

## **VPRAŠANJA IN ODGOVORI NA JAVNI RAZPIS**

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

**Št. 2 – Informativni dan (14.2.2020)**

*Vprašanja so podana po vrstnem redu kot so bila zastavljena.*

---

### **1. Vprašanje:**

**Vprašanje vezano na tisk gradiv. Pod upravičene stroške ste navedli, da so lahko tiskovine, hkrati pa navajate, da je tisk brošur neupravičen strošek. Ali lahko natisnemo brošuro za nastop na sejmu v tujini? Ali je to upravičen strošek ali ne?**

#### **ODGOVOR:**

V točki I. 11. 1 Upravičeni stroški tega javnega razpisa, v podtočki 2. Stroški izvedbe medijskega zakupa, spada med upravičene stroške tudi strošek zakupa oglasnega prostora v tujem tiskanem mediju, ne pa tudi stroški razvoja, oblikovanja, izdelave in prodaje ali deljenja lastnih promocijskih materialov (npr. destinacijske brošure, letaki ipd.). Upravičen strošek je tako lahko npr. zakup oglasnega prostora v tuji tiskani reviji ali tujem (turističnem ali agencijskem) katalogu.

### **2. Vprašanje:**

**Ali je lahko upravičen strošek zakupa oglasnega prostora na Jumbo plakatih v Avstriji?**

#### **ODGOVOR:**

Stroški zunanjega oglaševanja, po tem javnem razpisu, niso upravičeni. Razpisovalec je želel usmeriti upravičence predvsem v digitalno promocijo.

### **3. Vprašanje:**

**Ali je oblikovanje in izvedba regijske brošure upravičen strošek?**

#### **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški tega javnega razpisa stroški razvoja, oblikovanja, izdelave in prodaje ali deljenja lastnih promocijskih materialov niso upravičen strošek. Enako velja za regijske ali druge vrste tiskanih brošur.

### **4. Vprašanje:**

**Ali je upravičen strošek lahko strošek rezervacijskega sistema za produkte (npr. izlet, doživetje)?**

**ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški, tega javnega razpisa, stroški upravljanja ali najema oz. plačila licenc ali drugih provizij za rezervacijske sisteme (on-line booking ipd.), niso upravičen strošek.

**5. Vprašanje:**

**Koliko regijskih projektov je možno prijaviti? Ali sta pri enem regijskem projektu lahko 2 koordinatorja ali eden?**

**ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški tega javnega razpisa so tudi stroški vzpostavitve in izvedbe skupnih regijskih projektov, v kolikor ga prijavita vsaj dve vodilni destinaciji znotraj ene makro destinacije.

Skladno s točko I. 6 Višina sredstev za sofinanciranje tega javnega razpisa. STO prizna stroške za največ osem regijskih projektov za ta javni razpis, oz. največ dva regijska projekta po posamični makro destinaciji. V kolikor bo oddanih več kot osem regijskih projektov oz. več kot dva po posamični makro destinaciji, bodo do sredstev sofinanciranja regijskih projektov upravičeni tisti prijavitelji, katerih vloga koordinatorja regijskih projektov bo bila časovno oddana prej, skladno z načinom oddaje vloge in kot navedeno v točki I. 13 Roki in način prijave na javni razpis.

V okviru celotne višine sredstev predmetnega javnega razpisa STO prizna pavšal v vrednosti 4.000 evrov za stroške koordinacije za tisto vodilno destinacijo, ki bo prevzela vodenje regijskega projekta za najmanj dve vodilni destinaciji znotraj ene makro destinacije, pri čemer mora vodilna destinacija v regijskem projektu tudi aktivno sodelovati kot ena izmed dveh ali več vodilnih destinacij. Za posamičen regijski projekt se priznajo stroški le enemu koordinatorju.

**6. Vprašanje:**

**Kateri so upravičeni stroški licenc sistemov za upravljanje destinacij, kjer so vključeni tudi rezervacijski sistemi, npr. Feratel?**

**ODGOVOR:**

Glede upravičenosti stroškov rezervacijskih sistemov je enak odgovor kot pri Vprašanju št. 4. Prijavitelj mora sam razmejiti strošek oz. delež stroška licence za upravljanje destinacij, ki je skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški tega javnega razpisa, podtočke 4. Plačilo uporabe licenc za vzpostavitev ali delovanje naprednih digitalnih rešitev, upravičen in tisti delež stroška, ki se nanaša na rezervacijski sistem, ki ni upravičen. Prijavitelj lahko uveljavlja za to konkretno licenco (Feratel), le delni strošek. Prijavitelj poda v tem primeru podatek o strošku licence za upravljanje destinacije v Obrazcu št. 3, kot samoizjavo. Razdelitev stroška mora biti razvidna tudi na kopiji računa, ki ga prilaga upravičenec v Zahtevku za izplačilo.

**7. Vprašanje:**

**Ali je strošek licence Outdoor Active upravičen strošek?**

## **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški, tega javnega razpisa, podtočka 4. Plačilo uporabe licenc za vzpostavitev ali delovanje naprednih digitalnih rešitev, je upravičen strošek npr. mapiranje, ne pa strošek prikaza posamezne točke zanimanja, oz. POI točke, pod katero je izpostavljen konkreten ponudnik. Tudi v tem primeru prijavitelj razmeji stroške licence za upravljanje in splošne informativne podatke (zemljevid ipd.) z ostalimi stroški vezanimi na konkretno izpostavitvev ponudnika ter poda podatke v Obrazcu št. 3, kot samoizjavo. Razdelitev stroška mora biti razvidna tudi na kopiji računa, ki ga upravičenec prilaga v Zahtevku za izplačilo.

## **8. Vprašanje:**

**V razpisni dokumentaciji zahtevate podporo pet največjih predstavnikov gospodarstva, kaj konkretno to pomeni? Kako obravnavati v tem primeru ponudnike kot kampe? Ali se šteje število kampirnih prostorov?**

## **ODGOVOR:**

Prijavitelj mora vpisati na Obrazec št. 4: IZJAVA O PODPORI PREDSTAVNIKOV SLOVENSKEGA TURISTIČNEGA GOSPODARSTVA, seznam vseh pridobljenih izjav o podpori predstavnikov slovenskega turističnega gospodarstva in navesti pri vsakem Število namestitvenih kapacitet (ležišč).

Hkrati mora prijavitelj priložiti, v kolikor želi pridobiti dodatnih 15 točk po Merilu 1: Celovitost projekta, v točki III. 1 tega javnega razpisa, (predložena pisma podpore) petih največjih predstavnikov turističnega gospodarstva, ki so nosilci turističnih nastanitvenih kapacitet (Število namestitvenih kapacitet) in petih manjših nastanitvenih obratov (gospodarske družbe, podjetniki posamezniki, turistične kmetije, sobodajalci itd.), na območju delovanja vodilne destinacije, navedene v Strategiji trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021.

V primeru kampov mora prijavitelj ravno tako vpisati število ležišč. Prijavitelj lahko preveri podatke tudi v uradnem, javno dostopnem registru nastanitvenih kapacitet na spletnem portalu AJPES: <https://www.ajpes.si/RNO/Ajpes.RNO/vpogledIskanje>.

## **9. Vprašanje:**

**Kako dokazujemo izvajanje aktivnosti izven glavne sezone? Ogromno aktivnosti se izvajajo skozi celo leto. Kaj konkretno se nanaša na to navedbo?**

## **ODGOVOR:**

Razpisovalec je predvidel izvajanje aktivnosti vodilnih destinacij tudi v času glavne turistične sezone.

Skladno s točko III. 3 Merilo: Promocija turistične ponudbe izven glavne turistične sezone, tega javnega razpisa se šteje, za izpolnjevanje tega merila, ko prijavitelj v Obrazcu št. 3 in Obrazcu št. 3.1, opredeli v katerem časovnem obdobju bo izvajal aktivnosti in za katero obdobje privabljanja prihoda turistov. Prijavitelj, ki bo izvajal promocijske aktivnosti za privabljanje gostov v času izven glavne turistične sezone v letu 2020 in z namenom ter ciljem obiska turistov v času izven glavne turistične sezone, v večjem deležu od 40 % vseh načrtovanih aktivnosti promocije, bo prejel dvajset (20) točk. Prijavitelj lahko v letu 2020 izvaja promocijske aktivnosti tudi za turistično sezono 2021, vendar izven glavne turistične sezone. Prijavitelj, ki bo izvajal

promocijske aktivnosti v času glavne turistične sezone in/ali privabljal turiste v času glavne turistične sezone, v deležu manjšem od 40% od celotnih aktivnosti, bo prejel nič (0) točk.

Prijavitelj, ki želi pridobiti dodatne točke po Merilu 3, mora načrtovati aktivnosti financirane preko tega javnega razpisa kot zapisano v prejšnjem odstavku.

#### **10. Vprašanje:**

**Na ta javni razpis bi se radi prijavili s skupno prijavo: Zavod za turizem Ljubljana in Ljubljanski grad. Ali se lahko prijavimo skupaj?**

#### **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 4 Upravičenci, tega javnega razpisa, so upravičenci do sredstev financiranja organizacije, ki na območju ene od opredeljenih vodilnih destinacij, kot podrobneje opredeljeno v točki II. 2 razpisne dokumentacije, **izvajajo funkcije nosilca razvoja in promocije turizma**, in imajo za izvajanje teh funkcij soglasje občin na območju opredeljene vodilne destinacije. Upravičenec ima lahko obliko zasebnega zavoda, javnega zavoda, javnega gospodarskega zavoda, občine (v primeru, ko je vodilna destinacija zgolj ena občina in aktivno izvaja naloge nosilca/upravljanja turizma v vodilni destinaciji), lokalne turistične organizacije in druge neprofitne organizacije, ki deluje na področju turizma. Upravičenec tako ne more biti konkreten turistični ponudnik, tudi če ima statusno- pravno obliko javnega zavoda.

Na območju ene vodilne destinacije bo sofinanciranje lahko odobreno zgolj eni organizaciji. V kolikor bo na razpis prijavljenih več organizacij iz iste vodilne destinacije, ki bodo vsebovale soglasja istih občin (ene ali več), bodo vse take prijave izločene kot neustrezne in zavržene.

#### **11. Vprašanje:**

**Ali mora prijavitelj zagotavljati lastna sredstva za izvedbo celotnega projekta, tudi lastne vire, naknadno pa se ti stroški v deležu sofinanciranih povrnejo prijavitelju?**

#### **ODGOVOR:**

Prijavitelj mora skladno z Obrazcem št. 2: IZJAVA PRIJAVITELJA in Obrazcem št. 3: PODATKI O PROJEKTU izjaviti in prikazati, da ima lastna sredstva za zaprtje finančne konstrukcije v celoti zagotovljena (pri tem se poleg lastnih sredstev upoštevajo tudi pričakovana sredstva iz naslova tega javnega razpisa ter morebitna druga premostitvena sredstva za del pričakovanih sredstev iz naslova tega javnega razpisa do povrnitve stroškov).

Upravičenec mora v Zahtevku za izplačilo priložiti tudi kopijo računa in potrdilo o plačilu s čemer potrjuje, da je bila storitev plačana.

#### **12. Vprašanje:**

**Kako je s stroški prevodov? Ali je lahko upravičen strošek priprava besedila v italijanskem jeziku, če ga na primer izvede za nas, najeta PR agencija v Italiji.**

#### **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški tega javnega razpisa, stroški prevodov in lekture niso upravičeni. Med tem, ko so skladno s podtočko 3. Stroški vsebinske in tehnične nadgradnje

digitalnih orodij in drugih komunikacijskih kanalov vodilnih destinacij, točke I. 11. 1, stroški priprave besedil- ne glede na to v katerem jeziku so pripravljena, upravičen strošek.

### **13. Vprašanje:**

**Ali se lahko prijavi na razpis poslovni subjekt, ki je ustanovljen kot gospodarsko interesno združenje?**

#### **ODGOVOR:**

Poslovni subjekt / prijavitelj mora izpolnjevati vse pogoje iz javnega razpisa kot navedeno v točki I. 5 Pogoji za kandidiranje.

V točki I. 5. 1 Splošni pogoji za kandidiranje je zahtevano, da je prijavitelj pravna oseba registrirana v Poslovnem registru Republike Slovenije in opravlja dejavnost v Republiki Sloveniji (dejavnost mora biti neposredno povezana s predmetom razpisa). Prijavitelj ima lahko obliko zasebnega zavoda, javnega zavoda, javnega gospodarskega zavoda, občine (v primeru, ko je vodilna destinacija zgolj ena občina in aktivno izvaja naloge nosilca/upravljanja turizma v vodilni destinaciji), lokalne turistične organizacije, **in druge neprofitne organizacije, ki delujejo na področju turizma.**

### **14. Vprašanje:**

**Ko destinacija nastopi na tujem trgu mora predstaviti konkreten produkt, ki temelji tudi na 400-letni tradiciji. To pomeni, da na prvem nivoju promovira samo image destinacijo, s tremi glavnimi produkti npr. medical, wellbeing in experience. Na drugem nivoju pa pridejo šele ponudniki. Če je tako strukturirana spletna stran, da se ponudniki pojavijo šele v drugem nivoju, kako strukturirati oglasno sporočilo?**

#### **ODGOVOR:**

Na oglasnem sporočilu se ne sme pojavljati konkreten ponudnik temveč le produkt, ki ga promovira destinacija, npr. Okusi Radol'ce DA, ne pa tudi ponudnik Vila Podvin, ali pa medical wellness DA, ne pa tudi ponudnik Medical Center Rogaška.

Upravičen strošek po tem javnem razpisu je tudi vzpostavitev nove pristajalne strani v okviru obstoječe spletne strani, kjer se prilagodi vsebina namenu in cilju oglaševanja, s katerim zadostite pogojem razpisa.

### **15. Vprašanje:**

**Kaj pomeni delež sofinanciranja 70 % upravičenih stroškov? Vrednost celotnega projekta ali le del tega?**

#### **ODGOVOR:**

To pomeni, da predstavlja 70% delež sofinanciranja v celotni vrednosti projekta brez DDV, oz. v kolikor je vodilna destinacija npr. upravičena do zneska sofinanciranja 20.000 evrov ta znesek predstavlja 70% deleža vrednosti projekta. Vrednost celotnega projekta pa je potemtakem najmanj 28.571,42 evrov brez DDV.

## **16. Vprašanje:**

**Ker ne smemo izpostavljati nobenega od ponudnikov, je kontradiktorna navedba, da moramo v kolikor želimo pridobiti dodatne točke pri Merilu 1, pridobiti podporo s strani gospodarstva v obliki soglasij, kjer je eksplicitno navedeno v Obrazcu 4.2, citiram: » *da smo dogovorili vzajemni dogovor o skupnem sodelovanju pri izvedbi naslednjih aktivnosti v okviru tega projekta*:«. Predstavnik gospodarstva bo v tem primeru pričakoval konkretno podporo s strani destinacije. Kako naj si to razlagamo?**

### **ODGOVOR:**

Prijavitelj, za svojo vodilno destinacijo, s celovitim promocijskim načrtom predstavi predstavnikom gospodarstva na svojem območju na katerih tujih trgih in s katerimi (nosilnimi) produkti ter komunikacijskimi sporočili bo nagovarjal svoje ciljne skupine, kot image promocijo. To je za ponudnika turističnih storitev jasen indic kako in kje se podjetje lahko pridruži v tej image promociji destinacije s konkretno, lastno promocijo. Destinacija in ponudnik tako združita skupne moči in na trgu(ih) nastopita močnejše in z večjimi učinki, kot če bi delovala vsak zase.

## **17. Vprašanje:**

**Kako je z vzpostavitvijo nove spletne strani? Konkreten primer, postavitve spletne strani UNESCO za vodilno destinacijo: Idrija – Škofja Loka. Ali je to upravičen strošek?**

### **ODGOVOR:**

Konkretno je za to vodilno destinacijo, skladno s Strategijo trajnostnega razvoja slovenskega turizma 2017-2021, konkretno izpostavljena UNESCO dediščina. To je opredeljeno tudi v točki II.2 Organiziranost slovenskega turizma, II.2.1 Vodilne destinacije te razpisne dokumentacije. Zato je strošek te spletne strani upravičen, in sicer tisti del, ki se nanaša na predstavitev splošnih informacij, kot del negospodarske dejavnosti in hkrati ni povezan z direktno prodajo turističnih storitev.

## **18. Vprašanje:**

**Kako je s konkretno delitvijo stroškov, v primeru vodilne destinacije Škofja Loka in Idrija? Ali lahko ločeno prikažemo svoje račune?**

### **ODGOVOR:**

Za eno vodilno destinacijo je lahko le eden prijavitelj/poslovni subjekt. Sredstva bodo s strani STO nakazana le na en transakcijski račun. Iz Zahtevka za izplačilo mora biti jasno razvidno, da se je izvedla aktivnost za ta projekt in hkrati skladna s predlaganimi aktivnostmi na Obrazcu 3. in vseh pripadajočih prilogah. Kopija računa in potrdilo o plačilu sta obvezni prilogi Zahtevka za izplačilo.

## **19. Vprašanje:**

**Kako obravnavati konkreten primer: v sklopu študijske ture novinar obišče gostinski lokal, si naroči Donat Mg, posname fotografijo in jo objavi na svojem družbenem omrežju, hkrati pa pripise: #ifeelsLOVEnia, #rogaskamedical, #donatmg?**

## **ODGOVOR:**

Prijavitelj mora za aktivnost priprave in organizacije študijskega potovanja pripraviti konkreten program. Program študijskega potovanja mora vsebovati predstavitev splošne ponudbe na območju vodilne destinacije prijavitelja. V kolikor je npr. ena izmed prepoznavnih turističnih produktov vodilne destinacije tudi neka tradicionalna jed, ki pa jo lahko pripravi lokalni turistični ponudnik se bo predvidoma pri njem tudi postregla. Program bi v takem primeru vključeval tudi konkretnega ponudnika. Strošek storitve tega ponudnika ne bo štel kot upravičen, organizacija študijske poti, ki je bila ciljno usmerjena k predstavitvi tega produkta pa DA.

V kolikor so udeleženci neodvisni novinarji njihovih komunikacijskih aktivnosti (objave na njihovih lastnih kanalih, objave člankov) ne morete(mo) delegirati. Lahko pa usmerjate in oblikujete lastna komunikacijska sporočila s katerimi utemeljujete, da je bila aktivnost opravljena, na način, da ne izpostavljate konkretnega ponudnika, izpostavite pa npr. konkretno tradicionalno jed s fotografijo jedi na mizi (kot image vizualno izpostavitev jedi). Objave komunikacijskih sporočil z uporabo hashtagov konkretnih ponudnikov ali končnih produktov, ki so tržno naravnani po tem javnem razpisu niso upravičeni.

Lastne objave novinarjev, ki jih gostite niso obvezen pogoj za utemeljevanje izvedene aktivnosti, lahko pa so kot ena izmed, v kolikor vsebina zadosti pogojem javnega razpisa. V primeru objave članka s strani neodvisnega novinarja, kjer bodo izpostavljeni ponudniki s konkretnimi kontaktnimi podatki (kar se včasih tudi zgodi), se presoja upravičenost tega stroška glede na delež te izpostavitve, v primerjavi s celotnim člankom.

Prijavitelj sam presoja koliko stroškov oz. aktivnosti se upošteva za image promocijo destinacije tudi na podlagi načrtovanega ali izvedenega programa študijskega potovanja.

## **20. Vprašanje:**

**Ali moramo enako kot pri MGRT-jevem razpisu upoštevati določila javnega naročanja?**

## **ODGOVOR:**

Ni obvezujoče.

## **21. Vprašanje:**

**Ali morajo biti do vključno 15.11.2020 izvedene vse aktivnosti na strani vodilne destinacije. Tudi objavljeni članki novinarjev, ki jih gostimo na študijskih potovanjih?**

## **ODGOVOR:**

Aktivnosti upravičenca morajo biti zaključene do vključno 15.11.2020. Za članke novinarjev oz. predstavnike medijev pa je zaželeno, da so priložene objave, v kolikor je do njih do takrat že prišlo.

STO bo izvajal tudi kontrolo na terenu zato mora upravičenec tudi po zaključku aktivnosti omogočiti vpogled v dokumentacijo, ki opravičuje zaključek aktivnosti, skladno z izdanim Zahtevkom za izplačilo.



## **22. Vprašanje:**

**Ali je upravičen strošek vnosa vsebin na spletno stran, preko zunanjega izvajalca?**

### **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški, je to upravičen strošek.

## **23. Vprašanje:**

**Ali je upravičen strošek gostovanja in vzdrževanja spletne strani?**

### **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški, je to upravičen strošek, v deležu, ki se nanaša na spletno stran, s katero izvajate splošno informiranje.

## **24. Vprašanje:**

**Vprašanje vezano na študijsko potovanje, ko gostimo novinarja: ta obiše muzej in restavracijo. Ali lahko to omeni v članku ali ne?**

### **ODGOVOR:**

Obisk različnih turističnih točk, znamenitosti, doživetij in med drugimi tudi okušanje lokalne kulinarike so ključni elementi študijskih potovanj. Običajno novinar v prvi vrsti obiše destinacijo in v članku zajame splošen opis le-te, turistične znamenitosti in druge splošne informacije. Novinarska svoboda pa dopušča vsakemu novinarju, da objavi tudi bolj konkretne podatke. Tega vnaprej ni možno predvideti, dokler članek ni objavljen. Zato upravičenec presoja od primera do primera. V kolikor bo članek že objavljen in bodo izpostavljeni ponudniki s konkretnimi kontaktnimi podatki (kar se včasih tudi zgodi), se presoja upravičenost glede na delež te izpostavitve, v primerjavi s celotnim člankom.

## **25. Vprašanje:**

**Ali je upravičen strošek lahko tudi strošek destinacije, ko študijsko potovanje organizira STO in vključuje destinacijo?**

### **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški, spadajo med **neupravičene stroške** tudi: stroški vseh ostalih aktivnosti, **ki jih STO že financira preko svojih rednih programskih aktivnosti** (sejemski nastopi, študijske ture ...) in kar ni predmet sofinanciranja javnih razpisov MGRT oz. drugih nacionalnih in lokalnih javnih institucij v Sloveniji in v Evropski uniji.

## **26. Vprašanje:**

**Kateri stroški organizacije študijskega potovanja novinarja so upravičeni in kako jih utemeljemo? Ali je objava članka novinarja obvezna?**



## **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški, spadajo med **upravičene stroške** študijskih potovanj:

- stroški identifikacije in/ali stroški agencije za privabljanje medijev ali drugih deležnikov iz področja turizma, ki aktivno deluje na ciljnem(ih) tujem(ih) trgu(ih) medija ali turistične agencije/organizatorja potovanj;
- stroški namestitvev in prevoza za posamezne udeležence študijskih potovanj;
- stroški usposobljenega vodnika z veljavno licenco vključno s prevoznimi stroški in stroški vstopnin in opreme, ki so nujno potrebni za spremljanje vodnika v sklopu vodene aktivnosti;
- stroški storitev za izkustvo doživetja (npr. zipline, vožnja z gondolo, s čolnom ali pletno ipd.), vstopnin (npr. znamenitosti, muzeji, druga doživetja ipd.) ali najema (športne ali druge) opreme za izvedbo aktivnosti predstavnika(e) medija(ev) oz. predstavnika(ov) tujih organizatorjev potovanj ali turističnih agencij, povezanih z izvedbo študijskega potovanja.

Upravičenec mora zagotoviti v Zahtevku za izplačilo čim več dokazov, da je študijsko potovanje izvedel, lahko tudi s seznamom predstavnikov medijev, lahko je npr. poslovna vizitka, fotografije na lokaciji, ki jih diseminirate skozi lastne komunikacijske kanale, lahko so tudi lastne objave novinarja na družbenih omrežjih itn. V kolikor je novinar v času do oddaje Zahtevka za izplačilo že objavil članek, ga upravičenec mora priložiti kot dokazilo.

V kolikor bo Zahtevk za izplačilo vseboval pomanjkljiva dokazila o izvedbi aktivnosti, bo STO skladno s poglavjem V. POSTOPEK PREVERJANJA ZAHTEVKA ZA IZPLAČILO IN NAČIN FINANCIRANJA, pozval upravičenca k dopolnitvi dokumentacije.

## **27. Vprašanje:**

**Maribor kot brand, Maribor kot mesto najstarejše trte, hkrati pa je trta tržno naravnana. Kje je ta ločnica, da bodo stroški, ki jih bomo uveljavljali upravičeni?**

## **ODGOVOR:**

Vsaka destinacija ima več turističnih znamenitosti, s katerimi se pozicionira na trgu. Gre za image predstavitev, v tem konkretnem primeru je to lahko vizualna predstavitev najstarejše trte ali pa npr. Špičnika, ali Pohorja, ne pa tudi konkretne ponudbe, npr. prodaja vstopnic, storitve degustacije ipd.

## **28. Vprašanje:**

**Glede izbora vplivnežev, ali obstaja kakšno merilo, kateri vplivnež je ustrezen?**

## **ODGOVOR:**

Upravičenec bo sam presojal glede na lastne potrebe, promocijo produkta in glede na tuje trge na katerih želi ciljno nastopiti, kateri je najbolj ustrezen vplivnež. Skladno s točko I. 11. 1 Upravičeni stroški, spadajo med upravičene stroške tudi morebitni stroški identifikacije ustreznega vplivneža.

### **29. Vprašanje:**

**Regijsko sodelovanje je opredeljeno znotraj makro destinacije. Kako ravnamo v konkretnem primeru SAŠA destinacije, ko se želimo povezovati s sosednjo makro destinacijo?**

#### **ODGOVOR:**

Skladno s točko I. 5. 3 Ostali pogoji sodelovanja, tega javnega razpisa, podtočko 11. se izvajajo skupni regijski projekti za vsaj dve oz. več vodilnih destinacij znotraj makro destinacije.

### **30. Vprašanje:**

**Ali se šteje kot upravičen strošek, organizacija študijskega potovanja, npr. s strani agencije kot zunanjega izvajalca.**

#### **ODGOVOR:**

Enak kot pri vprašanju št. 26.

### **31. Vprašanje:**

**Ali se upošteva kot nosilni produkt vodilne destinacije, le tisti, ki je naveden v poglavju II. tega javnega razpisa? Torej za makro destinacijo pod katero spada vodilna destinacija?**

#### **ODGOVOR:**

Da.

### **32. Vprašanje:**

**Če pripravljamo katalog z image predstavitvijo nosilnih produktov in še festivalov. Ali je to upravičen strošek?**

#### **ODGOVOR:**

Enak kot pri vprašanju št. 3.

### **33. Vprašanje:**

**Ali je upravičen strošek spletni katalog?**

#### **ODGOVOR:**

Da, v kolikor je image katalog.

### **34. Vprašanje:**

**Ali se lahko aktivnosti promocije izvajajo tudi na domačem trgu za domače goste oz. kje je navedeno, da se morajo aktivnosti izvajati samo za tuje goste?**

**ODGOVOR:**

V točki I. 2 Namen in cilj javnega razpisa, je v prvem odstavku zapisano, da morajo biti sredstva financiranja namensko porabljena **zgolj z namenom aktivnosti promocije na tujih trgih** v letu 2020.

**35. Vprašanje:**

**Ali se lahko promovira konkretna prireditve, npr. Sladka Istra?**

**ODGOVOR:**

Promocija prireditve na destinaciji, na tujih trgih je upravičen strošek, ne pa tudi stroški organizacije le-te.

**36. Vprašanje:**

**Ali je upravičen strošek zakup oglasov na družbenih omrežjih, npr. Facebook, storitev upravljanja le-tega pa izvajamo sami z lastnimi kadrovskimi resursi?**

**ODGOVOR:**

Da, kot digitalno oglaševanje- medijski zakup na tujih trgih.