

VPRAŠANJA IN ODGOVORI NA JAVNI RAZPIS

»Za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij Slovenije v letu 2020«

Št. 8 (26.2.2020) – dopolnjeno 2.3.2020

1. Vprašanje:

V okviru razpisa bomo prijavi tudi študijska potovanja za tuje novinarje in medijski zakup v tujih tiskanih medijih, ki jih izvajamo v sodelovanju s PR agencijama v Italiji za italijanski trg in v Nemčiji za avstrijski in nemški trg. Z agencijami imamo sklenjeno celoletno mesečno pavšalno pogodbo. Ali lahko v okviru teh stroškov vključimo pavšalni mesečni znesek za celo leto 2020 kot strošek agencije za privabljanje medijev, ali morajo biti stroški ločeni za vsako študijsko potovanje/medijski zakup?

ODGOVOR:

V kolikor prijavitelj v projektu prijavlja aktivnosti sodelovanja s predstavniki medijev/vplivneži morajo upravičeni stroški zunanjih agencij nastati skladno z določili podtočk 5. oz. 6, točke I. 11.1 Upravičeni stroški in v obdobju upravičenosti le-teh, od 1.1. do vključno 15.11.2020. V kolikor gre za kontinuirano sodelovanje z agencijo za namen in v obsegu kot opredeljeno v prejšnjem stavku in katerih stroški so opredeljeni kot pavšal, se šteje kot upravičen strošek celoten strošek.

2. Vprašanje:

Ali je potrebno k poročilu priložiti tudi tri ponudbe, če nismo zavezani k ZJN, ali je dovolj račun brez ponudb?

ODGOVOR:

Delni odgovor je podan pri vprašanju Št. 20, pri sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 2 – Informativni dan (14.2.2020).

V Zahtevku za izplačilo upravičenci ne prilagajo ponudb, pridobljenih ob izvedbi raziskave trga za namen pridobitve ekonomsko najugodnejše ponudbe.

3. Vprašanje:

Portorož/Piran bi skupaj z ostalimi obalnimi vodilnimi destinacijami Izola, Koper, Ankaran želeli prijaviti tudi regijski projekt Dvig imidža destinacije Istra (slovenska Istra) in prepoznavnosti blagovne znamke Love Istria na tujih trgih v letu 2020. Portorož/Piran bi se prijavil kot koordinator projekta. V okviru projekta se izvajajo celoletne promocijske aktivnosti na tujih trgih (digitalnih in tiskanih medijih, sejmi, brošure). Ali lahko Portorož/Piran uveljavlja le del stroškov iz tega projekta kot je Facebook in Instagram oglaševanje na tujih trgih?

ODGOVOR:

Vsak prijavitelj v sklopu skupnega regijskega projekta uveljavlja tisti del stroškov, ki jih bo v tem projektu tudi izvedel. Stroški se lahko razdelijo na različne načine. Podajamo nekaj možnih primerov: npr. da vsi vključeni prijavitelji prijavite vse aktivnosti in vsak uveljavlja le določen delež teh, ali pa npr. si razdelite izvedbo aktivnosti po posameznih vrstah aktivnosti in vsak uveljavlja stroške le za tisto vrsto aktivnosti, ki jo bo dejansko izvedel. Prijavitelji morajo v Obrazcu št. 3 Podatki o projektu jasno zapisati kaj bodo izvajali, katere stroške uveljavljajo in v kolikšnem deležu.

4. Vprašanje:

Kaj točno je mišljeno pod »koda« ?

Je morda mišljeno konto »Razpis...«.

Prosim za kodo, ki bo za razpis:

- 1. bomo za potrebe tega projekta vodili ločeno računovodstvo pod ustrezno računovodsko kodo:**

- 2. za vse transakcije v zvezi s tem projektom;**

ODGOVOR:

Prijavitelj zapiše ustrezno označbo ali številko ali drug zapis na podlagi katerega bo v svojih računovodskih saldakontih beležil vse terjatve in obveznosti iz naslova projekta sofinanciranega na podlagi tega javnega razpisa, pod ločeno računovodsko evidenco. Zapis t.i. računovodske kode se med različnimi poslovnimi subjekti razlikuje in je odvisna od vsakega posamičnega, lastnega knjigovodskega sistema prijavitelja.

5. Vprašanje:

Upravičeni stroški veljajo zgolj za promocijo nosilnih produktov, ne pa tudi sekundarnih/podpornih produktov po makro destinacijah?

ODGOVOR:

Črta se prvotni odgovor: Tako je.

Odgovor se dopolni z dne 2.3.2020: Upravičeni stroški v točki v točki I. 11. 1 Upravičeni stroški, javnega razpisa veljajo za vse produkte.

6. Vprašanje:

Na obrazcu: IZJAVA O PODPORI PREDSTAVNIKOV SLOVENSKEGA TURISTIČNEGA GOSPODARSTVA je zapisano, naj za podatek o številu ležišč v destinaciji vzamemo »vir: SURS, podatki za leto 2018:

[https://pxweb.stat.si/SiStatDb/pxweb/si/REPOZITORIJ_SLO/REPOZITORIJ_SLO/2164504 S.px/](https://pxweb.stat.si/SiStatDb/pxweb/si/REPOZITORIJ_SLO/REPOZITORIJ_SLO/2164504_S.px/)«. Na povezavi pa so najnovejši podatki za leto 2017 in ne 2018. Bo v redu, če vzamemo leto 2017 za število ležišč?

ODGOVOR:

Prijavitelj vpiše v Obrazec št. 4 IZJAVA O PODPORI PREDSTAVNIKOV SLOVENSKEGA TURISTIČNEGA GOSPODARSTVA, zadnje dostopne podatke. V tem primeru so to podatki iz leta 2017.

7. Vprašanje:

Nosilni produkti na destinaciji Kamnik se razlikujejo od nosilnih produktov makroregije Ljubljana in Osrednja Slovenija.

Kamnik je v tem primeru specifična destinacija znotraj MR, saj kot nosilne produkte izpostavimo Outdoor, Počitnice v gorah, delno tudi Zdravje & Dobro počutje (wellness, kneipp).

Ali je izpostavitvev teh produktov (Outdoor, Počitnice v gorah, delno tudi Zdravje & Dobro počutje) pri digitalnem oglaševanju (temu namreč v celostnem načrtu promocije sledimo že zadnja 3 leta in je skladno z našo strategijo) ustrezna, čeprav ni v skladu z nosilnimi produkti, ki jih predvideva makroregija Ljubljana in Osrednja Slovenija, katere del je VD Kamnik? Ali vseeno lahko dobimo točke za merilo: Skladnost s Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju Št. 4, pri sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 5 (21.2.2020).

8. Vprašanje:

Gre za promocijo destinacije na tujih trgih. Naš namen je preko digitalne promocije nagovoriti tujce, ki so ŽE v Sloveniji, da pridejo tudi Kamnik, saj se VD nahaja v neposredni bližini Ljubljane.

Kako se obravnava targetiranje »tujcev, ki so že v Sloveniji«? Ali to lahko štejemo kot »tuj trg«?

ODGOVOR:

Skladno s poglavjem II. DEFINICIJE IN POJASNILA POJMOV, točke II.1 Lokacija izvajanja javnega razpisa, se izvedbene aktivnosti upravičencev, izvajajo lahko na slovenskem in/ ali tujem trgu, vendar ob pogoju in s ciljem splošne promocije vodilnih destinacij Slovenije, na tujih trgih.