

VPRAŠANJA IN ODGOVORI NA JAVNI RAZPIS

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

Št. 9 (3.3.2020)

1. Vprašanje:

V zvezi z prijavo na JR nas zanima v kakšnem deležu je pri merilu: **Skladnost s Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2020** potrebno za doseg desetih točk nagovarjati tri nosilne produkte? Oziroma koliko je lahko aktivnosti usmerjenih tudi v ostale produkte?

ODGOVOR:

Prijavitelj mora skladno z merilom 5.: Skladnost s Strategijo trajnostne rasti slovenskega turizma 2017 – 2021, za doseg 10 točk izpolniti Obrazec št. 3: Podatki o projektu in Obrazec št. 3.1: Celovit načrt promocije, kjer opredeli v katerem časovnem obdobju in kako bo izvajal aktivnosti promocije nosilnih produktov makro destinacije v kateri se nahaja vodilna destinacija skladno z opredelitvami iz točke II.2 Organiziranost slovenskega turizma tega javnega razpisa, na način, da so vključene promocijske aktivnosti treh nosilnih produktov, opredeljenih v posamezni makro destinaciji vodilne destinacije prijavitelja.

2. Vprašanje:

Zanima nas, ali smo upravičeni do stroškov koordinacije v okviru povezovanja vodilnih destinacij znotraj makro destinacije, v kolikor sta v promocijske aktivnosti vključeni dve destinaciji? Zanima nas predvsem v kontekstu besedila javnega razpisa na str. 13.

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju Št. 5, pri sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 2 – Informativni dan (14.2.2020).

3. Vprašanje:

Ali lahko kot merljiv rezultat marketinških ciljev (KPI) pri prijavi na razpis uveljavljamo oz. merimo tudi število klikov na gumb »rezerviraj« na naši spletni strani, glede na to, da je naš cilj sledenje potrošnikovemu ciklu?

ODGOVOR:

Skladno s točko I. 10 Shema financiranja, se aktivnosti sofinancirane v okviru tega javnega razpisa ne štejejo za državno pomoč oz. pomoč po pravilu »de minimis«. Pri čemer mora prijavitelj spoštovati naslednja določila:

- da izvaja dejavnost, ki je namenjena nevtralnemu zagotavljanju informacij o lokalni nastanitvi, **ne pa oglaševanju nekaterih določenih nastanitev ali zgolj nekaterih ponudnikov oz. komercialnih izdelkov, ki konkurirajo na trgu in so običajno**

gospodarske narave, kot so prodaja vstopnic, infrastruktura za rezervacije, prodaja turistične literature ali spominkov, prodaja počitniških namestitev in oglaševanje;

- da izvaja dejavnost v okviru zagotavljanja splošnih informacij in v okviru funkcije splošnega obveščanja javnosti, ki ne smejo vsebovati oglaševalskih površin ali funkcij rezervacije, ki se običajno uvrščajo med gospodarske dejavnosti po naravi dejavnosti;
- da, v kolikor opravlja gospodarske in negospodarske dejavnosti, da se javno financiranje, zagotovljeno za negospodarske dejavnosti, ne more uporabljati za navzkrižno subvencioniranje gospodarskih dejavnosti, kar prijavitelj oz. upravičenec zagotavlja z ločeno knjigovodsko evidenco.

Zato gumb »rezerviraj«- v kolikor je povezan s konkretno cenovno ponudbo, kot navedeno zgoraj, ni ustrezen merljiv rezultat marketinških ciljev (KPI) po tem javnem razpisu.

4. Vprašanje:

V sklopu kreativ bi v naši promociji, ki jo prijavljamo na razpis, uporabili tudi video, ki je bil lani sofinanciran iz sredstev razpisa MGRT. Seveda stroškov produkcije ne bi uveljavljali, zanima pa nas ali ga v kreativih, vezani na medijski načrt, v okviru promocije, ki jo prijavljamo na razpis sploh lahko uporabljamo (priložen print screen zaključne špice v priponki).

Video se res izjemno dobro vklopi v promocijo, ki jo prijavljamo in ponovna produkcija z enakim ali zelo podobnim scenarijem se nam ne zdi smiselna in tudi ni gospodarna.

ODGOVOR:

Prijavitelj za izvedbo promocijskih aktivnosti lahko uporabi obstoječe vsebine: videe, fotografije... pri čemer mora upoštevati Navodila STO glede uporabe celostne grafične podobe, kot navedeno v Prilogi 1 javnega razpisa. Prijavitelj zato, da zadosti pogojem formalno popolne ponudbe predloži podpisano in žigosano izjavo na Obrazcu št. 2, skladno z določili Ostalih pogojev (točka I. 5.3 Ostali pogoji sodelovanja) hkrati pa se bo le-ta preverjala tudi naknadno pri oddaji Zahtevka za izplačilo.

V splošnem velja, da lahko prijavitelj, v primeru obstoječih video vsebin zamenja le zaključno špico, kjer se nahaja logotip, v kolikor je to potrebno in uveljavlja strošek produkcije le za to manjšo spremembo.

Ker video, ki ste ga posredovali vključuje tudi logotip ustreznega sklada financiranja Evropske komisije, umestitev le-tega za druge namene ne moremo komentirati, saj to ni v naši pristojnosti.

5. Vprašanje:

Kot vodilna destinacija so naši nosilni produkti MICE & dogodki, mesta & kultura, kulinarika, touring. Z našo promocijsko kampanjo z vplivneži se bomo osredotočili na touring in vplivneže popeljali na doživetja izven mesta, v regijo (ostale bližnje občine). Ker je v regiji prisotna izjemna narava in veliko zanimivih pohodnih poti, bomo v tem primeru dali poudarek tudi na malce bolj aktivni (športni) turizem v naravi (outdoor). Sicer sta naša sekundarna produkta športni turizem in outdoor, nas pa vseeno zanima, ali se potemtakem priznajo stroški v tem primeru? Se prizna to kot touring, ki ima športne vsebine?

ODGOVOR:

Touring je opredeljen v Strategiji kot krožna potovanja, in sicer kot sledi:

»Poleg organiziranega produkta krožnih potovanj (touring), v okviru katerega je naša država del tur in programov v osrednji, južni in vzhodni Evropi, je Slovenija razvila privlačen produkt krožnih potovanj, ki **temelji na veliki koncentraciji raznolikih doživetij in znamenitosti na lahko obvladljivih razdaljah**. Poleg Ljubljane, ki je s svojo lego in ponudbeno strukturo osrednje središče, od koder je mogoče preprosto odkrivati makro destinacijo in celotno Slovenijo, se posamezne pomembne točke tega raziskovanja razvijajo tudi v drugih makro destinacijah.«
Športni turizem in Outdoor spadata v tem primeru med samostojna nosilna produkta. Prijavitelj naj jasno razmeji te aktivnosti v svoji vlogi.

6. Vprašanje:

Znotraj makro destinacije se bomo povezali z še eno vodilno destinacijo, ki bo tudi izdala soglasje. Koordinator projekta bomo mi. Ali je v tem primeru dovolj eno soglasje? In če ne, kako potem?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju Št. 3, pri sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 1 (13.2.2020).

7. Vprašanje:

Glede na odgovor na 5. vprašanje v 8.odgovorih na javni razpis prosim naknadno pojasnilo:

Nosilni vs. Sekundarni produkti makro regij:

Glede na razpis smo sklepali da v primeru da se odločimo za promocijo sekundarni produktov in ne vodilnih, pri točkovanju dobimo manj točk. Glede na vaš odgovor pa zdaj izgleda da lahko preko razpisa promoviramo SAMO nosilne produkte. Za nas je to precej nerodno, saj npr. kulinarika v alpski regiji NI nosilni produkt, prav tako ne MESTA in KULTURA, to pa sta naša glavna atributa.

Nosilne produkte bomo v večji meri promovirali preko regijskega projekta.

ODGOVOR:

Dopolnjujemo odgovor na vprašanje 5. v odgovorih 8. na javni razpis: Upravičeni stroški v točki v točki I. 11. 1 Upravičeni stroški, javnega razpisa veljajo za vse produkte.

8. Vprašanje:

Obrazci podpore gospodarstva so lahko »scani« kajne ? Glede na spodnjo opombo.

ODGOVOR:

Opomba v spodnjem delu Obrazca 4.1 in 4.2, citiramo: »*Opozorilo: Obrazec po potrebi kopirajte.*« je namenjena prijaviteljem, ki morajo za oddajo vloge skladno s točko I. 5. 2 Posebni pogoji za kandidiranje, druga alineja pridobiti s soglasji podporo več občin ali pa želijo pridobiti več točk pri Merilu 1.1: Podpora turističnega gospodarstva.

Skladno s poglavjem IV. DOKAZOVANJE IZPOLNJEVANJA POGOJEV JAVNEGA RAZPISA mora prijavitelj za izpolnjevanje posebnih pogojev za prijavitelja (točka I. 5. 2 Posebni pogoji za kandidiranje) soglasja predložiti v izvorniku.

9. Vprašanje:

Prijavni obrazec 1, zanima nas pod pričakovana vrednost sofinanciranja vpišemo polno vrednost t.j. 40.000 EUR ? Glede na to, da ne bomo sodelovali v regijskem projektu pomeni to manjši proporcionalni delež. Hkrati načrtujemo udeležbo na manj trgih kot je največje število točk.

ODGOVOR:

Spodaj podajamo izračun vrednosti projekta za več primerov:

- PRIMER 1: nanaša se na upravičenca, ki je skladno s podatki iz Priloge 4: Vrednosti sofinanciranja vodilnih destinacij upravičen do 40.000 evrov sredstev sofinanciranja (III. Kategorija sofinanciranja);
- PRIMER 2: nanaša se na upravičenca, ki je skladno s podatki iz Priloge 4: Vrednosti sofinanciranja vodilnih destinacij upravičen do 40.000 evrov sredstev sofinanciranja (III. Kategorija sofinanciranja) in je prevzel v koordinacijo regijski projekt, pri čemer mu skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški pripada pavšal 4.000 evrov za koordinacijo regijskega projekta;
- PRIMER 3: nanaša se na upravičenca, ki je skladno s podatki iz Priloge 4: Vrednosti sofinanciranja vodilnih destinacij upravičen do 40.000 evrov sredstev sofinanciranja (III. Kategorija sofinanciranja) in je prevzel v koordinacijo regijski projekt, pri čemer mu skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški pripada pavšal 4.000 evrov za koordinacijo regijskega projekta vendar ima sicer večji znesek upravičenih stroškov, vendar mu jih razpisovalec prizna le v deležu do vključno 70%.

Vrstici Skupna vrednost upravičenih stroškov brez DDV v evrih in Pričakovana vrednost sofinanciranja sta načeloma enaki, ni pa nujno. Slednja vrstica je kontrolna vrstica tudi za prijavitelja, da ne prekorači dovoljenega deleža sofinanciranja.

NAČRTOVANA VREDNOST PROJEKTA	PRIMER 1	PRIMER 2	PRIMER 3
Celotna vrednost projekta brez DDV v evrih	69.714,29	76.685,71	76.685,71
Celotna vrednost projekta z DDV v evrih	57.142,86	62.857,14	62.857,14
Skupna vrednost upravičenih stroškov brez DDV v evrih	40.000,00	44.000,00	50.000,00
Uveljavljen delež sofinanciranja (do 70%)	70,00%	70,00%	70,00%
PRIČAKOVANA VREDNOST SOFINANCIRANJA (v evrih brez DDV)	40.000,00	44.000,00	44.000,00

PRIČAKOVANA VREDNOST SOFINANCIRANJA, ne more biti višja kot predvideno v Prilogi 4: Vrednosti sofinanciranja vodilnih destinacij. Ta vrednost predstavlja 100 % vrednost sofinanciranja. V primeru, da boste po merilih prejeli le 85 točk, bi se končna vrednost sofinanciranja za PRIMER 1, izračunala kot sledi:

$$40.000,00 \text{ evrov} \times 85\% = \mathbf{34.000,00 \text{ evrov}}$$

10. Vprašanje:

Soglasja predstavnikov gospodarstva, ki smo jih pridobili, so vsa podpisana na dan 28. 2. 2020, med aktivnostmi pa smo navedli, da gre za oglaševanje na tujih digitalnih in tiskanih medijih. Zaradi spremembe sedaj načrtujemo, da bi oglaševanje izvajali tudi na

slovenskem trgu. Ali so soglasja kljub temu veljavna ali bi morali pridobiti nova in dopolniti navedbo aktivnosti?

ODGOVOR:

Soglasja so veljavna za predmet projekta, ki ga boste prijavljali. V kolikor boste po spremembi javnega razpisa razširili aktivnosti tudi na domačem trgu, potrebujete dodatno soglasje. Imate dve možnosti, da pridobite dodatno soglasje le za ta trg/aktivnosti ali pa pridobite v celoti novo soglasje, za vse prijavljene trge/aktivnosti.

11. Vprašanje:

Vodilna destinacija CELJE znotraj TERMALNO PANONSKE REGIJE – letošnja kampanjo želimo graditi na produktih MESTA & KULTURA ter OUTDOOR, ki so definirani kot SEKUNDARNI PRODUKTI in ne NOSILNI produkti naše makroregije. Turističnemu gospodarstvu smo že posredovali VZORCE PISEM O NAMERI, ki jih pridobivamo nazaj, kjer smo te produkte tudi opredelili? V prilogi oz spodaj. Težko bomo pridobili soglasja celjskega turističnega gospodarstva, če bomo v Celju promovirali Zdravje&Dobro počutje/Podeželje,...naše mesto ima močno zgodovino in kulturno zgodbo, kot tudi bomo letos močno pridobili na področju Outdoor aktivnosti (nov ZIPLINE, Skakalnice, Wakepark...)

ODGOVOR:

Delni odgovor je podan pri vprašanju Št. 4, pri sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 5 (21.2.2020). Pogoji o sodelovanju so bili objavljeni z dnem objave javnega razpisa v Uradnem listu 7.2.2020 in istočasno kot Obrazci za oddajo vloge.

12. Vprašanje:

Ali moramo vsebino teh soglasij spremeniti, vezano na NOSILNE PRODUKTE?

ODGOVOR:

Delni odgovor je podan pri vprašanju Št. 1, tega sklopa Vprašanj in odgovorov Št. 9 (3.3.2020). V obrazec 4.2 lahko poljubno zapišete okvirno vsebino projekta.

13. Vprašanje:

Točka I.11.1 Upravičeni stroški - Po novem se lahko odločimo za zakup gigantov oz. billboardov v Sloveniji. Ali je lahko celoten zakup samo v Sloveniji ali mora biti tudi na tujih trgih?

ODGOVOR:

Aktivnosti promocije prijavitelj izvaja na zelenih trgih skladno s pogoji razpisne dokumentacije.

14. Vprašanje:

Predmet vprašanja se nanaša na predhodno vprašanje – minimalno 60% neposrednih upravičenih stroškov. To pomeni konkretno, da od 20.000 EUR do katerih smo upravičeni, lahko 12.000 EUR namenimo zakupu billboardov npr.?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju Št. 9, tega sklopa Vprašanj in odgovorov Št. 9 (3.3.2020).

15. Vprašanje:

Predmet vprašanja se nanaša na predhodno vprašanje – vsaj 30% mora biti investicija v digitalno kampanjo, zopet, 30% od 20.000 EUR, torej min. 6.000 EUR za digitalno promocijo?

ODGOVOR:

Skladno s točko I. 5. 3 Ostali pogoji sodelovanja mora prijavitelj zagotoviti investicijo v digitalne aktivnosti vsaj v deležu 30 % neposrednih upravičenih stroškov projekta.

16. Vprašanje:

V povezavi z razpisom za sofinanciranje aktivnosti promocije bi vas prosila za odgovor na naše vprašanje, vezano na razpisno dokumentacijo v točki IV: Dokazovanje izpolnjevanja pogojev javnega razpisa.

V tabeli Izpolnjevanje ostalih pogojev je pod točko 4 zapisano:

4.	Prijavitelj se zaveže, da bo pri vseh načinih distribucije promocijskih sporočil sofinanciranih preko tega javnega razpisa in s skladno s pogoji le-tega, obvezno vključil logotip I feel Slovenia in zaželeno navedbo ključnika #ifeelsLOVEnia ter upošteval Navodila STO glede uporabe celostne grafične podobe, kot navedeno v Prilogi 1 tega javnega razpisa.	Obrazec št. 2: Izjava prijavitelja
----	---	---------------------------------------

V se bomo v razpisu osredotočili na digitalno komunikacijo (portal, Google oglaševanje, Facebook oglaševanje, študijske ture).

Prosili bi vas za konkretno pojasnilo, kako je predvidena »obvezna uporaba logotipa I feel Slovenia« v primeru:

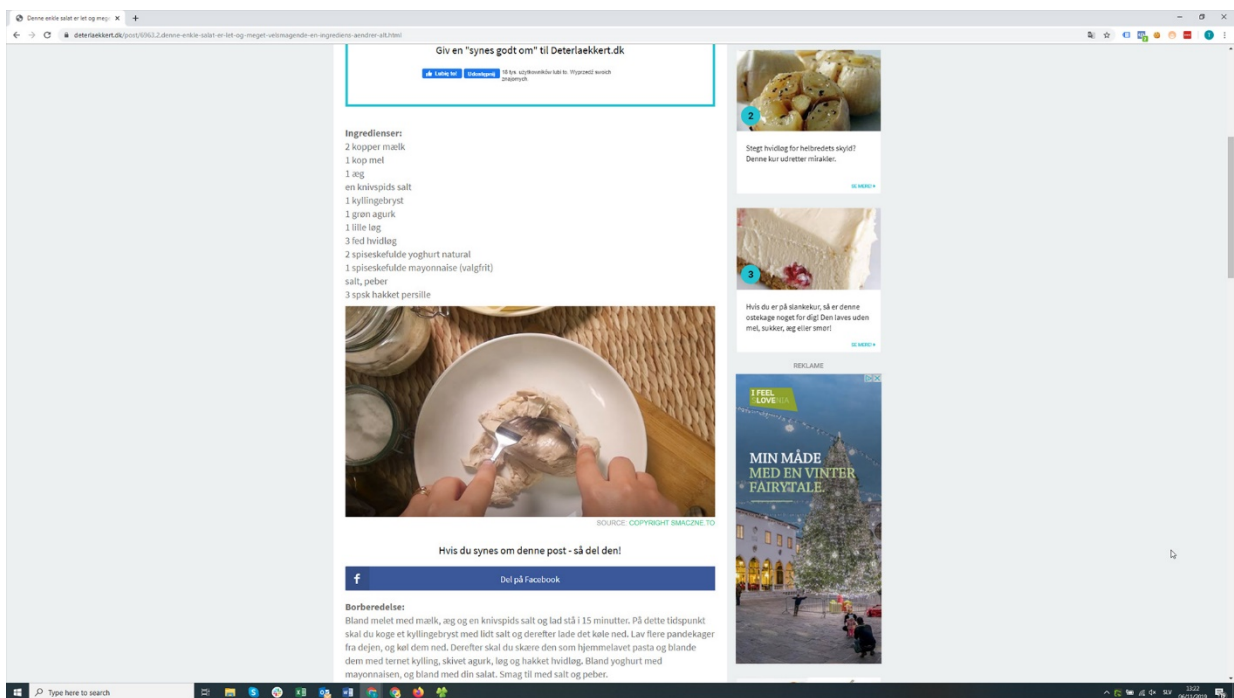
- Google oglaševanja,
- Facebook oglaševanja in
- študijskih tur.

Nam lahko za boljše razumevanje v odgovoru navedete tudi primer, kot ga uporablja STO?

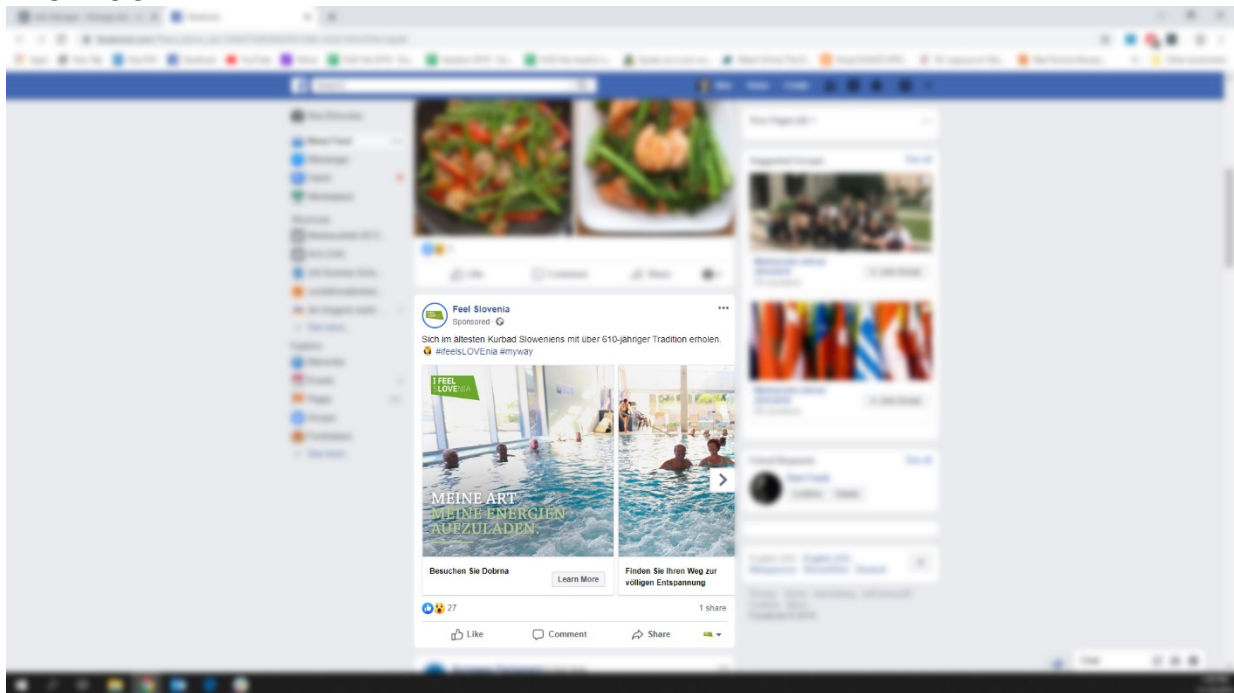
ODGOVOR:

Podajamo nekaj primerov s strani STO.

Google GDN:



FACEBOOK:



Delni odgovori v povezavi s študijskimi potovanji so podani že pri vprašanjih 19., 24., 25. in 26. v sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 2- Informativni dan (14.2.2020) in pri vprašanju Št. 1 sklopa Vprašanj in odgovorov Št. 4 (20.2.2020).

Študijska potovanja so povezana tudi s pripravo (obveznih) gradiv za medije ali tour operaterje, kot so npr. mape z osnovnimi informacijami, s katalogi, program študijske poti ter drugim gradivom, ki mora vsebovati logotip I feel Slovenia, s ciljem, da povečamo prepoznavnost te blagovne znamke in dosežemo čim boljši priklic na strani uporabnikov.

Slovenska turistična organizacija

Dimičeva ulica 13, SI-1000 Ljubljana, Slovenija • T: 01 589 85 50 • F: 01 589 85 60 • E: info@slovenia.info • Matična št.: 6889859000 • DŠ: 93477902 • IBAN: SI56 01100 6000 049 687

www.slovenia.info

17. Vprašanje:

Prosim za pojasnilo točke, pri izjavi prijavitelja:

17. prijavitelj bo zagotovil investicijo v digitalne aktivnosti za svoj prijavljen projekt vsaj v deležu 30 % neposrednih upravičenih stroškov; ??

In kaj je mišljeno pod investicije?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju Št. 15, tega sklopa Vprašanj in odgovorov Št. 9 (3.3.2020).

18. Vprašanje:

Zanima nas še nekaj v zvezi z merilom:

“V primeru, da prijavitelj ne prejme največjega možnega števila točk, se mu znesek sofinanciranja za vsako manjkajočo točko do vseh točk zmanjša proporcionalno, v vrednosti odstotne točke, glede na vrednost predvidene maksimalne višine vrednosti sofinanciranja oz. vrednosti prijavljenega projekta, v kolikor je leta manjša od predvidene. Vrednost točke po merilih iz točke I. 9 Merila za ocenjevanje vlog je pri končnem izračunu upravičenih sredstev sofinanciranja upravičenca, enakovredna odstotni točki (100 točk = 100%).”

Zanima nas ali se to merilo upošteva do maksimalne višine sredstev (za naš primer je to 20.000 €) ali do višine celotne vrednosti projekta?

PRIMER: Mi bi lahko prijavili projekt v največji višini sofinanciranja 20.000 €.

Prijavimo projekt v višini sofinanciranja 16.000 €, kar je 80% možnega. Naš projekt dobi 80 točk.

Ali smo v tem primeru upravičeni do celotnega zneska 16.000 € sofinanciranja, ker je to 80% od celotne možne višine in smo dobili 80 točk, ali se gleda 80% od celotnega stroška projekta (16.000€)?

V slednjem primeru bomo namreč vsi imeli težave s sofinanciranjem, ker predvidimo 30% sofinanciranje, potem bi se pa to povečalo.

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju Št. 9, tega sklopa Vprašanj in odgovorov Št. 9 (3.3.2020).

19. Vprašanje:

Glede na to, da sem »stare« obrazce v večini že izpolnila, me zanima, ali je pri obrazcih prišlo do kakšnih sprememb in moram izpolniti »nove«, ki so bili objavljeni pri spremembah in dopolnitvah razpisa z dnem 28.2.2020?

ODGOVOR:

Na spletni strani <https://www.slovenia.info/sl/poslovne-strani/razpisi-sto/javni-razpisi>, je STO dne 28.2.2020 ob objavi Sprememb in dopolnitev javnega razpisa za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij v Sloveniji v letu 2020, objavil tudi DODATNA POJASNILA, kot sledi:

»Vprašanja prijaviteljev in pripadajoči odgovori razpisovalca na javni razpis »Za sofinanciranje aktivnosti promocije turistične ponudbe vodilnih turističnih destinacij Slovenije v letu 2020« (Uradni list RS, št. 8/2020 z dne 7.2.2020, št. Ob-1316/20), objavljena do vključno 27.2.2020, smiselno veljajo.

V kolikor so prijavitelji že pridobili soglasja (pred datumom spremembe javnega razpisa) s strani predstavnikov turističnega gospodarstva na Obrazcih 4.1 Obrazec: VZOREC SOGLASJA OBČINE in / ali 4.2 Obrazec: VZOREC SOGLASJA PREDSTAVNIKA TURISTIČNEGA GOSPODARSTVA, le-te lahko uporabijo in jih lahko priložijo v vlogo, ker ostajajo ti obrazci po objavi sprememb, nespremenjeni.«

20. Vprašanje:

V manjši meri bi radi v okviru razpisa naročili nove fotografije, zato me zanima, ali morajo biti fotografije povezane z nosilnimi produkti ali so lahko neke splošne, »imidž« fotografije destinacije?

ODGOVOR:

Prijavitelj lahko skladno z vsebino načrtovanih promocijskih aktivnosti naroči nove splošne, »imidž« fotografije destinacije.