



***SMERNICE ZA IZVEDBO KONKURENČNEGA  
POSTOPKA IZBORA IZVAJALCA***

**izbranih enostavnih programov pri ukrepu  
Informiranje o kmetijskih proizvodih in  
njihova promocija na notranjem trgu EU  
in v tretjih državah**

Agencija za kmetijske trge in razvoj podeželja (v nadaljevanju: Agencija) v skladu s 3. členom nacionalne Uredbe<sup>1</sup> pregleda **postopek izbora izvajalca izbranih enostavnih programov** za sofinanciranje.

Republika Slovenija (država članica oz. Agencija v njenem imenu) bo sklenila pogodbo za izvajanje programa z izbrano organizacijo predlagateljico pod pogojem, da so bili izvajalski organi iz 13. člena Uredbe 1144/2014<sup>2</sup> izbrani v skladu s postopkom iz 2. člena Delegirane uredbe Komisije (EU) št. 2015/1829<sup>3</sup>. Agencija je dolžna pred sklenitvijo pogodbe preveriti postopek izbora izvajalca, kot to določa 18. člen Izvedbene Uredbe Komisije (EU) 2015/1831<sup>4</sup>, v skladu z zgoraj navedenimi pravnimi podlagami in v skladu z Navodili za natečajni postopek, ki jih je izdala Evropska komisija dne 7. 7. 2016 z oznako DDG1.B5/MJ/db D(2016)3210777.

Kadar ima predlagateljica že sklenjeno okvirno pogodbo z izvajalcem, se ta pogodba uporablja le, če je bil izvajalec izbran ob upoštevanju kriterijev najugodnejše ponudbe in ne samo cene ali stroškov in če ni bilo izkazanega navzkrižja interesov. V tem primeru mora organizacija predlagateljica predložiti sklenjeno okvirno pogodbo in dodatno utemeljiti obstoj navedenih pogojev.

Organizacije predlagateljice, katerih programi so bili predlagani za sofinanciranje enostavnih programov, morajo opraviti postopek izbora izvajalca v obliki **konkurenčnega postopka**. Agencija pregleda in preveri ustreznost postopka izbora izvajalca:

- kadar je organizacija predlagateljica oseba, ki **mora pri oddaji svojih naročil upoštevati pravila javnega naročanja**, mora postopek izbora izvajalca potekati skladno s pravili, ki urejajo javno naročanje in Agencija pri preverjanju preveri, ali so bila upoštevana pravila javnega naročanja v skladu z Zakonom o javnem naročanju, (ZJN – 3, Uradni list RS, št. 91/15);
- če organizaciji predlagateljici pri oddaji njenih naročil **ni treba upoštevati pravil javnega naročanja**, Agencija preveri, ali so bila upoštevana temeljna načela javnega naročanja. Postopek preveritve in navodila za izvedbo konkurenčnega postopka z objavo ponudbe je opisan s podanimi smernicami v nadaljevanju tega dokumenta.

Pri pripravi povabila k oddaji ponudbe je pomembno, da je/so:

- **objavljeno in posredovano ponudnikom** - za primeren način objave povabila k oddaji ponudbe se štejejo objave v medijih, ki so dostopni širši javnosti (npr. radio, časopis, revija, spletna stran) in npr. posredovanje povabila vsaj trem ponudnikom;
- dolžina roka za oddajo ponudbe najmanj **15 dni od** objave ali posredovanja povabila k oddaji ponudbe;

---

<sup>1</sup> UREDBA o izvajanju uredb (EU) o ukrepu informiranja in promocije kmetijskih proizvodov (Uradni list RS št. 1/2017 z dne 6.1.2017) str. 151.

<sup>2</sup> UREDBA (EU) št. 1144/2014 EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA z dne 22. oktobra 2014 o ukrepih za informiranje o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo, ki se izvajajo na notranjem trgu in v tretjih državah, ter o razveljavitvi Uredbe Sveta (ES) št. 3/2008, UL L št. 317, z dne 4.11.2014, str. 56.

<sup>3</sup> DELEGIRANA UREDBA KOMISIJE (EU) št. 2015/1829 z dne 23. aprila 2015 o dopolnitvi Uredbe (EU) št. 1144/2014 Evropskega parlamenta in Sveta o ukrepih za informiranje o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo, ki se izvajajo na notranjem trgu in v tretjih državah, UL L št. 266, z dne 13.10.2015, str. 14.

<sup>4</sup> IZVEDBENA UREDBA KOMISIJE (EU) št. 2015/1831 z dne 7. oktobra 2015 o pravilih za uporabo Uredbe (EU) št. 1144/2014 Evropskega parlamenta in Sveta o ukrepih za informiranje o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo, ki se izvajajo na notranjem trgu in v tretjih državah UL L št. 266, z dne 13.10.2015, str. 14.

- **izključeno morebitno nasprotje interesov** – ob izboru so upoštevani oz. sprejeti ukrepi, s katerimi se je **preprečilo vsakršno navzkrižje interesov** in da je bilo nepristransko in objektivno izvajanje programa ogroženo zaradi gospodarskih interesov, političnih ali nacionalnih interesov, družinskih ali čustvenih vezi ali drugih skupnih interesov oz. navzkrižja interesov (npr. priložena izjava, izpisi iz evidenc AJPES, BIZI....);
  
- **jasno vnaprej opredeljena objektivna in nediskriminaturna merila in pogoji za izbor izvajalca. Povabilo k oddaji ponudbe mora smiselno vključevati merila za izključitev, izbor in dodelitev:**
  1. **merila za izključitev** – povabilo mora vsebovati merila, po katerih so ponudniki izključeni iz sodelovanja (npr. izpis AJPES bonitetne ocene, da ni pri izvajalcu začet postopek ali podan predlog prisilne poravnave, stečaja, prenehanja poslovanja, sodne likvidacije ali je npr. predloženo dokazilo o poravnanih davkih in drugih obveznih dajatvah ali da npr. izvajalec ni uvrščen v evidenco gospodarskih subjektov z negativnimi referencami,...);
  
  2. **merila in pogoji za izbor** – morajo zagotoviti:
    - **strokovno usposobljenost izvajalca za izvedbo storitve** (zagotovljena mora biti potrebna kadrovska struktura, npr. po izobrazbeni in strokovni kvalifikaciji oseb – priložena morajo biti dokazila o zaposlenih, usposobljenosti, predvsem za tiste, ki bodo delali na ukrepu...);
    - **finančno sposobnost izvajalca za izvedbo storitve** - preverjeni morajo biti kazalniki finančne sposobnosti kot npr. bonitetna ocena iz AJPESA (npr. za dobro bonitetno oceno štejejo ocene od SB1 do vključno SB4), npr. izvajalec mora biti ustanovljen vsaj eno leto pred potrditvijo programa, ali da iz poslovnih izkazov ne izhajajo znaki insolventnosti (predložena morajo biti ustrezna dokazila, potrdila, izpisi,...);
  
  3. **merila za dodelitev in izbor** – morajo vključevati najmanj:
    - **način ocenjevanja kakovosti predlaganih storitev v programu,**
    - **ceno programa;**
    - **način ocenjevanja ustreznosti predlagane medijske strategije programa.**

**Organizacija predlagateljica mora odločitev o izboru posameznega izvajalca utemeljiti.** V postopku izbora izvajalcev mora sodelovati veččlanska komisija, ki pregleda ponudbe glede na vnaprej sprejeta merila za izbor izvajalca. Organizacija predlagateljica mora ponudnike pisno obvestiti in svojo odločitev o izboru pisno obrazložiti. Za pisno obliko se šteje tudi elektronska oblika po e-pošti, poslana na e-naslov, ki ga je kandidat predložil v svoji ponudbi.

### PRIMER OCENJEVANJA PONUDBE:

Točkovanje meril naj bi bilo opredeljeno tako, da si lahko vsak ponudnik vnaprej izračuna možno število prejetih točk. V nadaljevanju je naveden primer sistema ocenjevanja, po katerem se lahko smiselno povzame točkovanje in/ali določi merila.

**Priporočča se podrobnejša razčlenitev po posameznih kriterijih** za lažji in transparentnejši izbor končnega ponudnika.

Naročnik bo najugodnejšo ponudbo izbral na podlagi »**ekonomsko najugodnejše ponudbe**« z uporabo naslednjih meril:

1. **kakovost predlaganih storitev v programu (določi se % delež ocene)**
2. **cena programa ( določi se % delež ocene)**
3. **ustreznost predlagane medijske strategije programa ( določi se % delež ocene).**

Ad 1) Z merilom »**kakovost predlaganih storitev v programu**« lahko ponudnik pridobi npr. **največ 40 točk** od skupaj 100 točk:

- podana je celovita analiza tržišča, na katerem se izvaja program (opis ciljnih trgov, ozaveščenost potrošnikov, ipd.);
- jasno in podrobno opisane aktivnosti programa;
- skladnost med predvidenimi stroški in vsebino programa;
- reference izvajalca.

**Točkovanje:** Vsak od zgoraj navedenih kriterijev se ocenjuje s točkami 10 (odlično), 5 (povprečno) ali 0 (slabo).

Ad 2) Z merilom »**cena programa**« lahko ponudnik pridobi npr. največ 30 točk od skupaj 100 točk. Ponudbena cena bo ocenjevana kot relativno razmerje med najnižjo ponujeno ceno in dejansko ceno ponudnika na podlagi formule:

$$T = M\dot{s}T \times \frac{Cm}{C}$$

MšT ....maksimalno število točk (30 točk)

Cm ..... najnižja ponujena cena

C ..... cena posameznega ponudnika

T ..... število točk.

Ad 3) Z merilom »**ustreznost predlagane strategije programa**« lahko ponudnik pridobi največ 30 točk od skupaj 100 točk, od tega z ustreznim naborom in taktiko največ 10 točk, manifestacija ideje 10 točk, razdelitev in zakup 10 točk.

Primeri za določitev kriterijev:

- A. ustrezen nabor komunikacijskih kanalov/orodij ter ustreznost taktika in konsistentnost komuniciranja
- B. ustreznost manifestacije ideje kampanje skozi posamezne komunikacijske kanale
- C. razdelitev in zakup medijskega prostora

**Točkovanje:** Vsak od zgoraj navedenih kriterijev se ocenjuje s točkami 10 (odlično), 5 (povprečno) ali 0 (slabo).

Pripravila: Milena Burgar, ARSKTRP

Pregledala: Romina Gabor, MKGP

Odobrili: Tanja Mesarič, Vodja oddelka OIU

Dijana Pirc, Vodja SKT

## **1. KONTAKTI**

- (01) 580 77 92 – informacijska pisarna Agencije
- [aktrp@gov.si](mailto:aktrp@gov.si) – elektronski naslov informacijske pisarne Agencije
- [promocija.aktrp@gov.si](mailto:promocija.aktrp@gov.si) : za kakršnakoli vprašanja ali sporočila v zvezi s promocijo in informiranjem o kmetijskih proizvodih

## **2. UPORABNE SPLETNE STRANI O PROMOCIJI IN INFORMIRANJU**

- [http://ec.europa.eu/agriculture/promotion\\_en](http://ec.europa.eu/agriculture/promotion_en) spletna stran Evropske komisije za ukrep Promocije o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo na notranjem trgu in v tretjih državah
- <http://ec.europa.eu/chafea/agri/> spletna stran CHAFEA – Agencije za izvajanje ukrepa Promocije o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo na notranjem trgu in v tretjih državah (tudi za prijavo vseh programov in za izvajanje multi programov)

\* \* \*