

Številka JN: **JN-0944/2018-S-POG-STO**

Datum: **15. 6. 2018**

Povabilo k oddaji ponudb

Akcijski načrt razvoja in trženja gastronomije Slovenije 2019 - 2023

1. 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, inovativno in učinkovito trženje na ključnih in perspektivnih trgih ter pospeševanje razvoja konkurenčnih, jasno pozicioniranih turističnih proizvodov, temelječih na načelih trajnosti.

Gastronomija je eden ključnih elementov turistične ponudbe in veliko pripomore k promociji, prepoznavnosti in ugledu države in turizma. Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017–2021 jo je identificirala kot enega od vodilnih turističnih produktov, Slovenska turistična organizacija jo izpostavlja v vseh svojih tržno-promocijskih aktivnostih že 22 let in še posebej intenzivno od svoje ponovne osamosvojitve v letu 2015.

Slovenska turistična organizacija je v začetku decembra 2017 zaključila z obsežno spletno raziskavo »Identifikacija tržnega potenciala«, ki jo je izvajala na šestih ključnih in dveh perspektivnih trgih slovenskega turizma (Italija, Nemčija, Avstrija, Francija, Združeno kraljestvo, Ruska federacija, Nizozemska in Poljska). Rezultati raziskave so pokazali, da je segment turistov, ki se označujejo za t.i. food-ije, po velikosti četrti največji segment; ocenjena velikost segmenta je 9,5 milijona posameznikov. Foodiji praviloma potujejo v paru ali z družino, zato skupaj s potovalno družbo (faktor 2,5), na vseh trgih skupaj predstavljajo 24 milijonski potencial. Raziskava je nadalje pokazala, da je uživanje v dobri hrani in pijači glavni motiv za izbiro počitniške destinacije pri 31% Avstrijcev, 29% Britancev, 23% Nemcev ter 21% Nizozemcev in Rusov. Iz raziskave je tudi razvidno, da Slovenija, kljub številnim prizadevanjem, na področju gastronomije še vedno ni dovolj prepoznana, saj jo anketiranci iz omenjenih držav ne prepoznajo kot destinacije z bogato gastronomsko ponudbo.

Slovenija zato želi na področju gastronomskega turizma v okviru različnih aktivnosti, ki spodbujajo razvoj ter ciljno usmerjeno trženje in promocijo naše edinstvene gastronomske ponudbe, doseči večjo prepoznavnost in se pozicionirati kot vrhunska gastronomska regija Evrope; z namenom povečanja turističnega prihodka. Obenem želimo nadalje razvijati in krepiti gastronomsko ponudbo Slovenije na vseh ravneh. Dvig prepoznavnosti ter razvoj Slovenije kot gastronomske destinacije lahko dosežemo tudi z včlanitvijo v mednarodno platformo ERG (European Region of Gastronomy), ki

jo upravlja institut IGCAT. Slovenija se je januarja 2018 včlanila v platformo EGR in je konec maja 2018 oddala knjigo kandidature za naziv Slovenija – Evropska gastronomska regija 2021.

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.

Pripravila:
Barbara Zmrzlikar

Slovenska turistična organizacija,
mag. Maja Pak, direktorica

2. OPIS STORITVE, KI JE PREDMET JAVNEGA NAROČILA

Predmet naročila je priprava Akcijskega načrta za razvoj in trženje gastronomije Slovenije 2019 - 2023.

Glavni cilj je pripraviti učinkovit dokument, ki bo služil kot podlaga za vse razvojne, trženske in promocijske aktivnosti na področju gastronskega turizma v Sloveniji za obdobje 2019 – 2023.

Ključni uporabniki dokumenta so:

- Slovenska turistična organizacija (STO)²,
- partnerji projekta Slovenija – Evropska gastronomska regija 2021³,
- destinacijske turistične organizacije,
- slovensko turistično gospodarstvo - ponudniki turistično-gastronomskih storitev,
- pridelovalci vina in gastronomskih izdelkov.

2.1 Akcijski načrt razvoja in trženja gastronomije Slovenije mora smiselno upoštevati:

- vizijo in ključne ukrepe gastronomije kot jih opredeljuje aktualna Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021:

Vizija gastronomije 2021

Slovenija postane prepoznavna destinacija z visokokakovostno, inovativno, avtentično ponudbo hrane in vina, ki jo ustvarjajo številni manjši butični ponudniki kakovostne hrane z veliko bero najprestižnejših nagrad in tradicionalne gostilne, ki s svojo kuhinjo temeljijo na lokalnem in srčnosti. Gastronomija je motiv prihoda vse leto.

Ključni ukrepi

- Okrepljena nacionalna promocija gastronomije pod znamko Okusiti Slovenijo, ki navzdol povezuje (in z njimi dosega sinergije) regijske ali lokalne gastronske znamke,
 - Podpora mednarodni prepoznavnosti slovenske gastronomije,
 - Podpora majhnim vrhunskim proizvajalcem vina in gastronomskih produktov ter specializiranim nastanitvenim produktom (vinski, vinski spa hoteli, interpretacijski centri),

² STO bo dokument služil tudi kot osnova pri promociji gastronomije kot krovne tematike v letih 2020 in 2021.

³ Partnerji projekta Slovenija - Evropska gastronomska regija 2021 so: Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Ministrstvo za zunanje zadeve, Ministrstvo za zdravje, Ministrstvo za kulturo, Slovenska turistična organizacija, Turizem Ljubljana, Turistično združenje Portorož, Zavod za turizem Maribor – Pohorje, Turistično gostinska zbornica, Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije, Turistična zveza Slovenije, Višja strokovna šola za gostinstvo in turizem Maribor, Univerza na Primorskem, LAS Istre in Slovenski etnografski muzej.

- Podpora ekološkim lokalnim proizvodom in ponudbi ekoloških turističnih kmetij oziroma turističnih kmetij s ponudbo lokalnih živil,
 - Izpostavljanje slovenskih zaščitene kmetijskih pridelkov in živil, vin in žganih pijač, predvsem v povezavi z regionalnimi in lokalnimi znamkami.
- Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 - 2021 (MGRT, 2017), dostopno [TUKAJ](#),
 - Strategijo razvoja gastronomije Slovenije (STO - Univerza v Mariboru, 2006), dostopno [TUKAJ](#),
 - Knjigo kandidature Slovenija – Evropska gastronomska regija 2021 (STO, MGRT, 2018), dostopno [TUKAJ](#),
 - Program dela Slovenske turistične organizacije 2018 - 2019 (STO, 2017), dostopen [TUKAJ](#),
 - Izsledke spletne raziskave Identifikacija tržnega potenciala (STO - Valicon, december 2017), dostopne [TUKAJ](#),
 - Izsledke raziskave Segmentacija – identifikacija ciljnih skupin slovenskega turizma (STO - Valicon, junij 2016), dostopne [TUKAJ](#),
 - Obstoječe gastronomske strategije posameznih destinacij (npr. Osrednja Slovenija ...),
 - Druge domače in tuje raziskave in poročila s področja gastronomije, gastronomskega turizma in ciljnih skupin gastronomskih turistov.

2.2 Razvojni in trženjsko-promocijski cilji

Izhodišče

Slovenija se ponaša z bogato gastronomsko tradicijo, od leta 2006 ima sprejeto Strategijo razvoja gastronomije Slovenije. Gastronomija je trenutno eden izmed močnejših globalnih trendov, krepí se zanimanje za t.i gastronomski turizem. Turisti, ki obišejo Slovenijo, so z gastronomsko ponudbo večinoma zadovoljni, gastronomija kot taka pa je le redko glavni motiv prihoda v Slovenijo; izjema so gastronomski zanesenjaki, ki želijo izkusiti vrhunsko slovensko gastronomijo najbolj priznanih slovenskih kuharskih mojstvic in mojstrov.

Hrana in pijača sta neizogibni del vsakdana in sestavni del vsakodnevne turistične ponudbe. Točk dotika, kjer se gost sreča z gastronomsko ponudbo Slovenije je veliko, ocenjujemo, da najbolj zadovoljujočo izkušnjo doživi v restavracijah z vrhunsko gastronomijo ter na (ekoloških) turističnih kmetijah, medtem ko izkušnja s ponudbo v restavracijah z vsakodnevno prehrano močno variira in prepogosto ne dosega pričakovanj gosta (siromašna ponudba, premalo avtentičnih jedi, kakovost uporabljenih sestavin in pripravljene hrane,).

Slovenija je raznolika destinacija, tako v geografskem, kot tudi gastronomskem smislu (24 gastronomskih regij, 3 vinske dežele, več kot 300 značilnih jedi). Na evropskem prostoru za pozornost in prepoznavnost tekmuje z veliko večjimi in gastronomsko bolj prepoznanimi destinacijami (Italija, Francija, Madžarska,..). Raziskava Identifikacija tržnega potenciala (STO-Valicon, december 2017) je pokazala, da turisti iz ključnih evropskih trgov Slovenije ne prepoznavajo po njeni bogati gastronomski tradiciji, kar je v kontekstu tradicije in pozicije prej omenjenih držav razumljivo in pričakovano. Slovenija, v primerjavi s sosednjimi državami, na prehranskem področju nima

pomembnejših izvoznih produktov. Izjema so butična, mednarodno nagrajena vina, predstavljena na vinskih kartah najboljših svetovnih restavracij. Slovenski vinarji in nekateri vrhunski kuharski mojstri, so poleg STO kot nacionalne institucije zadolžene za promocijo Slovenije, najglasnejši ambasadorji slovenske gastronomske ponudbe v tujini, saj se aktivno udeležujejo mednarodnih vinskih tekmovanj, sejmov in gastronomskih prireditev.

Glede na odlične naravne danosti in potencial, ki obstaja na trgu, se mora Slovenija, pod tržno znamko Taste Slovenia, ustrezno konkurenčno pozicionirati in poiskati svojo tržno nišo na gastronomskem zemljevidu Evrope.

Dokument Akcijski načrt razvoja in trženja gastronomije Slovenije 2019 - 2023 mora podati odgovore kako doseči spodaj zapisane cilje.

Trženjsko - promocijski cilji:

- opredelitev pozicijske strategije slovenske gastronomije,
- opredelitev ključnih razlikovalnih prednosti slovenske gastronomije,
- identifikacija ključnih ciljnih skupin gastronomskega turizma, relevantnih za slovenski trg,
- ovrednotenje ciljnih skupin gastronomskega turizma glede na njihov vpliv na imidž in prihodke,
- opredelitev ključnih motivov prihoda v Slovenijo (trg, ciljna skupina, tip gastronomskega doživetja),
- identificirati ključna gastronomska doživetja Slovenije na nacionalni in makro-destinacijski ravni,
- spodbujanje dodane vrednosti v gastronomiji in razvoj 5-zvezdičnih doživetij,
- opredelitev gastronomskih doživetij, ki povečujejo turistični obisk izven glavne poletne sezone,
- revitalizacija znamke Gostilna Slovenije – izboljšati upravljanje znamke in povečati število članov,
- konkretna opredelitev in predlog razvoja distribucijsko – prodajnih kanalov za posamezen trg in ciljno skupino,
- priprava izhodišč za izdelavo 5-letnega načrta promocije slovenske gastronomije pod znamko Taste Slovenia (specificirano glede na ciljne trge, ciljne skupine, promocijske in prodajne kanale),
- krepitev vertikalne povezave do regijskih/lokalnih kulinarčnih znamk,
- vzpostavitev gastronomske diplomacije in podpora mednarodni prepoznavnosti slovenske gastronomije,
- definiranje ukrepov za podporo MSP-jem na področju gastronomije,
- povezati kmetijstvo, gastronomijo, in turizem in gastronomijo izkoristiti za okrepitev celostne podobe Slovenije ter kot pospeševalec lokalnega in regijskega razvoja.

2.3 Metodologija dela in dispozicija

V nadaljevanju so podane ključne usmeritve glede metodologije dela in priprave končnega dokumenta (dispozicija).

2.3.1. Metodologija dela

Naročnik dokumenta od ponudnika pričakuje, da v proces dela vključi ključne deležnike s področja gastronomije in gastronomskega turizma ter ključne predstavnike turističnega gospodarstva in lokalnih turističnih organizacij oziroma podobnih inštitucij ter strokovnjake s področja marketinškega pozicioniranja, digitalnega marketinga ter destinacijskega upravljanja. V ta namen bo naročnik oblikoval posebno delovno skupino, ki jo bo predstavil izbranemu ponudniku⁴.

Naročnik od ponudnika v kontekstu poznavanja ključnih gastronomskih trendov, trženjskih smernic in ciljnih skupin gastronomskih turistov pričakuje lastno raziskovalno delo (t.i. desk top research).

2.3.2. Dispozicija

Naročnik pričakuje zgoščen, pregleden in praktično naravnani dokument z visoko uporabno vrednostjo ter jasno izpostavljenimi ukrepi, vezanimi na posamezna vsebinska področja. Zato naročnik v nadaljevanju že sam predlaga okvirni koncept in strukturo dokumenta (naslovi poglavij so delovne narave).

Kazalo

poglavje	Struktura dokumenta
Uvodni povzetek	5 %
Temeljna izhodišča	20 %
Ključna strateška področja	50 %
Cilji in predstavitev ponudbe	15 %
Deležniki in metodologija dela	5 %
	100 %

Obseg dokumenta ne sme presegati 60.000 znakov s presledki.

UVODNI POVZETEK

Zgoščen povzetek celotnega dokumenta – predstavitev ključnih ugotovitev Akcijskega načrta za razvoj in trženje gastronomije 2019 – 2023.

TEMELJNA IZHODIŠČA

Predlagana struktura poglavja:

- 1) zgoščen pregled razvoja in trženja slovenske gastronomije v zadnjih 20-ih letih, izpostavitve ključnih mejnikov,
- 2) predstavitev/pregled trga gastronomskega turizma doma in v tujini (pomembnost za turistični sektor, glavni motivi, potrošnja, segmentacija, tipi gastronomskih doživetij, ...),
- 3) **SWOT analiza slovenske gastronomske ponudbe,**

⁴ Člani strokovne skupine bodo predstavniki ponudnikov – točk dotika s slovensko gastronomsko ponudbo, marketinški strokovnjaki s področja marketinškega pozicioniranja, destinacijskega marketinga, digitalnega trženja, prodajnih kanalov ter predstavniki lokalnih destinacijskih organizacij, izobraževalnih ustanov, MGRT, MGKP ter strokovnjaki s področja gastronomije.

- 4) opredelitev ključnih točk dotika s slovensko gastronomsko ponudbo (npr. turistične kmetije, restavracije, dogodki in festivali, hoteli, zdravilišča, vinske kleti, dogodki izhajajoči iz pojava delitvene ekonomije...) in njihove ciljne pozicije v pozicijski strategiji slovenske gastronomije,
- 5) **opredelitev ključnih ciljnih skupin slovenskega gastronomskega turizma,**
- 6) **pozicijska strategija slovenske gastronomije in navedba ključnih razlikovalnih prednosti.**

KLJUČNA STRATEŠKA PODROČJA

Med ključne strateške temelje razvoja in trženja gastronomije naročnik uvršča: 1) zakonodajno okolje, 2) standarde in sheme kakovosti, 3) izobraževanje kadrov, 4) turistično-gastronomska doživetja ter 4) trženje in promocijo.

Predlagana struktura poglavja:

- 1) opredelitev primernelega zakonodajnega okolja za razvoj in trženje gastronomije z navedbo ključnih ovir trenutne zakonodaje in predlogi ukrepov za odpravo le-teh.

Trenutna zakonodaja o gostinstvu je zelo omejujoča, kar vodi do preveč birokracije, nekonkurenčnosti sektorja in omejuje razvoj gastronomije. Izboljšati je potrebno administrativni okvir in poslovno okolje za mala turistična podjetja in turistične kmetije. Spodbuditi je treba razvoj specializiranih manjših butičnih družinskih hotelov, kot so: vinski (*wine spa*) hoteli, ki imajo potencial razvoja na Štajerskem, v Brdih in na Dolenjskem; gastronomski hoteli, ki se povezujejo z odkrivanjem lokalne gastronomije in kulturne dediščine ter imajo potencial razvoja v Ljubljani, na Krasu, Gornjem Posočju in Gorenjski, ter outdoor specializirani hoteli in druge outdoor znamenitosti za aktivne raziskovalce, ki imajo potencial razvoja v Alpski Sloveniji. Spodbuditi je treba preureditev vsaj petih slovenskih gradov ali dvorcev v butične hotele ali elitne restavracije z nadstandardno ponudbo (npr. Bizeljsko, Borl, Betnava, Podčetrtek, Rakičan, Socerb, Viltuš itd.).

- 2) pregled obstoječih standardov in shem kakovosti s predlogom razvoja in nadgradnje le-teh

Nabor standardov in shem kakovosti naj se nanaša na različna, za dokument relevantna tematska področja (npr. zdravje, ocenjevanje ponudnikov, zaščita porekla, kakovost živil, trajnost,...). Nabor standardov in shem kakovosti je potrebno smiselno sistematizirati in prioritizirati glede na ključne cilje in ciljne skupine slovenske gastronomije.

- 3) izobraževanje kadrov

Temeljno področje vsega kulinaričnega in gastronomskega prizadevanja v Sloveniji je izobraževanje, ki mu bo v prihodnje potrebno nameniti še več pozornosti. Navede se predlog ukrepov oz. iniciativ za dvig kakovosti izobrazbene ravni, za reševanje problema pomanjkanja kadrov, za neformalno izobraževanje po zaključenem procesu šolanja ter za promocijo poklicev v gostinstvu.

- 4) opredelitev ključnih turističnih gastronomskih doživetij Slovenije

Gre za opredelitev ključnih tipov doživetij. V primeru, da gre za nov, še neobstoječ tip doživetij, je potrebno navesti potrebne ukrepe za vzpostavitev le-teh. Ključna doživetja se opredelijo na

nacionalni in makro-destinacijski ravni, posebno pozornost se nameni umestitvi 5-zvezdičnih doživetij.

5) trženje in promocija

Opredelitev krovne trženjske zgodbe - pozicioniranje slovenske gastronomije; opredelitev ključnih trgov in predlog marketinškega spleta (7P) po trgih/ključnih doživetjih; konkretna navedba komunikacijskih, distribucijskih in prodajnih kanalov za vsak posamezen ciljni trg. Opredelitev trženja gastronomije kot samostojnega produkta in v povezavi z ostalimi strateškimi produkti slovenskega turizma (npr. zdravje in dobro počutje, kultura, poslovna srečanja in dogodki, kolesarjenje,...) .

6) tabelarni pregled strateških prioritete – povzetek v obliki matrike: strateški temelj/ukrepi/nosilec-izvajalec/rok izvedbe.

CILJI IN PREDSTAVITEV PONUDBE

Predlagana struktura poglavja:

- 1) navedba ključnih ciljev razvoja in trženja gastronomije na nacionalni ter makro-destinacijski ravni; opredelitev ključnih kazalnikov uspeha,
- 2) tabelarni pregled gastronomske ponudbe Slovenije ter gastronomske ponudbe za vsako izmed štirih makro destinacij (Mediterska, Panonska, Alpska, Ljubljana in Osrednja Slovenija). Gastronomska ponudba naj bo predstavljena na način, da so tako na nacionalni kot na makro destinacijski ravni predstavljeni: 1) ključne vrste gastronomskih doživetij, 2) seznam ključnih gastronomskih dogodkov (do 5), 3) tipične jedi, 4) tipični pridelki ter 5) seznam razvojnih priložnosti,
- 3) tabelarni pregled gastronomske ponudbe Slovenije za 365 dni turizma – predstavitev ponudbe glede na letne čase in glavne praznike.

DELEŽNIKI IN METODOLOGIJA DELA

V tem poglavju naj bo zajeta predstavitev uporabljenega modela (metodologija dela), ki omogoča realizacijo nacionalnih in destinacijskih gastronomskih ciljev ter implementacijo ključnih strateških temeljev v praksi. Predstavljeni naj bodo ključni deležniki z opredelitvijo njihovih vlog in nalog.

OBLIKA DOKUMENTA

Ponudnik pripravi besedilo po zgoraj opisanih poglavjih. Pri vsakem poglavju označi besedilo, za katerega predlaga, da se ga kasneje, v postopku grafičnega oblikovanja dokumenta, dodatno izpostavi. Izpostavljeno besedilo naj bo seznam priporočil oz. konkretnih ukrepov vezanih na posamezno področje.

Vsako poglavje naj bo zasnovano na način, da začetni del poglavja predstavlja zgoščen povzetek vsebine poglavja.

3. 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)	40
2	Celovitost in uporabnost vsebine projekta (dispozicije)	30
3	Učinkovitost in ciljna usmerjenost zastavljenih aktivnosti	20
4	Metodologija dela in dispozicija	10
	SKUPAJ	100

Merilo 1: Cena brez DDV (max. 40 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 40 točk, ostali ponudniki pa sorazmerno manj. Ponudniki bodo število točk pri tem merilu dobili po naslednji formuli:

T_{PC} – število doseženih točk posamezne ponudbe

T_{max} – število možnih točk

C_{Pmin} – cena najnižje ponudbe

C_P – cena posamezne ponudbe

$$T_{PC} = T_{max} \cdot \frac{C_{Pmin}}{C_P}$$

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 razvoja in trženja gastronomije. 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 razvojno - trženjski model. Ponudnik, ki bo zagotovil najbolj celovit, učinkovit in uporaben pristop, bo prejel največje število točk.

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 razvojno - trženjski model ter vsebuje dodano vrednost v obliki področij in vsebin, ki jih naročnik v dispoziciji dokumenta ni navedel 30 točk
- b) celovita in uporabna, ki pokriva vsa področja in vsebinske sklope ter v prakso 25 točk

- prenosljiv razvojno - trženjski model
- c) delna, ki pokriva vsa področja in vsebinske sklope, a prenosljivost v prakso ni jasno razvidna 10 točk
- d) 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 oziroma 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 strateško trženjskih načrtov. Ponudnik mora jasno nakazati način realizacije zastavljene naloge oziroma postopke dela, ki jih bo izvedel v podporo. Izvajalec mora pri opredelitvi metodologije dela upoštevati, da je potrebno v procesu priprave načrta za razvoj in trženje gastronomije vključiti ključne akterje s področja gastronomije in gastronomskega turizma v Sloveniji (strokovna skupina). Poleg strokovne skupine, ki jo bo sestavil naročnik, **to vključuje tudi organizacijo in izvedbo štirih delavnic na terenu** med ponudniki s področja gastronomije (ena delavnica v vsaki izmed štirih turističnih makro-destinacij). Pri zasnovi metodologije dela je potrebno upoštevati terminski načrt, ki je podrobneje predstavljen v točki 4.8 Časovnica dela.

Metodologija dela se točkuje po naslednjem ključu:

- a/ Ponudnik je zelo natančno navedel predvidene postopke ter metodologijo, ki ji bo sledil pri svojem delu, poleg tega le-ta v celoti vodi k uresničevanju ciljev 10 točk
- b/ Ponudnik je natančno navedel predvidene postopke ter metodologijo, ki ji bo sledil pri svojem delu, a ni jasno, da le-ta v celoti vodi k uresničevanju ciljev 5 točk
- c/ Ponudnik ni niti natančno navedel predvidenih postopkov in aktivnosti, niti ni jasno, da le-ti v celoti vodijo k uresničevanju ciljev 0 točk

Posamezna merila so ovrednotena v točkah. Seštevek vseh meril je 100 točk.

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.

4. NAVODILO NAROČNIKA

4.1 Oddaja ponudbe

Ponudbe morajo prispeti k naročniku na elektronski naslov barbara.zmrzlikar@slovenia.info, do **6. 7. 2018 do 12.00 ure**, z zadevo sporočila »**Akcijski načrt razvoja in trženja gastronomije Slovenije 2019 - 2023**«

4.2 Dodatne informacije

Ponudnik lahko pisno zahteva dodatne informacije, ki jih naslovi na elektronski naslov: barbara.zmrzlikar@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:

- a) 1 vodja projekta, ki izpolnjuje naslednji pogoj:
 - najmanj 10 let delovnih izkušenj na področju priprave strateško trženjskih načrtov (priložiti: Europass življenjepis),
- b) vsaj 1 oseba kot strokovnjak s področja slovenske gastronomije, ki izpolnjuje naslednji pogoj:
 - preteklo raziskovalno delo na področju gastronomije (vsaj 3 raziskovalni projekti) in izobrazba ustrezne smeri (priložiti: Europass življenjepis),
- c) vsaj 1 oseba kot strokovnjak s področja marketinga in prodaje
 - preteklo projektno delo na področju marketinškega pozicioniranja, digitalnega marketinga in prodaje ter izobrazba ustrezne smeri (priložiti: Europass življenjepis).

Izpolnjevanje zgornjih pogojev lahko naročnik kadarkoli preveri.

4.5 Ocenjevanje ponudb

Ponudbe bo ocenila komisija, sestavljena iz predstavnikov Slovenske turistične organizacije, 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 13.000 EUR (brez DDV)**. Ponudbe, ki bodo višje od te vrednosti, bodo kot nedopustne 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 naročila (ob predpostavki podpisa pogodbe najkasneje do 20. 7. 2018):

1. **faza:** Izdelava natančne metodologije dela ter vsebinskega in terminskega načrta aktivnosti, opredelitev strateških ciljev in vizije (v roku 6 tednov od dneva podpisa pogodbe, to je **do 31. 8. 2018**),

2. **faza:** Izdelava osnutka pozicioniranja gastronomskega turizma in trženjskega načrta (v roku 10 tednov od dneva podpisa pogodbe, to je do **28. 9. 2018**),
3. **faza:** Izdelava osnutka končnega dokumenta Akcijski načrt razvoja in trženja gastronomije Slovenije 2019 - 2023 (v roku 14 tednov od dneva podpisa pogodbe, to je do **26. 10. 2018**).

Izdelava končnega dokumenta, končnega poročila in izvlečka načrta do 15. 11. 2018.

Izvajalec mora ob koncu vsake faze naročniku predložiti vmesno poročilo, ob zaključku pa končno poročilo. 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 ter štiri delavnice na terenu.

Obseg dokumenta ne sme presegati 60.000 znakov s presledki. 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

Naročnik mora do določenega roka prejeti ponudbo, ki vsebuje 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 – strokovnjaka s področja gastronomije
9. Europass življenjepis osebe – strokovnjaka s področja marketinga in prodaje

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

Vsi obrazci morajo biti ustrezno izpolnjeni ter skenirani posredovani naročniku.

PRILOGE K POVABILU

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 na področju strateškega 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 pooblaščne osebe ponudnika)

Obrazec 2 SEZNAM SODELUJOČIH NA PROJEKTU – OSTALI SODELUJOČI ČLANI PROJEKTNE SKUPINE

Sestava projektne skupine	1. (strokovnjak s področja gastronomije)	2. (oseba s področja marketinga in prodaje)	3. (oseba s področja ...)	4. (oseba s področja ...)	5. (oseba s področja ...)
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 pooblaščenice osebe ponudnika)

Obrazec 3 REFERENCE VODJE PROJEKTA

Navedite vsaj 1 referenco vodje projekta s področja priprave in izdelave strateških trženjskih načrtov s katerimi vodja projekta izkazuje kvalificiranost za izdelavo Akcijskega načrta razvoja in trženja gastronomije Slovenije 2019 – 2023.

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

Kraj in datum:

Žig in podpis ponudnika:

(podpis pooblaščenice osebe ponudnika)

Ponudnik: _____

V skladu z navodili za pripravo ponudbe smo pripravljene realizirati razpisani projekt Akcijski načrt razvoja in trženja gastronomije Slovenije 2019–2023.

Ponudbena cena za izvedbo storitve je:

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 pooblaščenice osebe ponudnika)

*Vstavite lahko dodaten list.

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 pooblaščenice osebe ponudnika)

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

Ponudnik izjavlja, da:

- sem registriran pri pristojnem organu države,
- imam ustrezno dovoljenje upravnega organa, v kolikor je tako dovoljenje potrebno za opravljanje dejavnosti,
- 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 in 14/18),
- proti meni ni uveden postopek prisilne poravnave, stečajni ali likvidacijski postopek,
- na podlagi sodne ali druge odločbe nisem prenehal poslovati,
- imam poravnane vse davke in prispevke,
- sem finančno in poslovno sposoben za opravljanje dejavnosti, ki je predmet javnega naročila,
- 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.

Potrdujemo, 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 pooblaščenice osebe ponudnika)