



Broj: 01-426/24-5905/7

30. decembar 2024. godine

Na osnovu člana 95 Zakona o javnim nabavkama, postupajući po zahtjevu zainteresovanih lica za pojašnjenje tenderske dokumentacije broj 19/2024 (01-426/24-5905/5) od 17.12.2024. godine za nabavku Usluge snimanja, promocije i distribucije promotivnih video materijala za projekte iz oblasti digitalizacije, digitalne transformacije i sajber bezbjednosti, šifra postupka (#83809), Komisija za sprovođenje postupka javne nabavke objavljuje sljedeće:

### POJAŠNJENJE BR 1

**Pitanje:** 1. Poštovani, Obraćam Vam se molbom za pojašnjenje sledećih stavki: U stavci broj 1 Snimanje promotivnog spota navodite da je ponuđač u obavezi da posjeduje profesionalne kamere sa 6K rezolucijom i da se sa istom snimi promotivni spot visoke rezolucije (6K ili više). Pitanje: Zašto je potrebno snimanje spota u 6k ili višoj rezoluciji, ako dobro znamo da se u Crnoj Gori i širem regionu najčešće koristi 4K rezolucija koja itekako zadovoljava sve potrebne tehničke performanse. Iz samog tendera se jasno vidi da su navedeni video spotovi namijenjeni emitovanju na televizijama i na društvenim mrežama. Želim na naglasim da nijedan medij u Crnoj Gori, bez obzira što se visokoprodukcijski spotovi uglavnom snimaju u 4K rezoluciji, ne emituje u 4K rezoluciji, već ga moraju smanjiti na HD rezoluciju odnosno u HD formatu 1920x1080. Takođe i za potrebe društvenih mreža veličina videa je presudna za emitovanje, što znači da video u 6K rezoluciji, je nemoguće pustiti na bilo kojoj platformi, već se rezolucija navedenog video materijala mora smanjivati. Dakle, shodno gore navedenom, pitanje glasi da li je moguće snimanje spota u 4K rezoluciji? Nadalje, u stavci broj 1 se navodi da je neophodan zakup studija od najmanje 250m2 za snimanje. Pitanje: Kako u tenderu nije dat scenario a radi kreiranja ponude potrebno bi nam bilo da znamo sljedeće: 1. Za koje potrebe bi bio korišten studio? 2. Koliko dana bi se studio koristio? 3. Da li u kalkulaciju treba uključiti pravljenje scenografije? Hvala.

**Odgovor 1:** U nastavku Vam dostavljamo odgovore na postavljena pitanja:

**Zahtjevi za rezoluciju (6K ili više):**

Zahtjev za rezolucijom 6K proističe iz šire namjene projekta. Iako je tačno da mnoge medijske platforme u Crnoj Gori i regionu trenutno koriste 4K ili niže rezolucije, video materijali koji će biti proizvedeni u okviru ovog projekta nijesu namijenjeni isključivo domaćem tržištu. Oni će se koristiti i za međunarodne IT konferencije, sajmove i prezentacije, zbog čega je odabrana viša rezolucija.

**Ključni razlozi za specifikaciju rezolucije od 6K uključuju:**

- **Fleksibilnost u postprodukciji:** Snimci u 6K rezoluciji omogućavaju prekadriranje i krojenje tokom montaže uz minimalan gubitak kvaliteta, što osigurava veću kreativnu i tehničku slobodu.
- **Prilagođavanje raznim standardima:** Viša rezolucija podržava različite proporcije slike (npr. 16:9, 9:16, 2:1), što je ključno za prilagođavanje sadržaja različitim platformama i standardima prikaza.

• Korišćenje frejmova: Pojedinačni frejmovi iz video materijala u 6K rezoluciji mogu se koristiti kao visokokvalitetne fotografije za grafički dizajn i promotivne materijale.

Imajući u vidu ove prednosti, smatramo da je navedena rezolucija neophodna za efikasno ispunjenje ciljeva projekta.

Zahtjevi za zakup studija:

U vezi sa zahtjevima za zakup studija, razumijemo potrebu za dodatnim detaljima kako bismo Vam olakšali procjenu troškova. U nastavku su pojašnjenja:

• Namjena studija - studio će se koristiti za snimanje scena koje zahtijevaju kontrolisano osvjetljenje i akustiku, kao i potencijalnu izradu prilagođenih setova ili pozadina koje nije moguće realizovati na otvorenom ili u prirodnim ambijentima.

• Trajanje korišćenja - procijenjeno trajanje korišćenja studija zavisi od konačnog scenarija i plana snimanja, te se iz navedenih razloga u ovom trenutku ne može bliže odrediti.

• Scenografija - potrebno je uključiti scenografiju u kalkulaciju, jer će biti neophodno kreirati prilagođene setove kako bi se zadovoljili kreativni i tematski zahtjevi promotivnih spotova.

**Pitanje: 2.** Poštovani, Imamo nekoliko detalja iz tenderske dokumentacije koje je potrebno pojasniti: 1. Na osnovu čega je procenjeno da je za snimanje potreban studio od 250 metara kvadratnih, ako se navodi da koncept i osmišljavanje scenarija videa predlaže Ponuđač? Isto važi i za angažovanje statista. 2. Šta određuje odnos raspoređenog budžeta za digitalni marketing, zakup TV prostora i produkciju? Postoji veliki prostor da Ponuđači proizvoljno odrede da se npr. svaki od spotova prikazuje na jednom televizijskom kanalu samo jednom. Da li ima ikakvih odrednica kada je zakup medijskog prostora u pitanju? Srdačan pozdrav

**Odgovor 2:** Potreba za studijom od 250 metara kvadratnih: Studio ove veličine predviđen je kako bi se osiguralo dovoljno prostora za različite produkcijske zahtjeve, uključujući postavljanje scenografije, upotrebu specijalne rasvjete, kretanje kamermana i opreme, kao i angažovanje statista. Odluka o ovoj veličini studija zasniva se na iskustvima iz sličnih projekata, gde je ovakva površina bila adekvatna za postizanje željenog nivoa produkcije. Trenutno scenario za videoe još uvijek nije definisan, što ostavlja prostor za dodatnu fleksibilnost u realizaciji.

Određivanje odnosa budžeta za digitalni marketing, zakup TV prostora i produkciju: Tenderska dokumentacija ostavlja određeni prostor Ponuđaču da prilagodi alokaciju budžeta u skladu sa svojim stručnim procjenama.

Kada je riječ o zakupu medijskog prostora i boostovanju na društvenim mrežama, isti će se realizovati u skladu sa kampanjom koja još nije definisana. Od Ponuđača se očekuje da predloži optimalne strategije za prikazivanje promotivnih spotova, uključujući: broj prikazivanja na različitim televizijskim kanalima, pokrivenost ciljne publike, kao i kombinaciju emitovanja na lokalnim i nacionalnim kanalima, uz jasno obrazloženje izbora.

Namjera je da se osigura maksimalni efekat promocije kroz uravnoteženo ulaganje u produkciju i distribuciju sadržaja.

Komisija za sprovođenje postupka javne nabavke:

Jelena Perović, predsjednica komisije za sprovođenje postupka javne nabavke



Julija Vulikić, članica komisije za sprovođenje postupka javne nabavke

Julija Vulikić

Dijana Džaković, članica komisije za sprovođenje postupka javne nabavke

Dijana Džaković

**Odobrio, lice koje je učestvovalo u planiranju javne nabavke:**

Dušan Polović, generalni direktor Direktorata za infrastrukturu, informacionu  
bezbjednost, digitalizaciju i e-servise

Dušan Polović

