladu plus, Kohezijskem skladu, Skladu za pravični prehod in Evropskem skladu za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo ter finančnih pravil zanje in za Sklad za azil, migracije in vključevanje, Sklad za notranjo varnost in Instrument za finančno podporo za upravljanje meja in vizumsko politiko (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32021R1060&from=EN>),
- Pravilnik o označevanju vira sofinanciranja iz strateškega načrta skupne kmetijske politike 2023–2027 (<https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=PRAV15604>),
- Uredba (EU) 2021/1139 Evropskega parlamenta in Sveta dne 7. julija 2021 o vzpostavitvi Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo ter spremembi Uredbe (EU) 2017/1004 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1139>) in
- Navodila za informiranje, obveščanje in komuniciranje projektov iz Programa za izvajanje Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo v Republiki Sloveniji za obdobje 2021-2027 – verzija 1.2 (https://evropskasredstva.si/app/uploads/2026/02/Navodila_za_oznacevanje_ESPRA_2021_2027.pdf),
- Navodila organa upravljanja na področju zagotavljanja prepoznavnosti, preglednosti in komuniciranja evropske politike na področju notranjih zadev v Republiki Sloveniji v obdobju 2021–2027. <https://evropskasredstva.si/navodila-za-prepoznavnost-preglednost-in-komuniciranje/>.

Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev se torej izvaja na podlagi sprejetih oz. sklenjenih pravnih podlag, katerih namen je zagotoviti ustrezno obveščanje javnosti o izvajanju evropske kohezijske politike in evropske skupne kmetijske politike v Sloveniji.

Komunikacijski dogodek za do 17 različnih projektov, sofinanciranih iz evropskih skladov, bo namenjen seznanjanju javnosti z rezultati in koristmi programskih obdobj 2014–2020 ter 2021–2027, s čimer želi naročnik motivirati potencialne upravičence, dvigovati pozitivno dožemanje o razvojnih priložnostih in opozarjati na možnosti financiranja v aktualnem programskem obdobju 2021–2027 in 2023–2027 v primeru skupne kmetijske politike. Ključno pri tem je komuniciranje teh dogodkov, da bo javnost z njimi seznanjena, kakor tudi komuniciranje projektov, sofinanciranih z evropskimi sredstvi, po koncu teh dogodkov.

Cilj strategije komuniciranja evropskih sredstev iz obdobj 2014–2020 in 2021–2027 je: komuniciranje z javnostmi ter zagotavljanje aktivne vključenosti najrazličnejših deležnikov v evropsko kohezijsko politiko in skupno kmetijsko politiko oz. novo finančno perspektivo nasploh, kar bo prispevalo k učinkovitemu izvajanju evropske kohezijske politike in evropske skupne kmetijske politike oz. črpanju evropskih sredstev v Sloveniji.

Predmet javnega naročila: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta (EU projekt, moj projekt 2026).

Cilj naročnika: predstaviti rezultate programskih obdobj 2014–2020, 2021–2027 in potenciale programskih obdobj 2021–2027 in 2023–2027 ter na njihovi podlagi obveščati o možnostih pridobivanja sredstev.

Namen naročnika: Dogodki v okviru sofinanciranih projektov (EU projekt, moj projekt 2026) se oglašujejo z namenom, da o njih izve čim več ljudi v njihovem okolju ter se jih udeleži.

Predvideni datum izvedbe dogodkov:

Predvidoma med 1. majem 2026 in 30. novembrom 2026.

Predvideni datumi oglaševanja:

- Predvidoma med 1. majem 2026 in 30. novembrom 2026 za Sklop 1, Sklop 2, Sklop 3 in Sklop 4 ter
- predvidoma med 1. majem 2026 in 31. decembrom 2026 za Sklop 5.

Skupno število dogodkov: Do 17.

Cilj naročila je s pomočjo oglaševanja v medijih doseči čim večjo prepoznavnost tako evropske kohezijske politike, evropske skupne kmetijske politike, kot tudi projektov, sofinanciranih z evropskimi sredstvi. Izpostaviti želimo povezavo med projektom in evropskimi sredstvi, torej da v Sloveniji zaradi projektov, sofinanciranih z evropskimi sredstvi, živimo bolj kakovostno, bolj zdravo, krepimo veščine, spodbujamo mobilnost, smo bolj povezani, bližje državljanom, je Slovenija bolj zelena, nizkoogljična, socialna in pametnejša.

Splošno o evropski kohezijski politiki:

- Evropska kohezijska politika je ena pomembnejših politik EU, njen glavni cilj pa je zmanjševanje razlik v stopnjah razvitosti med različnimi regijami.

- Sredstva evropske kohezijske politike so v Sloveniji ključni instrument spodbujanja konkurenčnosti, njihov pomen pa se je v času krize še povečal.
- V skladu s svojo dolgoročno strategijo in cilji je Slovenija usmerila sredstva iz strukturnih skladov in Kohezijskega sklada ter sredstva ustreznega lastnega sofinanciranja predvsem v dejavnosti, ki bodo pospešile družbeno ekonomski razvoj države. V izvajanju se je izkazalo, da so ta sredstva pomembna dodana vrednost projektom, nemalokrat pa so celo nujna za njihovo izvedbo, kar se odraža predvsem v času gospodarske in finančne krize. S pojavom krize se je pomen evropskih kohezijskih sredstev le še povečal – predvsem zaradi povečanja potreb po podpori podjetjem in kreiranju novih delovnih mest in povečani obremenjenosti javnih financ.
- V programskem obdobju 2021–2027 se po predlogu Evropske komisije podpora namenja 5 prednostnim področjem: pametnejša Evropa, bolj zelena, nizkoogljična Evropa, bolj povezana Evropa, bolj socialna Evropa in Evropa bližje državljanom. Ta vodila smo prevzeli tudi v Sloveniji.
- Ključni izzivi Slovenije, ki jih bomo naslovili s sredstvi evropske kohezijske politike v obdobju 2021–2027: (1) pospeševanje rasti produktivnosti, (2) pospeševanje prehoda v nizkoogljično krožno gospodarstvo, (3) vključujoč družbeni razvoj in medgeneracijska solidarnost, (4) pravičen prehod na podnebno nevtralno in krožno gospodarstvo.
- Slovenija v finančnem obdobju 2021–2027 zasleduje: 6 ciljev politik in v tem okviru 10 prednostnih nalog. Več o tem: https://evropskasredstva.si/app/uploads/2023/06/Povzetek-programa_skupaj_150523-1.pdf.

Splošno o politiki na področju notranjih zadev EU:

Cilj politik EU na področju notranjih zadev je vzpostavitev območja prostega gibanja, ki tako državljanom EU kot državljanom tretjih držav zagotavlja varnost in spoštovanje temeljnih pravic. Financiranje je zagotovljeno v okviru proračunskega naslova 3 proračuna EU, tj. »Svoboda, varnost in pravica« preko: Sklada za azil, migracije in vključevanje (AMIF), Sklada za notranjo varnost (SNV) in Instrumenta za finančno podporo za upravljanje meja in vizumsko politiko v okviru Sklada za integrirano upravljanje meja (IUMV).

Splošno o skupni kmetijski politiki:

- Skupna kmetijska politika (SKP) Evropske unije je bila oblikovana leta 1962 kot partnerstvo med kmetijstvom in družbo, med Evropo in njenimi kmeti. SKP je skupna politika za vse države EU. Upravlja se na evropski ravni s finančnimi sredstvi iz proračuna EU.
- Sestavljena je iz treh delov: neposrednih plačil kmetom, ukrepov za stabilizacijo trgov in podpore za podeželska območja.
- V programskem obdobju 2023–2027 se izvaja Strateški načrt skupne kmetijske politike 2023–2027 za Slovenijo, ki podaja nabor ukrepov (tako imenovanih intervencij) za uresničevanje devetih specifičnih ciljev evropske skupne kmetijske politike in horizontalnega cilja za razširjanje znanja, inovacij in digitalizacije.
- SN 2023–2027 ima pomembno vlogo pri spodbujanju kmetijstva k bolj trajnostnemu sistemu kmetovanja ter prispeva h krepitvi socialno-ekonomskih struktur na podeželju, dohodkov kmetij in zagotavljanju prehranske varnosti.

Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 je eno od komunikacijskih orodij, ki bodo pripomogla k prepoznavnosti dokončanih projektov iz programskega obdobja 2014–2020 in k promociji programskega obdobja 2021–2027 in 2023–2027. Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 bo Organu upravljanja MKRR pomagal pri zagotavljanju njegovih nalog, opredeljenih v Navodilih organa upravljanja na področju zagotavljanja prepoznavnosti, preglednosti in komuniciranja evropske kohezijske politike v obdobju 2021–2027, ki so v prvi vrsti zagotavljanje informacijskih in komunikacijskih ukrepov (obveščanje

javnosti o EKP) - z uporabo različnih komunikacijskih orodij si Organ upravljanja prizadeva, da je javnost proaktivno obveščena o izvajanju evropske kohezijske politike v Sloveniji. Prav tako bo MNZ v okviru projekta Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 sledil zagotavljanju informacijskih in komunikacijskih ukrepov s področja skladov notranjih zadev ter tako uresničeval zadane naloge v okviru zavezujočih pravnih podlag za izvajanje AMIF, SNV in IUMV. Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 bo prav tako omogočal nacionalni mreži za skupno kmetijsko politiko, Mreži za podeželje, ki deluje v okviru Organa upravljanja MKGP, da izpolnjuje svoje obveznosti, kot opisane v SN 2023–2027 in 126. členu Uredbe (EU) 2021/2115 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 2. decembra 2021 o določitvi pravil o podpori za strateške načrte, ki jih pripravijo države članice v okviru skupne kmetijske politike (strateški načrti SKP) in se financirajo iz Evropskega kmetijskega jamstvenega sklada (EKJS) in Evropskega kmetijskega sklada za razvoj podeželja (EKSRP), ter o razveljavitvi uredb (EU) št. 1305/2013 in (EU) št. 1307/2013.

Razvojne možnosti in cilji investicije so torej v skladu s pravnimi podlagami, v okviru katerih Organi upravljanja zagotavljajo, da se informacije o izvajanju operativnega programa, njegovi cilji in možnosti financiranja obsežno širijo med upravičenci, morebitnimi upravičenci in drugimi zainteresiranimi deležniki, pri čemer za doseg tega cilja posega tudi po oglaševanju v medijih. Ciljna skupina - širša javnost, lokalno prebivalstvo, upravičenci, potencialni upravičenci, posamezniki.

Javno naročilo za Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026, je razdeljeno na pet sklopov, in sicer na:

1. **SKLOP 1: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKRR**
2. **SKLOP 2: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MNZ**
3. **SKLOP 3: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKGP (področje ribištva)**
4. **SKLOP 4: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKGP (področje kmetijstva)**
5. **SKLOP 5: Facebook in Instagram oglaševanje (agencijska storitev) – MKRR**

SKLOP 1: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKRR

Javno naročilo obsega zakup oglaševalskega prostora v medijih (z nacionalno pokritostjo) in storitev za do 11 različnih dogodkov po celotni Sloveniji.

Izvajalec tudi nastavi parametre za čim večji doseg na družbenih omrežjih naročnika.

SPECIFIKACIJA JAVNEGA NAROČILA – ZAKUP OGLAŠEVALSKEGA PROSTORA V MEDIJIH

Zakup oglaševalskega prostora v različnih medijih in storitev v okviru kampanje EU projekt, moj projekt 2026

Opredelitev storitev medijske agencije:

- priprava medijskega načrta,
- izvedba medijskega načrta,

- priprava kliping objav in analiza dosega za vsako objavo na projekt posebej.

NAČRTOVANJE:

Taktično medijsko načrtovanje in optimizacija:

- izbor medijev,
- terminski načrt: terminski načrt za vse objave v medijih in na družbenih omrežjih za vsak posamezen projekt. Vezano na radijsko oglaševanje izvajalec priloži tudi terminski plan znotraj posameznega dneva.
- optimizacija: dodajanje elementov za doseg vsebinske, časovne in finančne učinkovitosti,
- ovrednotenje učinkovitosti medijskega načrta.

Ponakupna analiza: prikaz rezultatov akcije.

ZAKUP:

Zakup oglasnega prostora in/ali časa:

- določitev rokov za rezervacijo, naročilo in distribucijo medijskih sredstev,
- rezervacija in naročanje objav v medijih,
- distribucija sredstev oglaševanja,
- nadzor nad realizacijo v medijih,
- pregled računov,
- pošiljanje računov z dokazili o objavah.

Predvidena lokacija izvedbe projektov: za do 11 projektov so v spodnji tabeli zapisane regije izvajanja. Lokacija projektov se lahko spremeni.

Izvajalec pripravi ponudbo, ki vključuje zakup medijskega prostora v različnih medijih ter objave na družbenih omrežjih. Naročilo vsebuje tudi spodaj opredeljene storitve.

Minimalno število objav za vsako postavko posebej glede na posamično regijo:

Projekt	Regija	Minimalno št. objav - Val 202	Objava na nacionalni televiziji (TV SLO 1 v prime time terminih) in snemanje,	Splet in mobilno oglaševanje v medijih z nacionalno prepoznavnostjo, kot je npr. 24ur.com. Pogoj	Objava in priprava članka v mediju z nacionalno pokritostjo, kot je npr. Nedelo oz. je po kvaliteti in velikosti enostranske/dvostranske objave primerljiv z	Nastavitev parametrov na družbenih omrežjih naročnika ter boostanje objav.
---------	--------	-------------------------------	---	--	--	--

			produkcija in postprodukcija TV oglasa; sočasno s tem objava na MMC portalu v RTV365	je, da ima spletno mesto vsaj 400.000 povprečnega dnevnega dosega (podatek za februar 2026).	omenjenim medijem. Za vsako polstransko objavo tudi objava pasice na naslovnici	
Projekt 1	POMURSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 2	GORENJSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)

Projekt 3	KOROŠKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 4	PRIMORSKO-NOTRANJSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 5	OSREDNJE SLOVENSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)

Projekt 6	OSREDNJESLOV ENSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 7	OSREDNJESLOV ENSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 8	OSREDNJESLOV ENSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)

Projekt 9	PODRAVSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 10	PODRAVSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 11	POSAVSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)

Napoved – vabilo k glasovanju na radiu Val 202		Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času				
--	--	--	--	--	--	--

Dodatne obrazložitve k specifikaciji naročila:

1) Objava na radiu s statusom programa posebnega pomena (Val 202)

- **Val 202 1:** Izbran izvajalec pripravi besedilo radijskega oglasa kot napoved – vabilo na dogodek. Dolžina oglasa: 20 sekund. Oglas (obvezno dvoglasno, en moški in en ženski vokal) posname in primerno obdeli, da je primeren za predvajanje, radijska postaja, ki nato oglas 30-krat zavrti na svoji radijski postaji – tako za vsakega izmed predvidoma 11 projektov posebej. Oglas se zavrti v tednu, preden se projekt izvede (naročnik priporoča, da se vrti 5 dni pred izvedbo projekta – kot napoved – ena od možnih izvedb: 5 dni pred dogodkom: 3-krat, 4 dni pred dogodkom: 4-krat, 3 dni pred dogodkom 5-krat, 2 dni pred dogodkom: 8-krat in 1 dan pred dogodkom: 10-krat). Izvajalec naj ob tem, ko zaprosi za ponudbo radijske postaje, navede, da je ponudba za oglaševanje v okviru EU projekt, moj projekt 2026 za naročnika Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj. Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.
- **Val 202 2:** Poleg tega naročnik naroča izdelavo 20-sekundnega oglasa kot vabilo k glasovanju za zmagovalca natečaja EU projekt, moj projekt 2026. Izbran izvajalec pripravi besedilo radijskega oglasa kot napoved – vabilo k glasovanju. Dolžina oglasa: 20 sekund. Oglas (obvezno dvoglasno, en moški in en ženski vokal) posname in primerno obdeli, da je primeren za predvajanje, radijska postaja, ki nato oglas 30-krat zavrti na svoji radijski postaji. Oglas se zavrti predvidoma med 4. in 8. majem 2026, in sicer v najbolj poslušanem času.

Izvajalec naj ob tem, ko zaprosi za ponudbo radijske postaje, navede, da je ponudba za oglaševanje v okviru EU projekt, moj projekt 2026 za naročnika Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj. Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

2) Objava na nacionalni televiziji (TV SLO 1):

- Izvajalec uredi, da nacionalna televizija posname/izdeli za vsakega izmed predvidoma 11 dogodkov oglas. Dolžina oglasa: 10 sekund. Oglas primerno obdeli, da je primeren za predvajanje, ter ga nato predvaja na TV Slovenija 1 v prime time terminih. Oglas je na TV Slovenija predvajan v sledečih časovnih okvirjih (oziroma v primeru ukinitve posamezne oddaje, v okviru oddaje s primerljivo gledanostjo po dogovoru z naročnikom):
 - oglasi med kvizom VEM - 2. prekinitev,
 - pred Slovensko kroniko / pred Šport 19:30,
 - pred Politično s Tanjo Gobec,
 - pred Utripom, Zrcalo tedna,
 - Tednik – prekinitev,

- oglasni blok pred Filmom tedna ob 20h,
- Tarča / Informativna oddaja – prekinitev,
- Inkognito - razvedrilna oddaja (prekinitev),
- Joker // nova oddaja jeseni - razvedrilna oddaja (prekinitev),
- nadaljevanka prekinitev / redni oglasni blok in
- Debate z Bergantom.

Število predvajanja vsakega oglasa/projekt: 30. Skupno število objav za do 11 projektov (11 različnih variant oglasa): do 330.

- Vsak oglas iz prejšnje točke je predvajan tudi na MMC portalu v RTV365, in sicer pred objavljenimi oddajami/prispevki na spletni strani. Razdelitev zakupa na projekt:
 - Platforma: desktop in mobile, pozicija: video vsebine, format: pre-roll video, količina: 21.350 prikazov;
 - Platforma: smart TV, pozicija: RTV 365, format: pre-roll video, količina: 12.000 prikazov.

Posnetke (arhivsko gradivo) za TV oglas pridobi naročnik.

Izvajalec naj ob tem, ko zaprosi za ponudbo TV Slovenija, navede, da je ponudba za oglaševanje v okviru EU projekt, moj projekt 2026 za naročnika Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj.

Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

3) Splet in mobilno oglaševanje v medijih z nacionalno prepoznavnostjo/pokritostjo:

- **Integrirana objava – priprava in objava članka: do 11 kom:** Medij se udeleži dogodka v razvojni regiji, kot izhaja iz zgornje tabele, ga poslika, napiše zanimiv članek/reportažo o projektu ali dogodku; k vsakemu projektu doda še najmanj 3 fotografije in članek objavi na spletni strani z nacionalno pokritostjo in prepoznavnostjo.
 - **Pomembno:** naročnik mora imeti možnost distribucije člankov na spletni strani, spletnem portalu in družbenih omrežjih tako MKRR kot Evropska sredstva, seveda z navedbo vira.

Več o predmetu naročila:

- Integrirana objava s fotografijami, 11 priprav
- Projektno vodenje
- Pasica 300x250 px, število prikazov: 8.500.000. Pasico izdela izbran izvajalec po navodilih naročnika.

Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

4) Priprava in objava članka v mediju z nacionalno pokritostjo:

- Izvajalec uredi objavo v mediju z nacionalno pokritostjo, kot je na primer Nedelo oz. v mediju, ki je po kvaliteti in velikosti strani primerljiv z omenjenim medijem. Naročnik naroča objavo do 11 projektov, in sicer po 1 projekt na polovico strani. Izbran medij se udeleži dogodka v razvojni regiji, kot izhaja iz zgornje tabele, ga poslika, napiše zanimiv članek/reportažo o projektu oz. dogodku, k vsakemu projektu doda še najmanj 1 fotografijo in članek objavi v svojem časopisu z nacionalno pokritostjo. Za vsako polstransko objavo v tiskanem mediju naročnik naroča oglas na naslovnici časopisa – pasico kot napoved članka (npr. Projekti, sofinancirani iz evropskih sredstev. Več na strani 5.). Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije. Medij dovoli distribucijo članka naročniku (splet, družbena omrežja), seveda z navedbo vira.

- Odkup fotografij: Odkup do 2 fotografij na projekt, skupaj do 22 fotografij. Fotografije prejme naročnik tega sklopa.
- Pomembno: Časopis mora imeti nacionalno pokritost, kar pomeni, da ima tiskana edicija bralce v vseh slovenskih razvojnih/statističnih regijah: (1) Gorenjska, (2) Goriška, (3) Jugovzhodna Slovenija, (4) Koroška, (5) Primorsko-notranjska, (6) Obalno-kraška, (7) Osrednjeslovenska, (8) Podravska, (9) Pomurska, (10) Posavska, (11) Savinjska in (12) Zasavska. Če tiskana edicija v katerikoli izmed naštetih regij nima bralcev, pomeni, da nima nacionalne pokritosti. Uradni podatek zagotovi in potrdi Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, d.o.o..

5) **Nastavitev parametrov na družbenih omrežjih naročnika ter boostanje objav.**

➤ **Nastavitev parametrov Facebook + Instagram (ena kampanja, 2 seta placementov) in LinkedIn ter boostanje na Facebooku+Instagramu in LinkedInu**

- **Facebook:** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvede boostanje za do 22 objav na Facebook in Instagram strani naročnika (<https://www.facebook.com/EUsredstva/>, https://www.instagram.com/evropska_sredstva/), in sicer za vsakega izmed predvidoma do 11 dogodkov pred (1-krat na dogodek) in po (1-krat na dogodek) izvedbi – vsakič v vrednosti 20 EUR/kampanjo.
- **LinkedIn:** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvede boostanje za do 11 objav na LinkedIn strani naročnika (<https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva>), in sicer za vsakega izmed predvidoma 11 dogodkov po izvedbi (1-krat na dogodek) – vsakič v vrednosti 10 EUR/kampanjo.
- **YouTube:** YT oglasi: bumper 6s, trajanje predvidoma od 5 dni pred dogodkom do izvedbe dogodka. Oglaševanje v vrednosti 70 EUR/projekt.

→ **Dodatne zahteve:**

- **Facebook + Instagram in LinkedIn (promocija organskih objav)**

Kreativa: naročnik pripravi enostavne animirane grafike za napoved dogodka, izbrani izvajalec pripravi samo tekst.

Cilj kampanj: doseg + ogledi (video views).

Omejitev prikazov: največ 3 prikazi na osebo v času kampanje (frequency cap).

Ciljanje:

Spol/starost: 18–65, ženske in moški

Lokacija: regija dogodka + okolica (radius po predlogu agencije)

Interesi: glede na vrsto in temo dogodka (2–3 smiselni sklopi interesov)

Trajanje: predvidoma 5 dni pred dogodkom (do dneva dogodka).

Poročilo po kampanji: reach, frequency, video views in CTR na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#)

- **YouTube**

Kreativa: naročnik pripravi enostavne animirane grafike za napoved dogodka, izbrani izvajalec pripravi samo tekst.

Kampanjo zakupi v Google Ads kot YouTube video kampanjo, format Bumper (6s, non-skippable).

Namen: awareness; optimizacija na reach + frequency (CPM).

Trajanje: kampanja naj teče predvidoma 5 dni pred dogodkom (do dneva dogodka).

Ciljanje: [Slovenija / regija], jezik SL (po potrebi še tematsko ciljanje).

Izbran izvajalec nastavi omejitev frekvence (predlog 2–3 prikazi na uporabnika v obdobju kampanje) in vključi osnovne brand-safety izključitve.

Poročilo po kampanji: reach, avg. frequency, CPM in kliki na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#)

V okviru te postavke naj ponudnik upošteva:

a) Medijski sklop Google Ads – YouTube:

Vzpostavitev in konfiguracija Google Ads računa

Določitev in implementacija ciljanja in ciljnih skupin

Optimizacija oglasov

Izvajanje oglaševanja: YT oglasi (bumber 6s)

b) Medijski sklop Facebook in Instagram:

Vzpostavitev oglasnega računa

Določitev in implementacija CS v BM

Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija

Izvajanje oglaševanja FB: Awareness video oglas

c) Medijski sklop LinkedIn:

Vzpostavitev oglasnega računa

Določitev in implementacija CS v BM

Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija

Izvajanje oglaševanja: Awareness video oglas

Poročilo po izvedeni promociji posameznega projekta (vmesno poročilo) poleg poročanja o izvedenih aktivnostih, skupaj z oglasi, vključuje podatke o dosegu in učinkih objave za posamezni navedeni medij, ki vključuje preverljive podatke o številu predvajanj/objav, dosegu, številu ogledov ali poslušalcev ter druge relevantne kazalnike uspešnosti glede na vrsto medija. Končno poročilo (skupno poročilo za vse izvedene projekte sklop 1), izvajalec pripravi po zaključki vseh aktivnosti tega sklopa, in je povzetek vseh izvedenih aktivnosti ter predlog morebitnih izboljšav.

Obvezna priloga ponudbe je načrt objav, vključno s cenovno razdelitvijo, poimenskim seznamom medijev in številom objav za vsak medij posebej, kjer ponudnik predvideva oglaševanje. Ponudba vključuje tudi pisanje/pripravo/oblikovanje/snemanje/objavo vseh zgoraj naštetih oglasov, člankov ... kot je obrazloženo pri dodatnih obrazložitvah k specifikaciji naročila, končno poročilo in strošek klipinga za vsak projekt.

Tip oglasov in formate predlaga izvajalec.

Naročnik sodeluje v vseh fazah procesa, medtem ko posamezne materiale potrjuje izbrani izvajalec po navodilih naročnika, ki jih prejme po sklenitvi pogodbe. Izvajalec je dolžan narediti ustrezne korekcije po navodilih naročnika brezplačno.

Izbran medij in zakup prostora v mediju pred dokončnim zakupom potrdi naročnik tega sklopa.

Pogodbo za ta sklop izvajalec podpiše z naročnikom: Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj, Kotnikova 5, 1000 Ljubljana, ki je tudi plačnik.

Naročnik MKRR bo za naročilo iz Sklopa 1 in Sklopa 5 sklenil eno pogodbo.

E-računi in poročila o oglasih iz tega sklopa morajo biti poslani na MKRR najkasneje do 5. 12. 2026.

Naročnik bo v času trajanja pogodbe sukcesivno naročal oglaševanje za projekte/regijo in v različnih količinah. Naročnik se lahko odloči za izvedbo promocije projekta v drugi regiji ali ne naroči promocije za vse projekte.

SKLOP 2: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MNZ

Javno naročilo obsega zakup oglaševalskega prostora v medijih z nacionalno pokritostjo ter promoviranje objav za čim večji doseg na družbenih omrežjih za do 3 različne dogodke, kot izhaja iz tabele, ki sledi v nadaljevanju.

SPECIFIKACIJA JAVNEGA NAROČILA – ZAKUP OGLAŠEVALSKEGA PROSTORA V MEDIJIH

Zakup oglaševalskega prostora v različnih medijih v okviru kampanje EU projekt, moj projekt 2026

Opredelitev storitev medijske agencije:

- priprava medijskega načrta,
- izvedba medijskega načrta,
- priprava kliping objav in analiza dosega za vsako objavo na projekt posebej.

NAČRTOVANJE:

Taktično medijsko načrtovanje in optimizacija:

- izbor medijev,
- terminski načrt: terminski načrt za vse objave v medijih in na družbenih omrežjih za vsak posamezen projekt. Vezano na radijsko oglaševanje izvajalec priloži tudi terminski plan znotraj posameznega dneva.
- optimizacija: dodajanje elementov za doseg vsebinske, časovne in finančne učinkovitosti,
- ovrednotenje učinkovitosti medijskega načrta.

Ponakupna analiza: prikaz rezultatov akcije.

ZAKUP:

Zakup oglasnega prostora in/ali časa:

- določitev rokov za rezervacijo, naročilo in distribucijo medijskih sredstev,
- rezervacija in naročanje objav v medijih,
- distribucija sredstev oglaševanja,
- nadzor nad realizacijo v medijih,
- pregled računov,
- pošiljanje računov z dokazili o objavah.

Izvajalec tudi nastavi parametre za čim večji doseg na družbenih omrežjih – Facebook ES (<https://www.facebook.com/EUsredstva/>), Instagram ES , LinkedIn ES (<https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva>) in Youtube ES (ter poskrbi za boostanje objav v višini 20 EUR na objavo za Facebook (skupaj do 6 objav) in v višini 10 EUR na objavo za LinkedIn (skupaj do 3 objave), poleg tega pa še po 2 objavi za Facebook MNZ na projekt/dogodek (skupaj torej še do 6 objav, vsaka v višini 20 EUR).

Predvidena lokacija/regija izvedbe dogodkov: Osrednjeslovenska regija (2) in Primorsko-notranjska regija (1). Lokacija/regija izvedbe dogodkov se lahko spremeni.

Izvajalec pripravi ponudbo, ki vključuje zakup medijskega prostora v različnih medijih glede na lokacijo/regijo izvedbe dogodka za projekta ter objave na družbenih omrežjih. Naročilo vsebuje tudi spodaj opredeljene storitve.

Predvideno število objav za vsako postavko posebej glede na posamezni dogodek projekt:

Projekt	Regija	Minimalno št. objav - Val 202	Objava na nacionalni televiziji (TV SLO 1 v prime time terminih) in snemanje, produkcija in postprodukcija TV oglasa; sočasno s tem objava na MMC	Splet in mobilno oglaševanje v medijih z nacionalno prepoznavnostjo, kot je npr. 24ur.com. Pogoji, da ima spletno mesto vsaj 400.000 povprečnega dnevnega dosega	Objava in priprava članka v mediju z nacionalno pokritostjo, kot je npr. Nedelo oz. je po kvaliteti in velikosti enostranske/dvostranske objave primerljiv z omenjenim medijem. Za vsako polstransko objavo tudi objava pasice na naslovnici	Nastavitev parametrov na družbenih omrežjih naročnika ter boostanje objav.
---------	--------	-------------------------------	---	--	--	--

			portalu v RTV365	(podatek za februar 2026).		
Projekt 12	OSREDNJESLOV ENSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku in 2 objavi na FB MNZ • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 13	OSREDNJESLOV ENSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku in 2 objavi na FB MNZ • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 14	PRIMORSKO- NOTRANJSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku in 2 objavi na FB MNZ

			terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.			• LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
--	--	--	--	--	--	---

Dodatne obrazložitve k specifikaciji naročila:

1) Objava na radiu s statusom programa posebnega pomena (Val 202)

- **Val 202:** Izbran izvajalec pripravi besedilo radijskega oglasa kot napoved – vabilo na dogodek. Dolžina oglasa: 20 sekund. Oglas (obvezno dvoglasno, en moški in en ženski vokal) posname in primerno obdela, da je primeren za predvajanje, radijska postaja, ki nato oglas 30-krat zavrti na svoji radijski postaji – tako za vsakega izmed predvidoma 3 projektov iz tega sklopa posebej. Oglas se zavrti v tednu, preden se projekt izvede (naročnik priporoča, da se vrti 5 dni pred izvedbo projekta – kot napoved – ena od možnih izvedb: 5 dni pred dogodkom: 3-krat, 4 dni pred dogodkom: 4-krat, 3 dni pred dogodkom 5-krat, 2 dni pred dogodkom: 8-krat in 1 dan pred dogodkom: 10-krat). Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

2) Objava na nacionalni televiziji (TV SLO 1):

- Izvajalec uredi, da nacionalna televizija posname/izdela, za vsakega izmed predvidoma 3 dogodkov, oglas. Dolžina oglasa: 10 sekund. Oglas primerno obdela, da je primeren za predvajanje, ter ga nato predvaja na TV Slovenija 1 v prime time terminih. Oglas je na TV Slovenija predvajan predvidoma v sledečih časovnih okvirih (oziroma v primeru ukinitve posamezne oddaje, v okviru oddaje s primerljivo gledanostjo po dogovoru z naročnikom):
- oglasi med kvizom VEM - 2. prekinitev,
 - pred Slovensko kroniko / pred Šport 19:30,
 - pred Politično s Tanjo Gobec,
 - pred Utripom, Zrcalo tedna,
 - Tednik – prekinitev,
 - oglasni blok pred Filmom tedna ob 20h,
 - Tarča / Informativna oddaja – prekinitev,
 - Inkognito - razvedrilna oddaja (prekinitev),
 - Joker // nova oddaja jeseni - razvedrilna oddaja (prekinitev),
 - nadaljevanka prekinitev / redni oglasni blok in
 - Debate z Bergantom.

Število predvajanja vsakega oglasa/projekt: 30. Skupno število objav za do 3 projekte (3 različne variante oglasa): do 90.

- Vsak oglas iz prejšnje točke je predvajan tudi na MMC portalu v RTV365, in sicer pred objavljenimi oddajami/prispevki na spletni strani. Razdelitev zakupa na projekt:
 - Platforma: desktop in mobile, pozicija: video vsebine, format: pre-roll video, količina: 21.350 prikazov;
 - Platforma: smart TV, pozicija: RTV 365, format: pre-roll video, količina: 12.000 prikazov.

Posnetke (arhivsko gradivo) za TV oglas pridobi naročnik.

Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

3) Splet in mobilno oglaševanje v medijih z nacionalno prepoznavnostjo/pokritostjo:

- **Integrirana objava – priprava in objava članka: do 3 kom:** Medij se udeleži dogodka v razvojni regiji, kot izhaja iz zgornje tabele, ga poslika, napiše zanimiv članek/reportažo o projektu ali dogodku; k vsakemu projektu doda še najmanj 3 fotografije in članek objavi na spletni strani z nacionalno pokritostjo in prepoznavnostjo.
 - **Pomembno:** naročnik mora imeti možnost distribucije člankov na spletni strani, spletnem portalu in družbenih omrežjih tako MNZ kot Evropska sredstva, seveda z navedbo vira.

Več o predmetu naročila:

- Integrirana objava s fotografijami, 3 priprave
- Projektno vodenje
- Pasica 300x250 px, število prikazov: 8.500.000. Pasico izdelata izbran izvajalec po navodilih naročnika.

Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

4) Priprava in objava članka v mediju z nacionalno pokritostjo:

- Izvajalec uredi objavo v mediju z nacionalno pokritostjo, kot je na primer Nedelo oz. v mediju, ki je po kvaliteti in velikosti strani primerljiv z omenjenim medijem. Naročnik naroča objavo do 3 projekte, in sicer po 1 projekt na polovico strani. Izbran medij se udeleži dogodka v razvojni regiji, kot izhaja iz zgornje tabele, ga poslika, napiše zanimiv članek/reportažo o projektu oz. dogodku, k vsakemu projektu doda še najmanj 1 fotografijo in članek objavi v svojem časopisu z nacionalno pokritostjo. Za vsako polstransko objavo v tiskanem mediju naročnik naroča oglas na naslovnici časopisa – pasico kot napoved članka (npr. Projekti, sofinancirani iz evropskih sredstev. Več na strani 5.). Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije. Medij dovoli distribucijo članka naročniku (splet, družbena omrežja), seveda z navedbo vira.
- Odkup fotografij: Odkup do 2 fotografij na projekt, skupaj do 6 fotografij. Fotografije prejme naročnik tega sklopa.
- Pomembno: Časopis mora imeti nacionalno pokritost, kar pomeni, da ima tiskana edicija bralce v vseh slovenskih razvojnih/statističnih regijah: (1) Gorenjska, (2) Goriška, (3) Jugovzhodna Slovenija, (4) Koroška, (5) Primorsko-notranjska, (6) Obalno-kraška, (7) Osrednjeslovenska, (8) Podravska, (9) Pomurska, (10) Posavska, (11) Savinjska in (12) Zasavska. Če tiskana edicija v katerikoli izmed naštetih regij nima bralcev, pomeni, da nima nacionalne pokritosti. Uradni podatek zagotovi in potrdi Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, d.o.o..

5) Nastavitev parametrov na družbenih omrežjih naročnika ter boostanje objav.

➤ **Nastavitev parametrov Facebook + Instagram (ena kampanja, 2 seta placementov) in LinkedIn ter boostanje na Facebooku+Instagramu in LinkedInu**

- **Facebook (1):** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvajalec pred začetkom promocije projekta, v dogovoru z naročnikom, opredeli ciljno skupino za posamezen projekt (npr. glede na starost, lokacijo, interese ali druge relevantne kriterije) ter na tej podlagi nastavi parametre oglaševanja z namenom doseganja čim večjega dosega objave znotraj opredeljene ciljne skupine in ob upoštevanju regije dogodka. Izvede boostanje za 6 objav na Facebook ES (<https://www.facebook.com/EUsredstva/>), in sicer za vsakega izmed 3 dogodkov pred (1-krat na dogodek) in po (1-krat na dogodek) izvedbi – vsakič v vrednosti 20 EUR/objavo.
- **LinkedIn:** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvajalec pred začetkom promocije projekta, v dogovoru z naročnikom, opredeli ciljno skupino (npr. glede na panogo, delovno mesto, raven odgovornosti, geografsko območje ali druge strokovno relevantne kriterije) ter temu ustrezno prilagodi nastavitve oglaševanja. Parametri kampanje se določijo z namenom zagotavljanja optimalnega dosega znotraj opredeljene ciljne skupine, skladno s cilji in vsebino projekta. Izvede boostanje za 3 objave na LinkedIn ES (<https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva/>), in sicer za vsakega izmed 3 dogodkov po izvedbi (1-krat na dogodek) – vsakič v vrednosti 10 EUR/objavo.
- **Facebook (2):** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvajalec pred začetkom promocije projekta, v dogovoru z naročnikom, opredeli ciljno skupino za posameznih projekt (npr. glede na starost, lokacijo, interese ali druge relevantne kriterije) ter na tej podlagi nastavi parametre oglaševanja z namenom doseganja čim večjega dosega objave znotraj opredeljene ciljne skupine in ob upoštevanju regije dogodka. Izvede boostanje za 6 objav na Facebook MNZ, in sicer za vsakega izmed 3 dogodkov pred (1-krat na dogodek) in po (1-krat na dogodek) izvedbi – vsakič v vrednosti 20 EUR/objavo.
- **YouTube:** YT oglasi: bumper 6s, trajanje predvidoma od 5 dni pred dogodkom do izvedbe dogodka. Oglaševanje v vrednosti 70 EUR/projekt.

→ **Dodatne zahteve:**

- **Facebook + Instagram in LinkedIn (promocija organskih objav)**

Kreativa: naročnik pripravi enostavne animirane grafike za napoved dogodka, izbrani izvajalec pripravi samo tekst, na podlagi besedil o projektu na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#).

Cilj kampanj: doseg + ogledi (video views).

Omejitev prikazov: največ 3 prikazi na osebo v času kampanje (frequency cap).

Trajanje: predvidoma 5 dni pred dogodkom (do dneva dogodka) oz. po dogovoru z naročnikom, ob upoštevanju, da se trajanje kampanje na FB MNZ in FB ES ne prekrivata.

V poročilo po izvedeni promociji posameznega projekta (vmesno poročilo) se vključi informacije, kot so reach, frequency, video views in CTR na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#).

- **YouTube**

Kreativa: naročnik pripravi enostavne animirane grafike za napoved dogodka, izbrani izvajalec pripravi samo tekst, na podlagi besedil o projektu na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#).

Kampanjo zakupi v Google Ads kot YouTube video kampanjo, format Bumper (6s, non-skippable).

Namen: awareness; optimizacija na reach + frequency (CPM).

Trajanje: kampanja naj teče predvidoma 5 dni pred dogodkom (do dneva dogodka).

Ciljanje: [Slovenija / regija], jezik SL (po potrebi še tematsko ciljanje).

Izbran izvajalec nastavi omejitev frekvence (predlog 2–3 prikazi na uporabnika v obdobju kampanje) in vključi osnovne brand-safety izključitve.

V poročilo po izvedeni promociji posameznega projekta (vmesno poročilo) se vključi informacije, kot so reach, avg. frequency, CPM in kliki na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#).

V okviru te postavke naj ponudnik upošteva:

a) Medijski sklop Google Ads – YouTube:

Vzpostavitev in konfiguracija Google Ads računa

Določitev in implementacija ciljanja in ciljnih skupin

Optimizacija oglasov

Izvajanje oglaševanja: YT oglasi (bumber 6s)

b) Medijski sklop Facebook in Instagram:

Vzpostavitev oglasnega računa

Določitev in implementacija CS v BM

Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija

Izvajanje oglaševanja FB: Awareness video oglas

c) Medijski sklop LinkedIn:

Vzpostavitev oglasnega računa

Določitev in implementacija CS v BM

Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija

Izvajanje oglaševanja: Awareness video oglas

Poročilo po izvedeni promociji posameznega projekta (vmesno poročilo) poleg poročanja o izvedenih aktivnostih, skupaj z oglasi, vključuje podatke o dosegu in učinkih objave za posamezni navedeni medij, ki vključuje preverljive podatke o številu predvajanj/objav, dosegu, številu ogledov ali poslušalcev ter druge relevantne kazalnike uspešnosti glede na vrsto medija. Končno poročilo (skupno poročilo za vse izvedene projekte sklopa 2), izvajalec pripravi po zaključki vseh aktivnosti sklopa 2, in je povzetek vseh izvedenih aktivnosti ter predlog morebitnih izboljšav.

Obvezna priloga ponudbe je načrt objav, vključno s cenovno razdelitvijo, poimenskim seznamom medijev in številom objav za vsak medij posebej, kjer ponudnik predvideva oglaševanje. Ponudba vključuje tudi pisanje/pripravo/oblikovanje/snemanje/objavo vseh zgoraj naštetih oglasov, člankov ... kot je obrazloženo pri dodatnih obrazložitvah k specifikaciji naročila, končno poročilo in strošek klipinga za vsak projekt.

Tip oglasov in formate predlaga izvajalec.

Naročnik sodeluje v vseh fazah procesa, medtem ko posamezne materiale potrjuje izbrani izvajalec po navodilih naročnika, ki jih prejme ob sklenitvi pogodbe. Izvajalec je dolžan narediti ustrezne korekcije po navodilih naročnika brezplačno.

Izbran medij in zakup prostora v mediju pred dokončnim zakupom potrdi naročnik tega sklopa.

Pogodbo za ta sklop izvajalec podpiše z naročnikom: Ministrstvo za notranje zadeve, Štefanova 2, 1501 Ljubljana, ki je tudi plačnik tega sklopa.

E-računi in poročila o oglasih iz tega sklopa morajo biti poslani na MNZ najkasneje do 5. 12. 2026.

Naročnik bo v času trajanja pogodbe sukcesivno naročal oglaševanje za projekte/regijo in v različnih količinah. Naročnik se lahko odloči za izvedbo promocije projekta v drugi regiji ali ne naroči promocije za vse projekte.

SKLOP 3: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKGP (področje ribištva)

Javno naročilo obsega zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev (z nacionalno pokritostjo) za 1 dogodek v eni izmed regij v Sloveniji – Savinjska regija.

Izvajalec tudi nastavi parametre za čim večji doseg na družbenih omrežjih naročnika.

SPECIFIKACIJA JAVNEGA NAROČILA – ZAKUP OGLAŠEVALSKEGA PROSTORA V MEDIJIH

Zakup oglaševalskega prostora v različnih medijih in storitev v okviru kampanje EU projekt, moj projekt 2026

Opredelitev storitev medijske agencije:

- priprava medijskega načrta,
- izvedba medijskega načrta,
- priprava kliping objav in analiza dosega za vsako objavo na projekt posebej.

NAČRTOVANJE:

Taktično medijsko načrtovanje in optimizacija:

- izbor medijev,
- terminski načrt: terminski načrt za vse objave v medijih in na družbenih omrežjih za vsak posamezen projekt. Vezano na radijsko oglaševanje izvajalec priloži tudi terminski plan znotraj posameznega dneva.
- optimizacija: dodajanje elementov za doseg vsebinske, časovne in finančne učinkovitosti,
- ovrednotenje učinkovitosti medijskega načrta.

Ponakupna analiza: prikaz rezultatov akcije.

ZAKUP:

Zakup oglasnega prostora in/ali časa:

- določitev rokov za rezervacijo, naročilo in distribucijo medijskih sredstev,
- rezervacija in naročanje objav v medijih,
- distribucija sredstev oglaševanja,
- nadzor nad realizacijo v medijih,
- pregled računov,
- pošiljanje računov z dokazili o objavah.

Predvidena lokacija izvedbe projekta: Savinjska regija. Lokacija projekta se lahko spremeni.

Izvajalec pripravi ponudbo, ki vključuje zakup medijskega prostora v različnih medijih ter objave na družbenih omrežjih. Naročilo vsebuje tudi spodaj opredeljene storitve.

Minimalno število objav za vsako postavko posebej glede na regijo:

Projekt	Regija	Minimalno št. objav - Val 202	Objava na nacionalni televiziji (TV SLO 1 v prime time terminih) in snemanje, produkcija in postprodukcija TV oglasa; sočasno s tem objava na MMC portalu v RTV365	Splet in mobilno oglaševanje v medijih z nacionalno prepoznavnostjo, kot je npr. 24ur.com. Pogoji, da ima spletno mesto vsaj 400.000 povprečnega dnevnega dosega (podatek za februar 2026).	Objava in priprava članka v mediju z nacionalno pokritostjo, kot je npr. Nedelo oz. je po kvaliteti in velikosti enostranske/dvostranske objave primerljiv z omenjenim medijem. Za vsako polstransko objavo tudi objava pasice na naslovnici	Nastavitev parametrov na družbenih omrežjih naročnika ter boostanje objav.
----------------	---------------	--------------------------------------	---	--	---	---

Projekt 15	SAVINJSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)
-------------------	------------------	--	--	---	--	--

Dodatne obrazložitve k specifikaciji naročila:

1) Objava na radiu s statusom programa posebnega pomena (Val 202)

- **Val 202:** Izbran izvajalec pripravi besedilo radijskega oglasa kot napoved – vabilo na dogodek. Dolžina oglasa: 20 sekund. Oglas (obvezno dvoglasno, en moški in en ženski vokal) posname in primerno obdeli, da je primeren za predvajanje, radijska postaja, ki nato oglas 30-krat zavrti na svoji radijski postaji. Oglas se zavrti v tednu, preden se projekt izvede (naročnik priporoča, da se vrtili 5 dni pred izvedbo projekta – kot napoved – ena od možnih izvedb: 5 dni pred dogodkom: 3-krat, 4 dni pred dogodkom: 4-krat, 3 dni pred dogodkom 5-krat, 2 dni pred dogodkom: 8-krat in 1 dan pred dogodkom: 10-krat). Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

2) Objava na nacionalni televiziji (TV SLO 1):

- Izvajalec uredi, da nacionalna televizija posname/izdela za dogodek oglas. Dolžina oglasa: 10 sekund. Oglas primerno obdeli, da je primeren za predvajanje, ter ga nato predvaja na TV Slovenija 1 v prime time terminih. Oglas je na TV Slovenija predvajan v sledečih časovnih okvirjih (oziroma v primeru ukinitve posamezne oddaje, v okviru oddaje s primerljivo gledanostjo po dogovoru z naročnikom):
- oglasi med kvizom VEM - 2. prekinitev,
 - pred Slovensko kroniko / pred Šport 19:30,
 - pred Politično s Tanjo Gobec,
 - pred Utripom, Zrcalo tedna,
 - Tednik – prekinitev,
 - oglasni blok pred Filmom tedna ob 20h,
 - Tarča / Informativna oddaja – prekinitev,
 - Inkognito - razvedrilna oddaja (prekinitev),
 - Joker // nova oddaja jeseni - razvedrilna oddaja (prekinitev),

- nadaljevanka prekinitev / redni oglasni blok in
- Debate z Bergantom.

Število predvajanja oglasa/projekt: 30. Skupno število objav za ta sklop: do 30 predvajanj oglasa.

➤ Oglas iz prejšnje točke je predvajan tudi na MMC portalu v RTV365, in sicer pred objavljenimi oddajami/prispevki na spletni strani. Razdelitev zakupa na projekt:

- Platforma: desktop in mobile, pozicija: video vsebine, format: pre-roll video, količina: 21.350 prikazov;
- Platforma: smart TV, pozicija: RTV 365, format: pre-roll video, količina: 12.000 prikazov.

Posnetke (arhivsko gradivo) za TV oglas pridobi naročnik.

Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

3) Splet in mobilno oglaševanje v medijih z nacionalno prepoznavnostjo/pokritostjo:

➤ **Integrirana objava – priprava in objava članka: 1 kom:** Medij se udeleži dogodka v razvojni regiji, kot izhaja iz zgornje tabele, ga poslika, napiše zanimiv članek/reportažo o projektu ali dogodku; k članku doda še najmanj 3 fotografije in članek objavi na spletni strani z nacionalno pokritostjo in prepoznavnostjo.

- **Pomembno:** naročnik mora imeti možnost distribucije članka na spletni strani, spletnem portalu in družbenih omrežjih tako MKGP kot Evropska sredstva, seveda z navedbo vira.

Več o predmetu naročila:

- Integrirana objava s fotografijami, 1 priprava
- Projektno vodenje
- Pasica 300x250 px, število prikazov: 8.500.000. Pasico izdelata izbran izvajalec po navodilih naročnika.

Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

4) Priprava in objava članka v mediju z nacionalno pokritostjo:

➤ Izvajalec uredi objavo v mediju z nacionalno pokritostjo, kot je na primer Nedelo oz. v mediju, ki je po kvaliteti in velikosti strani primerljiv z omenjenim medijem. Naročnik naroča objavo 1 projekta, in sicer na polovici strani. Izbran medij se udeleži dogodka v razvojni regiji, kot izhaja iz zgornje tabele, ga poslika, napiše zanimiv članek/reportažo o projektu oz. dogodku, k članku doda še najmanj 1 fotografijo in članek objavi v svojem časopisu z nacionalno pokritostjo. Za polstransko objavo v tiskanem mediju naročnik naroča oglas na naslovnici časopisa – pasico kot napoved članka (npr. Projekti, sofinancirani iz evropskih sredstev. Več na strani 5.). Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije. Medij dovoli distribucijo članka naročniku (splet, družbena omrežja), seveda z navedbo vira.

➤ Odkup fotografij: Odkup do 2 fotografij na projekt, skupaj 2 fotografiji. Fotografije prejme naročnik tega sklopa.

- Pomembno: Časopis mora imeti nacionalno pokritost, kar pomeni, da ima tiskana edicija bralce v vseh slovenskih razvojnih/statističnih regijah: (1) Gorenjska, (2) Goriška, (3) Jugovzhodna Slovenija, (4) Koroška, (5) Primorsko-notranjska, (6) Obalno-kraška, (7) Osrednjeslovenska, (8) Podravska, (9) Pomurska, (10) Posavska, (11) Savinjska in (12) Zasavska. Če tiskana edicija v katerikoli izmed naštetih regij nima bralcev, pomeni, da nima nacionalne pokritosti. Uradni podatek zagotovi in potrdi Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, d.o.o..

5) Nastavitev parametrov na družbenih omrežjih naročnika ter boostanje objav.

➤ Nastavitev parametrov Facebook + Instagram (ena kampanja, 2 seta placementov) in LinkedIn ter boostanje na Facebooku+Instagramu in LinkedInu

- **Facebook:** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvede boostanje za 2 objavi na Facebook in Instagram strani naročnika (<https://www.facebook.com/EUsredstva/>, https://www.instagram.com/evropska_sredstva/), in sicer pred (1-krat na dogodek) in po (1-krat na dogodek) izvedbi – v vrednosti 20 EUR/kampanjo.
- **LinkedIn:** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvede boostanje za do 1 objavo na LinkedIn strani naročnika (<https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva>), in sicer po izvedbi (1-krat na dogodek) –v vrednosti 10 EUR/kampanjo.
- **YouTube:** YT oglasi: bumper 6s, trajanje predvidoma od 5 dni pred dogodkom do izvedbe dogodka. Oglaševanje v vrednosti 70 EUR/projekt.

→ Dodatne zahteve:

- **Facebook + Instagram in LinkedIn (promocija organskih objav)**

Kreativa: naročnik pripravi enostavne animirane grafike za napoved dogodka, izbrani izvajalec pripravi samo tekst.

Cilj kampanj: doseg + ogledi (video views).

Omejitev prikazov: največ 3 prikazi na osebo v času kampanje (frequency cap).

Ciljanje:

Spol/starost: 18–65, ženske in moški

Lokacija: regija dogodka + okolica (radius po predlogu agencije)

Interesi: glede na vrsto in temo dogodka (2–3 smiselni sklopi interesov)

Trajanje: predvidoma 5 dni pred dogodkom (do dneva dogodka).

Poročilo po kampanji: reach, frequency, video views in CTR na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#)

- **YouTube**

Kreativa: naročnik pripravi enostavne animirane grafike za napoved dogodka, izbrani izvajalec pripravi samo tekst.

Kampanjo zakupi v Google Ads kot YouTube video kampanjo, format Bumper (6s, non-skippable).

Namen: awareness; optimizacija na reach + frequency (CPM).

Trajanje: kampanja naj teče predvidoma 5 dni pred dogodkom (do dneva dogodka).

Ciljanje: [Slovenija / regija], jezik SL (po potrebi še tematsko ciljanje).

Izbran izvajalec nastavi omejitev frekvence (predlog 2–3 prikazi na uporabnika v obdobju kampanje) in vključi osnovne brand-safety izključitve.

Poročilo po kampanji: reach, avg. frequency, CPM in kliki na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#)

V okviru te postavke naj ponudnik upošteva:

a) **Medijski sklop Google Ads – YouTube:**

Vzpostavitev in konfiguracija Google Ads računa

Določitev in implementacija ciljanja in ciljnih skupin
 Optimizacija oglasov
 Izvajanje oglaševanja: YT oglasi (bumber 6s)

b) Medijski sklop Facebook in Instagram:

Vzpostavitev oglasnega računa
 Določitev in implementacija CS v BM
 Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija
 Izvajanje oglaševanja FB: Awareness video oglas

c) Medijski sklop LinkedIn:

Vzpostavitev oglasnega računa
 Določitev in implementacija CS v BM
 Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija
 Izvajanje oglaševanja: Awareness video oglas

Poročilo po izvedeni promociji projekta (vmesno poročilo) poleg poročanja o izvedenih aktivnostih, skupaj z oglasi, vključuje podatke o dosegu in učinkih objave za posamezni navedeni medij, ki vključuje preverljive podatke o številu predvajanj/objav, dosegu, številu ogledov ali poslušalcev ter druge relevantne kazalnike uspešnosti glede na vrsto medija. Končno poročilo izvajalec pripravi po zaključku vseh aktivnosti tega sklopa, in je povzetek vseh izvedenih aktivnosti ter predlog morebitnih izboljšav.

Obvezna priloga ponudbe je načrt objav, vključno s cenovno razdelitvijo, poimenskim seznamom medijev in številom objav za vsak medij posebej, kjer ponudnik predvideva oglaševanje. Ponudba vključuje tudi pisanje/pripravo/oblikovanje/snemanje/objavo vseh zgoraj naštetih oglasov, člankov ... kot je obrazloženo pri dodatnih obrazložitvah k specifikaciji naročila, končno poročilo in strošek klipinga za vsak projekt.

Tip oglasov in formate predlaga izvajalec.

Naročnik sodeluje v vseh fazah procesa, medtem ko posamezne materiale potrjuje izbrani izvajalec po navodilih naročnika, ki jih prejme po sklenitvi pogodbe. Izvajalec je dolžan narediti ustrezne korekcije po navodilih naročnika brezplačno.

Izbran medij in zakup prostora v mediju pred dokončnim zakupom potrdi naročnik tega sklopa.

Pogodbo za ta sklop izvajalec podpiše z naročnikom: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Dunajska cesta 22, 1000 Ljubljana, ki je tudi plačnik tega sklopa.

Naročnik MKGP bo za naročilo iz Sklopa 3 in Sklopa 4 sklenil eno pogodbo.

E-računi in poročila o oglasih iz tega sklopa morajo biti poslani na MKGP najkasneje do 5. 12. 2026.

Naročnik bo v času trajanja pogodbe sukcesivno naročal oglaševanje za projekte/regijo in v različnih količinah. Naročnik se lahko odloči za izvedbo promocije projekta v drugi regiji ali ne naroči promocije za vse projekte.

SKLOP 4: Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev – EU projekt, moj projekt 2026 – MKGP (področje kmetijstva)

Javno naročilo obsega zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev (z nacionalno pokritostjo) za 2 dogodka v Sloveniji.

Izvajalec tudi nastavi parametre za čim večji doseg na družbenih omrežjih naročnika.

SPECIFIKACIJA JAVNEGA NAROČILA – ZAKUP OGLAŠEVALSKEGA PROSTORA V MEDIJIH

Zakup oglaševalskega prostora v različnih medijih in storitev v okviru kampanje EU projekt, moj projekt 2026

Opredelitev storitev medijske agencije:

- priprava medijskega načrta,
- izvedba medijskega načrta,
- priprava kliping objav in analiza dosega za vsako objavo na projekt posebej.

NAČRTOVANJE:

Taktično medijsko načrtovanje in optimizacija:

- izbor medijev,
- terminski načrt: terminski načrt za vse objave v medijih in na družbenih omrežjih za vsak posamezen projekt. Vezano na radijsko oglaševanje izvajalec priloži tudi terminski plan znotraj posameznega dneva.
- optimizacija: dodajanje elementov za doseg vsebinske, časovne in finančne učinkovitosti,
- ovrednotenje učinkovitosti medijskega načrta.

Ponakupna analiza: prikaz rezultatov akcije.

ZAKUP:

Zakup oglasnega prostora in/ali časa:

- določitev rokov za rezervacijo, naročilo in distribucijo medijskih sredstev,
- rezervacija in naročanje objav v medijih,

- distribucija sredstev oglaševanja,
- nadzor nad realizacijo v medijih,
- pregled računov,
- pošiljanje računov z dokazili o objavah.

Predvideni lokaciji izvedbe projekta: Škocjan, Dolenjska (Jugovzhodna Slovenija) in Grad Podsreda, Savinjska regija. Lokaciji projektov se lahko spremenita.

Izvajalec pripravi ponudbo, ki vključuje zakup medijskega prostora v različnih medijih ter objave na družbenih omrežjih. Naročilo vsebuje tudi spodaj opredeljene storitve.

Minimalno število objav za vsako postavko posebej glede na posamično regijo:

Projekt	Regija	Minimalno št. objav - Val 202	Objava na nacionalni televiziji (TV SLO 1 v prime time terminih) in snemanje, produkcija in postprodukcija TV oglasa; sočasno s tem objava na MMC portalu v RTV365	Splet in mobilno oglaševanje v medijih z nacionalno prepoznavnostjo, kot je npr. 24ur.com. Pogoji, da ima spletno mesto vsaj 400.000 povprečnega dnevnega dosega (podatek za februar 2026).	Objava in priprava članka v mediju z nacionalno pokritostjo, kot je npr. Nedelo oz. je po kvaliteti in velikosti enostranske/dvostranske objave primerljiv z omenjenim medijem. Za vsako polstransko objavo tudi objava pasice na naslovnici	Nastavitev parametrov na družbenih omrežjih naročnika ter boostanje objav.
Projekt 16	SAVINJSKA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v

			terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.			angleškem jeziku, prevod v komentarju)
Projekt 17	JUGOVZHODNA SLOVENIJA	Izdelava 20 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj poslušanem času	Izdelava 10 sekund oglasa in njegovo predvajanje 30x v najbolj gledanih terminih. Objava oglasa na MMC portalu v RTV365.	Integrirana objava s fotografijami, pasica 300x250 px	½ strani, pasica na naslovnici, odkup do 2 fotografij na projekt	<ul style="list-style-type: none"> • YT: 1x pred dogodkom (se razlikuje od FB in IG) • FB + IG: 1x pred in 1x po dogodku • LinkedIn: 1x po dogodku (objava v angleškem jeziku, prevod v komentarju)

Dodatne obrazložitve k specifikaciji naročila:

1) Objava na radiu s statusom programa posebnega pomena (Val 202)

- **Val 202:** Izbran izvajalec pripravi besedilo radijskega oglasa kot napoved – vabilo na dogodek. Dolžina oglasa: 20 sekund. Oglas (obvezno dvoglasno, en moški in en ženski vokal) posname in primerno obdeli, da je primeren za predvajanje, radijska postaja, ki nato oglas 30-krat zavrti na svoji radijski postaji – tako za vsakega izmed predvidoma 2 projektov posebej. Oglas se zavrti v tednu, preden se projekt izvede (naročnik priporoča, da se vrtil 5 dni pred izvedbo projekta – kot napoved – ena od možnih izvedb: 5 dni pred dogodkom: 3-krat, 4 dni pred dogodkom: 4-krat, 3 dni pred dogodkom 5-krat, 2 dni pred dogodkom: 8-krat in 1 dan pred dogodkom: 10-krat). Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

2) Objava na nacionalni televiziji (TV SLO 1):

- Izvajalec uredi, da nacionalna televizija posname/izdeli za vsakega izmed predvidoma 2 dogodkov oglas. Dolžina oglasa: 10 sekund. Oglas primerno obdeli, da je primeren za predvajanje, ter ga nato predvaja na TV Slovenija 1 v prime time terminih. Oglas je na TV Slovenija predvajan v sledečih časovnih okvirjih (oziroma v primeru ukinitve posamezne oddaje, v okviru oddaje s primerljivo gledanostjo po dogovoru z naročnikom):
 - oglasi med kvizom VEM - 2. prekinitve,

- pred Slovensko kroniko / pred Šport 19:30,
- pred Politično s Tanjo Gobec,
- pred Utripom, Zrcalo tedna,
- Tednik – prekinitev,
- oglasni blok pred Filmom tedna ob 20h,
- Tarča / Informativna oddaja – prekinitev,
- Inkognito - razvedrilna oddaja (prekinitev),
- Joker // nova oddaja jeseni - razvedrilna oddaja (prekinitev),
- nadaljevanka prekinitev / redni oglasni blok in
- Debate z Bergantom.

Število predvajanja vsakega oglasa/projekt: 30. Skupno število objav za do 2 projekta (2 različni varianti oglasa): do 60.

- Vsak oglas iz prejšnje točke je predvajan tudi na MMC portalu v RTV365, in sicer pred objavljenimi oddajami/prispevki na spletni strani. Razdelitev zakupa na projekt:
 - Platforma: desktop in mobile, pozicija: video vsebine, format: pre-roll video, količina: 21.350 prikazov;
 - Platforma: smart TV, pozicija: RTV 365, format: pre-roll video, količina: 12.000 prikazov.

Posnetke (arhivsko gradivo) za TV oglas pridobi naročnik.

Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

3) Splet in mobilno oglaševanje v medijih z nacionalno prepoznavnostjo/pokritostjo:

- **Integrirana objava – priprava in objava članka: do 2 kom:** Medij se udeleži dogodka v razvojnih regijah, kot izhaja iz zgornje tabele, ga poslika, napiše zanimiv članek/reportažo o projektu ali dogodku; k vsakemu projektu doda še najmanj 3 fotografije in članek objavi na spletni strani z nacionalno pokritostjo in prepoznavnostjo.
 - **Pomembno:** naročnik mora imeti možnost distribucije člankov na spletni strani, spletnem portalu in družbenih omrežjih tako MKGP kot Evropska sredstva, seveda z navedbo vira.

Več o predmetu naročila:

- Integrirana objava s fotografijami, 2 pripravi
- Projektno vodenje
- Pasica 300x250 px, število prikazov: 8.500.000. Pasico izdela izbran izvajalec po navodilih naročnika.

Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije.

4) Priprava in objava članka v mediju z nacionalno pokritostjo:

- Izvajalec uredi objavo v mediju z nacionalno pokritostjo, kot je na primer Nedelo oz. v mediju, ki je po kvaliteti in velikosti strani primerljiv z omenjenim medijem. Naročnik naroča objavo do 2 projektov, in sicer po 1 projekt na polovico strani. Izbran medij se udeleži dogodka v razvojni regiji, kot izhaja iz zgornje tabele, ga poslika, napiše zanimiv članek/reportažo o projektu oz. dogodku, k vsakemu projektu doda še najmanj 1 fotografijo in članek objavi v svojem časopisu z nacionalno pokritostjo. Za vsako polstransko objavo v tiskanem mediju naročnik naroča oglas na

naslovnici časopisa – pasico kot napoved članka (npr. Projekti, sofinancirani iz evropskih sredstev. Več na strani 5.). Objava mora vsebovati navedbo o sofinanciranju Evropske unije. Medij dovoli distribucijo članka naročniku (splet, družbena omrežja), seveda z navedbo vira.

- Odkup fotografij: Odkup do 2 fotografij na projekt, skupaj do 4 fotografije. Fotografije prejme naročnik tega sklopa.
- Pomembno: Časopis mora imeti nacionalno pokritost, kar pomeni, da ima tiskana edicija bralce v vseh slovenskih razvojnih/statističnih regijah: (1) Gorenjska, (2) Goriška, (3) Jugovzhodna Slovenija, (4) Koroška, (5) Primorsko-notranjska, (6) Obalno-kraška, (7) Osrednjeslovenska, (8) Podravska, (9) Pomurska, (10) Posavska, (11) Savinjska in (12) Zasavska. Če tiskana edicija v katerikoli izmed naštetih regij nima bralcev, pomeni, da nima nacionalne pokritosti. Uradni podatek zagotovi in potrdi Inštitut za raziskovanje trga in medijev Mediana, d.o.o..

5) **Nastavitev parametrov na družbenih omrežjih naročnika ter boostanje objav.**

➤ **Nastavitev parametrov Facebook + Instagram (ena kampanja, 2 seta placementov) in LinkedIn ter boostanje na Facebooku+Instagramu in LinkedInu**

- **Facebook:** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvede boostanje za do 4 objave na Facebook in Instagram strani naročnika (<https://www.facebook.com/EUsredstva/>, https://www.instagram.com/evropska_sredstva/), in sicer za vsakega izmed predvidoma do 2 dogodkov pred (1-krat na dogodek) in po (1-krat na dogodek) izvedbi – vsakič v vrednosti 20 EUR/kampanjo.
- **LinkedIn:** Izvajalec nastavi parametre za čim večji doseg objave. Izvede boostanje za do 2 objav na LinkedIn strani naročnika (<https://www.linkedin.com/company/evropska-sredstva>), in sicer za vsakega izmed predvidoma 2 dogodkov po izvedbi (1-krat na dogodek) – vsakič v vrednosti 10 EUR/kampanjo.
- **YouTube:** YT oglasi: bumper 6s, trajanje predvidoma od 5 dni pred dogodkom do izvedbe dogodka. Oglaševanje v vrednosti 70 EUR/projekt.

→ **Dodatne zahteve:**

- **Facebook + Instagram in LinkedIn (promocija organskih objav)**

Kreativa: naročnik pripravi enostavne animirane grafike za napoved dogodka, izbrani izvajalec pripravi samo tekst.

Cilj kampanj: doseg + ogledi (video views).

Omejitev prikazov: največ 3 prikazi na osebo v času kampanje (frequency cap).

Ciljanje:

Spol/starost: 18–65, ženske in moški

Lokacija: regija dogodka + okolica (radius po predlogu agencije)

Interesi: glede na vrsto in temo dogodka (2–3 smiselni sklopi interesov)

Trajanje: predvidoma 5 dni pred dogodkom (do dneva dogodka).

Poročilo po kampanji: reach, frequency, video views in CTR na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#)

- **YouTube**

Kreativa: naročnik pripravi enostavne animirane grafike za napoved dogodka, izbrani izvajalec pripravi samo tekst.

Kampanjo zakupi v Google Ads kot YouTube video kampanjo, format Bumper (6s, non-skippable).

Namen: awareness; optimizacija na reach + frequency (CPM).

Trajanje: kampanja naj teče predvidoma 5 dni pred dogodkom (do dneva dogodka).

Ciljanje: [Slovenija / regija], jezik SL (po potrebi še tematsko ciljanje).

Izbran izvajalec nastavi omejitev frekvence (predlog 2–3 prikazi na uporabnika v obdobju kampanje) in vključi osnovne brand-safety izključitve.

Poročilo po kampanji: reach, avg. frequency, CPM in kliki na [EU projekt, moj projekt 2026 - Evropska sredstva](#)

V okviru te postavke naj ponudnik upošteva:

a) Medijski sklop Google Ads – YouTube:

Vzpostavitev in konfiguracija Google Ads računa

Določitev in implementacija ciljanja in ciljnih skupin

Optimizacija oglasov

Izvajanje oglaševanja: YT oglasi (bumber 6s)

b) Medijski sklop Facebook in Instagram:

Vzpostavitev oglasnega računa

Določitev in implementacija CS v BM

Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija

Izvajanje oglaševanja FB: Awareness video oglas

c) Medijski sklop LinkedIn:

Vzpostavitev oglasnega računa

Določitev in implementacija CS v BM

Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija

Izvajanje oglaševanja: Awareness video oglas

Poročilo po izvedeni promociji posameznega projekta (vmesno poročilo) poleg poročanja o izvedenih aktivnostih, skupaj z oglasi, vključuje podatke o dosegu in učinkih objave za posamezni navedeni medij, ki vključuje preverljive podatke o številu predvajanj/objav, dosegu, številu ogledov ali poslušalcev ter druge relevantne kazalnike uspešnosti glede na vrsto medija. Končno poročilo (skupno poročilo za vse izvedene projekte sklopa 4), izvajalec pripravi po zaključki vseh aktivnosti tega sklopa, in je povzetek vseh izvedenih aktivnosti ter predlog morebitnih izboljšav.

Obvezna priloga ponudbe je načrt objav, vključno s cenovno razdelitvijo, poimenskim seznamom medijev in številom objav za vsak medij posebej, kjer ponudnik predvideva oglaševanje. Ponudba vključuje tudi pisanje/pripravo/oblikovanje/snemanje/objavo vseh zgoraj naštetih oglasov, člankov ... kot je obrazloženo pri dodatnih obrazložitvah k specifikaciji naročila, končno poročilo in strošek klipinga za vsak projekt.

Tip oglasov in formate predlaga izvajalec.

Naročnik sodeluje v vseh fazah procesa, medtem ko posamezne materiale potrjuje izbrani izvajalec po navodilih naročnika, ki jih prejme po sklenitvi pogodbe. Izvajalec je dolžan narediti ustrezne korekcije po navodilih naročnika brezplačno.

Izbran medij in zakup prostora v mediju pred dokončnim zakupom potrdi naročnik tega sklopa.

Pogodbo za ta sklop izvajalec podpiše z naročnikom: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Dunajska cesta 22, 1000 Ljubljana, ki je tudi plačnik tega sklopa.

Naročnik MKGP bo za naročilo iz Sklopa 3 in Sklopa 4 sklenil eno pogodbo.

E-računi in poročila o oglasih iz tega sklopa morajo biti poslani na MKGP najkasneje do 5. 12. 2026.

Naročnik bo v času trajanja pogodbe sukcesivno naročal oglaševanje za projekte/regijo in v različnih količinah. Naročnik se lahko odloči za izvedbo promocije projekta v drugi regiji ali ne naroči promocije za vse projekte.

SKLOP 5: Facebook in Instagram oglaševanje (agencijska storitev) – MKRR

Obseg storitev v okviru tega sklopa obsega:

Facebook in Instagram Evropska sredstva

- Implementacija oglasnega računa (Ad Account) v Facebook Business manager profil Evropska sredstva (FB in IG) s povezanim plačilnim sredstvom in dodelitev pooblaščen osebe, ki bo plačevala oglaševalske akcije s tem računom – višina razpoložljivih sredstev med majem in decembrom 2026 je do 3.000,00 EUR;
- Določitev in implementacija ciljnih skupin v Facebook Business manager profil Evropska sredstva (FB in IG) za oglaševalske akcije - v sodelovanju z naročnikom;
- Ciljne skupine: predvidoma 12 regij, mladi, aktivno delovno prebivalstvo in še do 2 skupini po dogovoru med naročnikom in izvajalcem;
- Spremljanje analitike, testiranje in optimizacija digitalnega oglaševanja;
- Časovnica: predvidoma od 1. 5. 2026 do 31. 12. 2026.

Tip oglasov in formate predlaga izvajalec.

Naročnik sodeluje v vseh fazah procesa in potrjuje posamezne materiale. Izvajalec je dolžan narediti ustrezne korekcije po navodilih naročnika brezplačno.

Pogodbo za ta sklop izvajalec podpiše z naročnikom: Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj, Kotnikova 5, 1000 Ljubljana, ki je tudi plačnik tega sklopa.

Naročnik MKRR bo za naročilo iz Sklopa 1 in Sklopa 5 sklenil eno pogodbo.

E-računi in poročila o oglasih iz tega sklopa morajo biti poslani na MKRR najkasneje do 10. 1. 2027.

Pravne podlage

Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev se naroča v skladu s sledečimi pravnimi podlagami:

- Priročnik Celostna grafična podoba državne uprave (<https://www.gov.si/assets/ministrstva/MJU/CGP/Celostna-graficna-podoba-drzavne-uprave-prirocnik.pdf>),
- Navodila organa upravljanja na področju zagotavljanja prepoznavnosti, preglednosti in komuniciranja evropske kohezijske politike v obdobju 2021–2027 (https://evropskasredstva.si/app/uploads/2025/07/Navodila_za_komuniciranje_EKP_cistopis_julij25.pdf),
- Celostna grafična podoba 2021–2027 (https://evropskasredstva.si/app/uploads/2023/03/ESP-CGP-2021-2027_300323_koncna.pdf),
- 46. do 50. člen Uredbe (EU) št. 2021/1060 EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA in Priloga IX Uredbe (EU) št. 2021/1060 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 24. junija 2021 o določitvi skupnih določb o Evropskem skladu za regionalni razvoj, Evropskem socialnem skladu plus, Kohezijskem skladu, Skladu za pravični prehod in Evropskem skladu za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo ter finančnih pravil zanje in za Sklad za azil, migracije in vključevanje, Sklad za notranjo varnost in Instrument za finančno podporo za upravljanje meja in vizumsko politiko (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32021R1060&from=EN>),
- Pravilnik o označevanju vira sofinanciranja iz strateškega načrta skupne kmetijske politike 2023–2027 (<https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=PRAV15604>),
- Uredba (EU) 2021/1139 Evropskega parlamenta in Sveta dne 7. julija 2021 o vzpostavitvi Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo ter spremembi Uredbe (EU) 2017/1004 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1139>) in
- Navodila za informiranje, obveščanje in komuniciranje projektov iz Programa za izvajanje Evropskega sklada za pomorstvo, ribištvo in akvakulturo v Republiki Sloveniji za obdobje 2021-2027 – verzija 1.2 (https://evropskasredstva.si/app/uploads/2026/02/Navodila_za_oznacevanje_ESPRA_2021_2027.pdf),
- Navodila organa upravljanja na področju zagotavljanja prepoznavnosti, preglednosti in komuniciranja evropske politike na področju notranjih zadev v Republiki Sloveniji v obdobju 2021–2027. <https://evropskasredstva.si/navodila-za-prepoznavnost-preglednost-in-komuniciranje/>.

Zakup oglaševalskega prostora v medijih in storitev se torej izvaja na podlagi sprejetih oz. sklenjenih pravnih podlag, katerih namen je zagotoviti ustrezno obveščanje javnosti o izvajanju evropske kohezijske politike v Sloveniji.

Uporabniki oziroma ciljna skupina so širša javnost, potencialni upravičenci, upravičenci in posamezniki v obeh kohezijskih regijah, torej v Kohezijski regiji Vzhodna Slovenija in v Kohezijski regiji Zahodna Slovenija. Izveden zakup oglaševalskega prostora v medijih bo predstavljal komunikacijsko orodje za informiranje o EKP in komuniciranje vsebin EKP, saj morajo biti vsi promocijski oglasi opremljeni z emblemom »Sofinancira Evropska unija« ter logotipom »I feel Slovenia« oz. drugih logotipov po navodilih naročnika, in sicer v vizualni (tisk, splet in televizijski oglasi) ali zvočni (radijski oglasi) podobi.

Terminski plan izvedbe

Pogodba za sklope 2, 3 in 4 se bo z izbranim izvajalcem sklenila za obdobje do 30. 11. 2026. Pogodba za sklopa 1 in 5 se bo z izbranim izvajalcem sklenila za obdobje do 31. 12. 2026.

Okviren terminski plan zakupa medijskega prostora za obdobje maj–november 2026 (sklopi 1, 2, 3 in 4) ter za obdobje maj–december 2026 (sklop 5).

Predvidena časovnica: - 1. 5. 2026–30. 11. 2026 za sklope 1, 2, 3 in 4; - 1. 5. 2026–31. 12. 2026 za sklop 5.
Vse aktivnosti znotraj tega javnega naročila morajo biti izvedene v navedenih terminih. Točne datume izvedbe projekta in v povezavi s tem naročenimi storitvami sporoči naročnik najkasneje 5 dni pred izvedbo dogodka.
Sklop 1: E-računi in poročila o oglasih morajo biti poslani na MKRR najkasneje do 5. 12. 2026. Sklop 2: E-računi in poročila o oglasih morajo biti poslani na MNZ najkasneje do 5. 12. 2026. Sklop 3: E-računi in poročila o oglasih morajo biti poslani na MKGP najkasneje do 5. 12. 2026. Sklop 4: E-računi in poročila o oglasih morajo biti poslani na MKGP najkasneje do 5. 12. 2026. Sklop 5: E-računi in poročila o oglasih morajo biti poslani na MKRR najkasneje do 10. 1. 2027.

Naročnik se ne zavezuje v celotnem času trajanja pogodb, ki jih bo sklenil v okviru tega javnega naročila, naročiti zakupa oglaševalskega prostora in storitev ter Facebook in Instagram oglaševanja za potrebe izvedbe projekta EU projekt, moj projekt 2026 za vse navedene storitve in zakup oglaševalskega prostora oz. vse navedene projekte/regijo. Naročnik bo v celotnem času trajanja pogodb sukcesivno naročal različne zakupe oglaševalskega prostora in storitev.

Izvajalec na posamezen projekt v prvem, drugem, tretjem in četrtem sklopu ne sme preseči 12.295,00 EUR + 22% DDV za oglaševanje in objave na družbenih omrežjih skupaj. Razlog za to je, da se vsakemu izmed predvidoma 11 projektov v prvem sklopu, 3 projektov v drugem sklopu, 1 projekta v tretjem sklopu in 2 projektov v četrtem sklopu zagotovi enakovredna sredstva za medijsko pokritost.

Obvezna priloga ponudbe je načrt objav, vključno s cenovno razdelitvijo, poimenskim seznamom medijev in številom objav za vsak medij posebej, kjer ponudnik predvideva oglaševanje.

Obrazložitev izbire enega ponudnika:

Naročnik želi za vseh do 17 projektov enotno komuniciranje, kar lahko na najbolj racionalen način doseže tako, da za vseh 5 sklopov izbere 1 ponudnika, saj so tudi sklopi med seboj povezani. Več izhaja iz samih tehničnih specifikacij v opisu vsakega posamičnega sklopa, iz katerih je razvidno, da se v istih/podobnih medijih predvideva podoben okvir oglaševanja – gledano na ravni celotnega javnega naročila.

Gre namreč za enoten projekt, ki smo ga razdelili na 5 sklopov zgolj zaradi tega, ker bo financiranje iz različnih finančnih virov oz. proračunskih postavk, zato se bodo tudi pogodbe sklepale z različnimi organi izvršilne oblasti – Ministrstvom za kohezijo in regionalni razvoj za sklop 1 in sklop 5, Ministrstvom za notranje zadeve za sklop 2 in ena pogodba z Ministrstvom za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano za sklop 3 in sklop 4. Razdelitev na sklope omogoča večjo preglednost pri plačilu in izogib morebitnemu dvojnemu financiranju iz kakršnih koli drugih evropskih in/ali nacionalnih sredstev.