**Številka:** **JN-2337/2016-S-POG-STO**

**Datum: 14. 12. 2016**

**Povabilo k oddaji ponudb**

**Operativni načrt trženja kulturnega turizma Slovenije 2017-2020**

**(ONKULT 2017-2020)**

# POVABILO K ODDAJI PONUDB

Slovenska turistična organizacija (STO) je krovna nacionalna turistična organizacija za učinkovito trženje in promocijo Slovenije kot turistične destinacije. Ključne naloge STO so povečanje prepoznavnosti in ugleda ter želeno pozicioniranje Slovenije, tržna segmentacija in trženje na ključnih in perspektivnih trgih, inovativno in učinkovito izvajanje digitalnega trženja ter konkurenčni, jasno pozicionirani turistični proizvodi, temelječi na načelih trajnosti.

Kultura je eno izmed sedmih temeljnih področij turistične ponudbe Slovenije. V letu 2009 je bila sprejeta Strategija razvoja in trženja kulturnega turizma 2009-2013, ki med drugim predstavlja dobro osnovo za pripravo Operativnega načrta trženja kulturnega turizma, pri čemer želimo osredotočenje na aktualno stanje v kulturi in predvsem operativni načrt trženja.

STO se namreč zaveda pomena in potenciala kulturnega turizma, zato je za leti 2018 in 2019 kulturo opredelila kot nosilno dvoletno tematiko. Poleg tega bo Slovenija marca 2017 t.i. Convention & Culture partner na najpomembnejši globalni turistični borzi ITB Berlin.

Kultura je kompleksen in nepovezan del turistične ponudbe Slovenije, zato za učinkovito trženje in promocijo kulturne ponudbe Slovenije potrebujemo jasen načrt trženja z vsemi vsebinskimi in vizualnimi opredelitvami. Pojem kultura predstavlja široko področje in ga zato razumemo v najširšem pomenu besede. V letu 2016 so v okviru strokovne skupine nastale Strateške usmeritve za trženje kulturnega turizma, ki predstavljajo osnovo za Operativni načrt trženja kulturnega turizma Slovenije. Hkrati strokovna skupina sodeluje kot posvetovalno-nadzorno telo pri pripravi načrta.

STO vabi zainteresirane in usposobljene ponudnike k predložitvi ponudb v skladu s pogoji iz Povabila k oddaji ponudbe.

Naročnik si pridružuje pravico, da ne izbere nobenega ponudnika.

 Slovenska turistična organizacija,

mag. Maja Pak, direktorica

# OPIS STORITVE, KI JE PREDMET JAVNEGA NAROČILA

Predmet naročila je izdelava Operativnega načrta trženja kulturnega turizma Slovenije 2017-2020 (ONKULT).

**Glavni cilj trženjskega načrta je pripraviti učinkovit dokument, ki bo služil kot podlaga za vse trženjske aktivnosti na področju kulturnega turizma.** V ospredju je promocija omenjenega turističnega produkta, ki je eden izmed sedmih ključnih produktov v ponudbi slovenskega turizma. Promocijo koordinira in na krovni ravni izvaja Slovenska turistična organizacija.

V pripravah načrta morajo biti vključeni tudi ključni deležniki s področja kulturnega turizma in predstavniki turističnega gospodarstva ali lokalnih turističnih organizacij oziroma podobnih institucij.

## 2.1 Trženjski načrt mora upoštevati:

* **Gradivo srečanj strokovne skupine za pripravo strateških usmeritev za trženje kulturnega turizma (zapisniki s srečanj s SWOT analizo, pripravljena gradiva za posamezna srečanja in prezentacije)[[1]](#footnote-1)**
* Zadnjo Strategijo razvoja in trženja kulturnega turizma 2009-2013 (Multidisciplinarni raziskovalni institut Maribor – MRI za STO, 2009);
* Priročnik Operativno izvedbeni načrt razvoja in trženja kulturnega turizma na Slovenskem; dodatek k Strategiji razvoja in trženja kulturnega turizma, 2009-2013
* Obstoječo Strategijo razvoja slovenskega turizma 2012-2016 (STO, 2012)
* Program dela Slovenske turistične organizacije 2016-2017 (STO, 2015)
* Segmentacijo – identifikacijo ciljnih skupin slovenskega turizma (STO, 2016)
* Analizo komunikacije uporabnikov na družabnih omrežjih – percepcija kulture (Attentics, 2014)
* Strateški načrt trženja Zgodovinskih mest Slovenije 2016-2020 (Združenje zgodovinskih mest Slovenije, 2016)
* Strateške smernice za razvoj kulturnega turizma v Ljubljani (Turizem Ljubljana, 2016)
* Gradivo: Identifikacija in razvoj zgodb za potrebe oblikovanja in trženja turističnih produktov in destinacij 2013 (na kratko »Zgodbe v slovenskem turizmu«, STO, 2013)
* Podlage/dokumente Evropske komisije ob evropskem letu kulturne dediščine 2018
* Druge ustrezne dokumente (Nacionalni program za kulturo 2014-2017, tuje raziskave, ostali regionalni dokumenti)

## 2.2 Dispozicija

Podane so ključne usmeritve. Izvajalec lahko sam predlaga vsebino dispozicije, ključnega pomena pa je, da zadosti cilju učinkovite promocije kulturnega turizma Slovenije. Upoštevati je potrebno tudi nacionalno znamko I feel Slovenia.

**CILJ: Učinkovita promocija kulturnega turizma Slovenije**

Podrejeni cilji:

* Intenzivno trženje, s poudarkom na digitalnem trženju,
* Motiv za obisk Slovenije je kultura (po anketah tujih turistov glede motiva za obisk),
* Razvoj in promocija novih turističnih produktov s področja kulturnega turizma,
* Pojavljanje Slovenije med destinacijami kulturnega turizma (na spletu, v okviru raziskav, na strokovnih srečanjih, v dokumentih Evropske komisije, UNWTO, idr.),
* Število objav o kulturni ponudbi v Sloveniji (na spletu, v tiskanih in elektronskih medijih),
* Oblikovani turistični paketi z vključitvijo kulturnega turizma,
* Predstavitve kulturnih dogodkov v Sloveniji na mednarodnih dogodkih v tujini.

**UVOD**: izhodišča in metode dela

**RAZVOJNI DEL**: vizija kulturnega turizma Slovenije na osnovi pregledanih podlag z opredelitvijo strateških ciljev in vsaj petih operativnih ciljev s pripadajočimi ukrepi, ciljne skupine in trgi na podlagi Segmentacije ciljnih skupin slovenskega turizma.

**POZICIONIRANJE KULTURNEGA TURIZMA**: USP kulturno-turistične ponudbe v Sloveniji, SWOT analiza, prevetritev krovnih skupin produktov znotraj kulture (zapisanih v Strategiji razvoja in trženja kulturnega turizma 2009-2013), izbor vsebin oz. pod produktov za posamezne skupine znotraj kulture z merili za izbor (infrastruktura, dostopnost, informacije v tujih jezikih, upravljanje turističnega obiska,…), ustrezna vključitev UNESCO znamenitosti, oblikovanje matrike najbolj atraktivnih produktov in piramidalni zapis produktov, kulturna dejstva Slovenije (številčno, opisno), zemljevid kulturnega turizma Slovenije (uravnotežene regionalne zastopanosti) v obliki infografike.

**TRŽENJSKI NAČRT (orodja, kanali, kreativa):** krovna trženjska zgodba kulturnega turizma s predlogi sloganov in nosilnih motivov, kreativni koncept implementacije kulture v posamezna trženjska orodja (digitalna kampanja, animacija in označitev na stojnici in partnerskih dogodkih, študijske ture, klasično oglaševanje, družbena omrežja, predlog info in promocijskih materialov, idejna zasnova oz. predlog dopolnitve foto in video materiala, predlog vključitve kulturnih vsebin v uredniški koledar preko kanalov TTA, news (novice), stories (zgodbe) ter publikacije STO kot samostojen katalog in del drugih obstoječih, aktivnosti na domačem trgu, predlog izdelave spominkov na temo kulture oz. kulturne dediščine).

**MERJENJE IN VREDNOTENJE REZULTATOV PROMOCIJE IN POSPEŠEVANJA PRODAJE KULTURNEGA TURIZMA**

**POVZETEK S PRIPOROČILI ZA RAZVOJNE UKREPE NA PODROČJU KULTURNEGA TURIZMA**

# KRITERIJI ZA OCENJEVANJE

Merilo za izbiro najugodnejše ponudbe **je ekonomsko najugodnejša ponudba**, in sicer v skladu z naslednjimi merili:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **MERILO** | **ŠT. TOČK** |
| 1 | Cena (brez DDV)  | 30 |
| 2 | Celovitost in uporabnost vsebine projekta (dispozicije) | 30 |
| 3 | Učinkovitost in ciljna usmerjenost zastavljenih aktivnosti  | 20 |
| 4 | Metodologija dela | 10 |
| 5 | Sestava projektne skupine | 10 |
|  | **SKUPAJ** | **100** |

**Merilo 1: Cena brez DDV (max. 30 točk)**

V okviru merila 1 se število točk določi tako, da bo ponudnik, ki bo ponudil najnižji znesek ponudbene cene storitve brez DDV po ponudbenem predračunu, iz tega naslova prejel 30 točk, ostali ponudniki pa sorazmerno manj. Ponudniki bodo število točk pri tem merilu dobili po naslednji formuli:

 – število doseženih točk posamezne ponudbe

 – število možnih točk

 – cena najnižje ponudbe

 – cena posamezne ponudbe



Merodajna bo cena brez DDV.

Ponujena cena mora vsebovati vse aktivnosti in stroške ponudnika pri izdelavi predmeta javnega naročila.

**Merilo 2: Celovitost in uporabnost vsebine projekta (dispozicije) (max. 30 točk)**

Zagotovljena mora biti celovitost vsebine projekta, kar pomeni, da mora predložena dispozicija oziroma vsebina dokumenta jasno pokazati, da bo naročnik pridobil dokument, ki bo celostno opredeljeval področje kulturnega turizma. Opredeli se podrobnejša dispozicija oziroma aktivnosti, ki bodo izvedene za realizacijo ciljev. Poleg celovitosti se bo ocenjevala tudi uporabnost vsebin oziroma koliko predlagana vsebina dokumenta dejansko predstavlja v prakso prenosljiv učinkovit trženjski model. Ponudnik, ki bo zagotovil najbolj celovit, učinkovit in uporaben trženjski pristop, bo prejel največje število točk. Iz dispozicije naj bodo razvidne usmeritve, iz katerih bo načrt izhajal oz. temeljil.

Celovitost in uporabnost vsebine projekta (dispozicije) se točkuje po naslednjem ključu:

a/ celovita in uporabna, ki pokriva vsa področja in vsebinske sklope ter v prakso

 prenosljiv trženjski model 30 točk

b/ delna, ki pokriva vsa področja in vsebinske sklope, a

 prenosljivost v prakso ni jasno razvidna 10 točk

c/ ni celovita 0 točk

**Merilo 3: Učinkovitost in ciljna usmerjenost zastavljenih aktivnosti (max. 20 točk)**

Pri tem merilu bo naročnik preverjal ali so zastavljene aktivnosti dovolj učinkovite za doseganje zastavljenih ciljev (glavnega in podrejenih ciljev) oz. ali so dovolj ciljno usmerjene, da lahko domnevamo, da bo njihova izvedba vodila k realizaciji zastavljenih ciljev.

Učinkovitost in ciljna usmerjenost zastavljenih aktivnosti se točkuje po naslednjem ključu:

a/ aktivnosti so zastavljene dovolj učinkovito in ciljno, da njihova

 izvedba v celoti vodi k realizaciji zastavljenih ciljev 20 točk

b/ delno vodijo k realizaciji zastavljenih ciljev 7 točk

c/ ne vodijo k realizaciji zastavljenih ciljev 0 točk

**Merilo 4: Metodologija dela (max. 10 točk)**

Metodologija oziroma proces dela mora slediti mednarodni praksi pripravljanja strateških oz. trženjskih dokumentov. Ponudnik mora jasno nakazati način realizacije zastavljene naloge oziroma postopke dela, ki jih bo izvedel v podporo. Naročnik opredelitev metodologije dela delno prepušča izvajalcu ter njegovemu znanju in izkušnjam na tem področju. Izvajalec mora pri opredelitvi metodologije dela upoštevati, da je potrebno v procesu priprave operativnega načrta vključiti ključne akterje s področja kulture in kulturnega turizma v Sloveniji, kakor tudi turistično gospodarstvo oziroma lokalne turistične organizacije. To vključuje tudi organizacijo javne razprave in izvedbo vsaj treh delavnic na terenu, med ponudniki s področja kulture.

Metodologija dela se točkuje po naslednjem ključu:

a/ Ponudnik je zelo natančno navedel predvidene postopke ter metodologijo, 10 točk

 ki ji bo sledil pri svojem delu, poleg tega le-ta v celoti vodi k uresničevanju ciljev

b/ Ponudnik je natančno navedel predvidene postopke ter metodologijo, ki ji 5 točk

 bo sledil pri svojem delu, a ni jasno, da le-ta v celoti vodi k uresničevanju ciljev

c/ Ponudnik ni niti natančno navedel predvidenih postopkov in aktivnosti, 0 točk

 niti ni jasno, da le-ti v celoti vodijo k uresničevanju ciljev

**Merilo 5:** Sestava projektne skupine(max. 10 točk)

Ponudnik mora za izvedbo storitev določiti projektno skupino, ki jo sestavljata vsaj 2 osebi, ki izpolnjujeta pogoje skladno s točko 4.4 Sposobnost in usposobljenost ponudnika. Dodatno lahko projektna skupina vključuje tudi 1 ali več oseb z najmanj 5 let delovnih izkušenj (priloga Europass življenjepis) s področja kulture, kar se točkuje po naslednjem ključu:

a/ v projektni skupini je 1 ali več oseb s področja kulture 10 točk

b/ v projektni skupini ni osebe s področja kulture 0 točk

**Posamezna merila so ovrednotena v točkah, oziroma v odstotkih. Seštevek vseh meril je 100 točk, oziroma 100%.**

**Naročnik bo naročilo oddal s pogodbo ponudniku, katerega ponudba bo izbrana za najugodnejšo; to je tista ponudba, ki bo dosegla najvišje skupno število točk.**

**V primeru, da bo več ponudb z enakim skupnim številom točk, bo izbrana ponudba, ki bo prejela večje število točk pri Merilu 1: Cena brez DDV.**

# NAVODILO NAROČNIKA

## 4.1 Oddaja ponudbe

Ponudbe morajo prispeti k naročniku na elektronski naslov manca.pepevnik@slovenia.info, **do 10. 1. 2017 do 12.00 ure,** z zadevo sporočila **»Operativni načrt trženja kulturnega turizma Slovenije 2017-2020«.**

## 4.2 Dodatne informacije

Ponudnik lahko pisno zahteva dodatne informacije, ki jih naslovi na elektronski naslov: manca.pepevnik@slovenia.info.

## 4.3 Delne ponudbe

Delne ponudbe se ne upoštevajo.

## 4.4 Sposobnost in usposobljenost ponudnika

Ponudnik mora za izvedbo storitev določiti projektno skupino, ki jo sestavljata vsaj 2 osebi, ki izpolnjujeta naslednje pogoje:

1. 1 vodja projekta, ki izpolnjuje naslednje pogoje:
* najmanj 10 let delovnih izkušenj na področju trženja v turizmu (priložiti: Europass življenjepis),
* vsaj 1 referenca s področja priprave in izdelave strateških in/ali trženjskih dokumentov s področja kulture.
1. Vsaj 1 oseba s področja kreativnega marketinga , ki izpolnjuje naslednje pogoje:
* najmanj 5 let delovnih izkušenj s področja kreativnega marketinga- oblikovanje, kreativna zasnova (priložiti: Europass življenjepis).

Izpolnjevanje zgornjih pogojev lahko naročnik kadarkoli preveri.

## 4.5 Ocenjevanje ponudb

Ponudbe bodo ocenili predstavniki Slovenske turistične organizacije in predstavnik Ministrstva za kulturo, pri čemer bodo upoštevana merila, ki jih določa 3. točka povabila k oddaji ponudbe (kriteriji za ocenjevanje).

## 4.6 Ocenjena vrednost javnega naročila

Cene ponudnik poda v EUR. Ponudbena cena **ne sme biti višja od 9.000 EUR (brez DDV).** Ponudbe, ki bodo višje od te vrednosti, bodo kot nepravilne izločene.

## 4.7 Jezik ponudbe

Ponudba mora biti izdelana v slovenskem jeziku.

## 4.8 Časovnica dela

Faze in roki za izvedbo aktivnosti, ki so predmet tega javnega naročila (ob predpostavki podpisa pogodbe najkasneje do 17.01.2017):

1. **faza:** Izdelava natančne metodologije dela ter vsebinskega in terminskega načrta aktivnosti, opredelitev strateških ciljev in vizije (v roku 14 dni od dneva podpisa pogodbe)
2. **faza:** Izdelava osnutka pozicioniranja kulturnega turizma in trženjskega načrta (v roku 80 dni od dneva podpisa pogodbe)
3. **faza:** Izdelava osnutka končnega operativnega načrta (v roku 120 dni od dneva podpisa pogodbe)

Izdelava končnega dokumenta, končnega poročila in izvlečka načrta do 31.5.2017

Izvajalec mora ob koncu vsake faze naročniku predložiti vmesno poročilo, ob zaključku pa končno poročilo in izvleček dokumenta. Vmesna in končno poročila mora odobriti strokovna skupina Slovenske turistične organizacije.

## 4.9 Ostala opozorila

Izbrani izvajalec je dolžan tesno sodelovati z naročnikom in strokovno skupino, ki jo je imenovala Slovenska turistična organizacija (skupina mora biti seznanjena s procesom dela in pregledati in odobriti vmesna in končna poročila po posameznih fazah). Predvidena so usklajevanja na sedežu naročnika, javna razprava in delavnice na terenu.

Dolžina dokumenta naj bo v obsegu od 40 do 50 strani. Končni dokument mora biti predan naročniku v formatu word in pdf ter predstavljen naročniku (Predstavitev PowerPoint - PPT). Predstavitev PPT mora biti predana naročniku, prav tako mora biti priložen izvleček dokumenta/načrta (na eni ali največ dveh straneh) z infografiko.

## 4.10 Obvezni elementi ponudbe

Ponudnik mora do določenega roka za prejem ponudbe predložiti izpolnjene naslednje dokumente:

1. Seznam sodelujočih na projektu – vodja projekta (obrazec 1)
2. Seznam sodelujočih na projektu – drugi člani projektne skupine (obrazec 2)
3. Reference vodje projekta (obrazec 3)
4. Predračun (obrazec 4)
5. Predlog dispozicije (obrazec 5)
6. Obrazec za pripravo ponudbe in izjava o izpolnjevanju pogojev (obrazec 6)
7. Europass življenjepis vodje projekta
8. Europass življenjepis osebe s področja kreativnega marketinga

Vsi obrazci (točke 1 – 6) so priloga temu Povabilu k oddaji ponudb.

**Vsi obrazci morajo biti ustrezno izpolnjeni ter skenirani posredovani naročniku.**

Obrazec 1 **SEZNAM SODELUJOČIH NA PROJEKTU – VODJA PROJEKTA**

|  |  |
| --- | --- |
| Ime in priimek |  |
| Izobrazba |  |
| Zaposlen v |  |
| Funkcija v matičnem podjetju  |  |
| Skupna delovna doba |  |
| Število let delovne dobe v turističnem sektorju pri pripravi strategij trženja |  |
| Število let delovne dobe pri vodenju projektov |  |
| Specialistična znanja, pridobljena priznanja, mednarodno sodelovanje. |  |

**\*priloga Europass življenjepis**

Kraj in datum: Žig in podpis ponudnika:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (podpis pooblaščene osebe ponudnika)

Obrazec 2 **SEZNAM SODELUJOČIH NA PROJEKTU – DRUGI SODELUJOČI ČLANI PROJEKTNE SKUPINE S PODROČJA TRŽENJA IN RAZVOJA V TURIZMU**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sestava projektne skupine | 1. (oseba s področja kreativnega marketinga) | 2. (oseba s področja kulture) | 3.  | 4. | 5. |
| Ime in priimek |  |  |  |  |  |
| Izobrazba |  |  |  |  |  |
| Zaposlen v |  |  |  |  |  |
| Funkcija v matičnem podjetju  |  |  |  |  |  |
| Področja, na katerih bo sodeloval v okviru priprave načrta |  |  |  |  |  |
| Število let delovnih izkušenj v turističnem sektorju |  |  |  |  |  |
| Navedba trženjskih strategij v turističnem sektorju, kjer je sodeloval |  |  |  |  |  |
| Specialistična znanja, pridobljena priznanja, mednarodno sodelovanje |  |  |  |  |  |
| Reference članov skupine | \* priloga Europass življenjepis | \* priloga Europass življenjepis |  |  |  |

Kraj in datum: Žig in podpis ponudnika:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (podpis pooblaščene osebe ponudnika)

Obrazec 3 **REFERENCE VODJE PROJEKTA**

Navedite vsaj 1 referenco vodje projekta s področja priprave in izdelave strateških in/ali trženjskih dokumentov s področja kulture ter ostale projekte s področja trženjskih strategij v turističnem sektorju s katerimi vodja projekta izkazuje kvalificiranost za izdelavo operativnega načrta trženja kulturnega turizma.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Zap. št. | Ime projekta/ dokumenta | Naročnik | Kontaktna oseba naročnika | Glavni izvajalec | Leto izvedbe |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

Kraj in datum: Žig in podpis ponudnika:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (podpis pooblaščene osebe ponudnika)

Obrazec 4 **PREDRAČUN**

**Ponudnik:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

V skladu z navodili za pripravo ponudbe smo pripravljeni realizirati razpisan projekt **Operativni načrt trženja kulturnega turizma Slovenije 2017-2020 za ceno:**

|  |  |
| --- | --- |
| **EUR brez DDV:** |  |
| **EUR z DDV:** |  |

Ponudnik naj v ceni upošteva vse zahtevane storitve opredeljene v poglavjih 2. »Opis storitve, ki je predmet javnega naročila« in 4. »Navodilo naročnika«. Ponujena cena mora zajemati vse stroške,ki jih bo ponudnik imel z izvedbo storitev in morebitne popuste.

Kraj in datum: Žig in podpis ponudnika:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (podpis pooblaščene osebe ponudnika)

Obrazec 5 **PREDLOG DISPOZICIJE**

|  |
| --- |
|  |

\*Vstavite lahko dodaten list. Dispozicija naj ne bo daljša od 3 strani

Predložena dispozicija oziroma vsebina dokumenta mora pokrivati vsa področja in vsebine, ki so opredeljeni v opisu storitev, ki je predmet javnega naročila.

Kraj in datum: Žig in podpis ponudnika:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (podpis pooblaščene osebe ponudnika)

Obrazec 6 **OBRAZEC ZA PRIPRAVO PONUDBE IN IZJAVA O IZPOLNJEVANJU POGOJEV ZA SODELOVANJE V POSTOPKU ODDAJE JAVNEGA NAROČILA**

|  |  |
| --- | --- |
| Firma oz. ime ponudnika: |  |
| Zakoniti zastopnik ponudnika: |  |
| Naslov: |  |
| Matična številka: |  |
| Davčna številka: |  |
| Številka TRR: |  |
| Telefon, faks: |  |
| E-naslov: |  |
| Kontaktna oseba: |  |

Ponudnik \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ izjavljam, da

1. sem registriran pri pristojnem organu države,
2. imam ustrezno dovoljenje upravnega organa, v kolikor je tako dovoljenje potrebno za opravljanje dejavnosti,
3. meni ali osebi, ki je članica mojega upravnega, vodstvenega ali nadzornega organa ali ki ima pooblastila za moje zastopanje ali odločanje ali nadzor, ni bila izrečena pravnomočna sodba zaradi kaznivih dejanj, kot jih določa 1. odstavek 75. člena Zakona o javnem naročanju (Ur. l. RS, 91/15),
4. proti meni ni uveden postopek prisilne poravnave, stečajni ali likvidacijski postopek,
5. na podlagi sodne ali druge odločbe nisem prenehal poslovati,
6. imam poravnane vse davke in prispevke,
7. sem finančno in poslovno sposoben za opravljanje dejavnosti, ki je predmet javnega naročila,
8. razpolagam z zadostnimi tehničnimi zmogljivostmi za izvedbo javnega naročila;

Kot ponudnik sprejemam odškodninsko odgovornost za škodo, ki lahko nastane naročniku v primeru, da ne izvedem storitev, ki so predmet tega javnega naročila.

Kot ponudnik izjavljam, da izpolnitev javnega naročila ponujam pod pogoji iz predložene dokumentacije.

Javno naročilo bo izdelano v skladu z razpisnimi pogoji, ki so razvidni iz povabila k oddaji ponudbe, ki jih v celoti sprejemam, kar izkazujem tudi s podpisom tega obrazca.

Potrjujemo, da predložena ponudba izpolnjuje zahteve, izražene v povabilu k oddaji ponudbe.

Seznanjeni smo z dejstvom, da naročnik ni obvezan sprejeti najcenejše ali katerekoli ponudbe, ki jo prejme.

Kraj in datum: Žig in podpis ponudnika:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (podpis pooblaščene osebe ponudnika)

1. Strokovna skupina v sestavi predstavnikov Ministrstva za kulturo, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo, Združenja zgodovinskih mest Slovenije, Turizma Ljubljana in Slovenske turistične organizacije je bila oblikovana maja 2016. Na srečanjih (4 v letu 2016) je obravnavala: obstoječe podlage o turističnem produktu kultura oz. kulturnem turizmu, trženje kulturnega turizma pri posameznih deležnikih, izbor kulturnih vsebin. Ob vsakokratnem srečanju je bilo pripravljeno gradivo obravnavane tematike, predstavitev in zapisnik srečanja. [↑](#footnote-ref-1)