

VPRAŠANJA IN ODGOVORI NA JAVNI RAZPIS »ZA SOFINANCIRANJE PROMOCIJE SLOVENSKE TURISTIČNE PONUDBE NA TUJIH TRGIH V LETU 2020«

Št. 4 (10.1.2020)

1. Vprašanje:

Imam vprašanje glede izvedbe oglaševanja. Ker kot agencija oziroma DMC na tujih trgih ne nastopamo direktno ampak preko posrednikov (partnerjev, touroperatorjev), ali bi se vseeno lahko pravili na razpis. Da vam podam konkreten primer – svoj lasten produkt bi oglaševali na več trgih vendar se v oglasih ne pojavljajo naše ime temveč ime partnerja, ki ta naš produkt prodaja v tujini (kot posrednik).

Upravičenec do sredstev financiranja je vsako podjetje (gospodarska družba ali samostojni podjetnik), ki ima na dan oddaje vloge na ta javni razpis sedež v Republiki Sloveniji in, ki izpolnjuje pogoje iz točke I. 5 Pogoji za kandidiranje.

Skladno s podtočko I. 5. 3 Ostali pogoji sodelovanja mora prijavitelj oz. upravičenec pri vseh načinih distribucije promocijskih sporočil (tisk, digitalni mediji, radio, TV) sofinanciranih preko tega javnega razpisa obvezno vključiti logotip I feel Slovenia in zaželeno navedbo ključnika #ifeelsLOVEnia ter upoštevati Navodila STO glede uporabe celostne grafične podobe, kot navedeno v Prilogi 1 tega javnega razpisa.

Skladno s točko IV. POSTOPEK PREVERJANJA ZAHTEVKA ZA IZPLAČILO IN NAČIN FINANCIRANJA, razpisne dokumentacije tega javnega razpisa mora upravičenec zagotoviti dokazovanje upravičenosti stroškov in s tem pridobitev javnih sredstev za sofinanciranje njegove promocijske aktivnosti na način, da mora biti iz vsebine specifikacije opravljenih storitev računa dobavitelja jasno razvidno, za katero vrsto stroška je bil račun izdan in da je bil opravljen izrecno za namen izvedbe projekta upravičenca, skladno s pogodbo o sofinanciranju.

V primeru prenosa izvedbe aktivnosti na tujega partnerja v tuji državi na način kot ste opisali in v primeru pozitivno ocenjene vloge, obstaja velika verjetnost, da v izvedbeni fazi ne bodo izpolnjeni pogoji dokazovanja upravičenosti stroškov.

2. Vprašanje:

Ena od promocijskih aktivnosti oglaševanje v tiskovinah, med katerimi je navedeno, da pod to sodijo tudi letaki in brošure. Je torej dovolj, da se v sklopu te aktivnosti izdelava brošura, ki se jo razpošlje na določeno število naslovov na tujem trgu?

Promocijska aktivnost se lahko izvede na predlagani način, vendar v celoti skladno s pogoji in zahtevami iz razpisne dokumentacije tega javnega razpisa, sicer bo, v primeru pozitivno ocenjene vloge, Zahtevke za izplačilo zavržen.

3. Vprašanje:

Ali obstajajo pri izvajanju promocije preko influencerjev kakšna posebna merila glede dosega dotičnega influencerja v smislu minimalnega števila sledilcev?

Promocijska aktivnost z vplivnežem zastavite sami kot je opisano v točki II. 1. 3 Posebna navodila in pogoji izvedbe aktivnosti pod Merilom 1. 3. 2, razpisne dokumentacije tega javnega razpisa in skladno z obrazcem št. 3. Podatki o projektu. Cilj projekta mora biti, da za vložena

finančna sredstva nagovorite vplivneža s čim več sledilci, da bo njihov vpliv čim močnejši in kar bo posledično manifestiralo v večji obisk na pristajalni strani projekta, ki je za tak projekt obvezna.

4. Vprašanje:

Ali lahko vse promocijske aktivnosti (v našem primeru konkretno oglaševanje v digitalnih medijih, oglaševanje v tiskovinah in oglaševanje na zunanjih površinah) izvede zunanji izvajalec s podizvajalci? Ali je treba v vlogi navesti zunanjega izvajalca?

Skladno s točko I. 11. 1Upravičeni stroški, razpisne dokumentacije tega javnega razpisa, STO prizna kot upravičene stroške tiste, ki so neposredno povezani s predmetom tega javnega razpisa kot neposredne stroške, v deležu 95% in posredne stroške, v deležu 5 %.

STO prizna prijavitelju kot **neposredne stroške** naslednje stroške:

1. Stroški storitev zunanjih izvajalcev:

- stroški storitev strokovnjaka, medijskega in/ali digitalnega eksperta, za pripravo medijskega načrta, spremljanje in nadzor ter priprave poročila o uspešnosti izvedenih aktivnosti,
- stroški storitev strokovnjaka, oblikovalca za pripravo oglasov,
- drugi stroški storitev izvedbe oglaševalskih aktivnosti (npr. tisk jumbo plakatov, tisk gradiv, postavitve panojev, postavitve pristajalne spletne strani, drugih fizičnih ali digitalnih storitev, ki niso navedeni v prvih dveh zgornjih alinejah te točke, so pa nujno potrebni za izvedbo aktivnosti).

2. Stroški izvedbe medijskega zakupa:

- medijski zakup oglasnega prostora na mediju, kjer se vrši oglaševanje, vključno s tehničnim serviranjem oglasov (zakup AdServerjev, najem plakatnih mest, dostava gradiv ipd.).

Mediji za katere se priznavajo upravičeni stroški so:

- digitalni mediji,
- tiskani mediji,
- zunanje oglaševalske površine,
- radio in televizija.

Pri čemer mora biti upoštevano, da se kot neposredni upravičeni štejejo stroški:

- do maksimalno 40 % neposrednih upravičenih stroškov za storitve zunanjih izvajalcev (točka 1. Stroški storitev zunanjih izvajalcev),
- minimalno 60 % neposrednih upravičenih stroškov za izvedbo medijskega zakupa (točka 2. Stroški izvedbe medijskega zakupa:).

Vse storitve lahko opravijo zunanji izvajalci ali podizvajalci. Ni potrebno, da prijavitelj vnaprej navaja naziv dobaviteljev za prijavljeni projekt, mora pa biti jasno razvidno iz celotne dokumentacije Zahtevka za izplačilo kot navedeno v točki IV. POSTOPEK PREVERJANJA ZAHTEVKA ZA IZPLAČILO IN NAČIN FINANCIRANJA, kdo je izvedel aktivnost, kdaj ter v kakšnem obsegu ter v celoti skladno s prijavljenim projektom v Obrazcu št. 3 Podatki o projektu.