



JAVNI POZIV ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA

JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA U 2024. GODINI

Sukladno članku 9. i 38. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) Turistička zajednica Šibensko-kninske županije objavljuje Javni poziv za provedbu udruženog oglašavanja sa subjektima javnog i privatnog sektora.

Ovaj javni poziv obuhvaća dva modela za udruženo oglašavanje sustava turističkih zajednica i subjekata koji su nositelji ponude destinacije (članovima turističkih zajednica).

I. Opće odredbe

Predmet Javnog poziva je udruženo oglašavanje ponude destinacije, odnosno smještajne ponude i ostalih oblika turističke ponude. Udruženo oglašavanje sustav turističkih zajednica s područja Šibensko-kninske županije provodi s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarskim subjektima koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj, odnosno nautičke usluge prema posebnim propisima) te ostalim nositeljima ponude koja predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinose poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista, te povećanju turističke potrošnje.

Maksimalan ukupan iznos sredstva koja će Turistička zajednica po ovom Pozivu Šibensko-kninske županije uložiti u udruženo oglašavanje je **100.000,00 EUR**. Ukoliko ukupan iznos prihvatljivih prijava bude viši od navedenog iznosa Turistička zajednica Šibensko-kninske županije zadržava pravo prijavitelju ponuditi manji iznos sufinanciranja.

Oглаšavanje ponude destinacije odnosi se prvenstveno na ponudu u predsezoni i posezoni, odnosno na cjelogodišnju ponudu u destinacijama koje nemaju izlaz na more ili na turistički nerazvijenim područjima (TNP).

Kampanja oglašavanja provodi se kroz zakup javnog medijskog prostora s ciljem:

- ✓ privlačenja gostiju na područje Šibensko-kninske županije, ostvarenja većeg broja dolazaka i noćenja, te povećanja potrošnje u destinaciji;
- ✓ oglašavanja prioritetnih turističkih proizvoda koji su motiv dolaska u destinaciju;





- ✓ osiguravanja cijelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnoj/regionalnoj razini radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda;
- ✓ podizanja vidljivosti regionalnog brenda korištenjem DALMACIJA Šibenik - Tako prirodna, tako lijepa;
- ✓ stvaranja prepoznatljivog imidža Šibensko-kninske županije.

II. Modeli udruženog oglašavanja

1. Udruženo oglašavanje ponude destinacije

Udruženo oglašavanje ponude destinacije u zakupu javnih medija obuhvaća oglašavanje smještajne i ostalih oblika ponude koja se provodi u suradnji s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarskim subjektima koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) i ostalim nositeljima ponude koja predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista, odnosno povećanju turističke potrošnje (prvenstveno gospodarskim subjektima koji pružaju usluge sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu, odnosno natuičke usluge prema posebnim propisima).

Udruženo oglašavanje u ovom modelu provode prihvatljivi gospodarski subjekti kao nositelji oglašavanja u suradnji s turističkim zajednicama županija kao koordinatorima i turističkim zajednicama općina/gradova. Sva prava i obveze propisat će se međusobnim ugovorom.

Nositelji oglašavanja mogu biti:

1.A. nositelji smještajne ponude – smještajni objekti

Propisani udjeli sudjelovanja za ovaj model oglašavanja su:

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 50%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 50%.

Raspodjela sredstava vrši se prema udjelu u ostvarenim noćenjima u 2022. godini i 2023. do dana zaključenja Javnog poziva.

1.B. turističke agencije i nositelji ostalih oblika turističke ponude destinacije (mali partneri)

Malim partnerima se smatraju:

- smještajni objekti do 50 soba ili kampovi do 66 smještajnih jedinica,
- partneri koji ostvaruju do 1 milijun kuna godišnjeg prometa prema podacima prethodne dvije godine.
- Prednost će imati nositelji smještajne ponude koji imaju oznaku kvalitete „Like Home“

Status malog partnera dokazuju se vjerodostojnim potvrdoma i izjavama koje se prilaže uz prijavu.

Propisani udjeli sudjelovanja za ovaj model oglašavanja su:





- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 50%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 50%.

Propisani udjeli sudjelovanja za projekte na turistički nerazvijenim područjima za ovaj model oglašavanja su:

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) maksimalno do 80%,
- nositelj oglašavanja/ponude minimalno 20%.

III Marketinške aktivnosti i način oglašavanja

Markelinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje:

- on line oglašavanje (oglašavanje na portalima javnih medija, oglašavanje tekstualnim oglasima na tražilicama, platforme i sl.),
- oglašavanje na društvenim mrežama (plaćeni oglasi na društvenim mrežama),
- oglašavanje u tiskanim medijima,
- oglašavanje na televiziji i radiju,
- vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu).





Marketinške aktivnosti u sklopu ove kampanje trebaju:

- voditi računa o oglašavanju destinacije (iz oglasa mora biti vidljivo da se promovira područje Šibensko-kninske županije);
- aplicirati logotip i slogan TZ Šibensko-kninske županije i HTZ u odgovarajućoj jezičnoj mutaciji;
- kod društvenih mreža navesti @croatia.sibenik/visit_dalmatiasibenik #DalmatiaSibenik#soNATURALsoBEAUTIFUL#
- promovirati smještajni objekt koji se nalaze isključivo na području Šibensko-kninske županije, odnosno program/ponuda koja se odvija na području Šibensko-kninske županije.

Media plan

Media plan se mora odnositi prvenstveno na oglašavanje na ciljanim inozemnim tržištima. Iznimno, destinacije koje nemaju izlaz na more ili su na turistički nerazvijenim područjima mogu se dodatno oglašavati i na domaćem tržištu (nacionalni mediji, značajni regionalni mediji s najvećim dosegom u drugim županijama koje su ciljana tržišta, iznimno OOH oglašavanje u Šibensko – kninskoj županiji).

Vrijednost media plana za oglašavanje ponude destinacije može uključivati do 50% tekstualnih oglasa na tražilicama, a predmet oglašavanja mora biti vezan uz Šibensko-kninsku županiju.

Prijedlog media planova treba sadržavati samo one aktivnosti koje će moći biti provedene u skladu s propisanim uvjetima, odnosno kojima će se na adekvatan način biti vidljiva destinacija. Isto oglašavanje ne može biti prijavljeno u više modela.

Uz media plan treba dostaviti obrazloženje kampanje (strategiju, ciljeve, ciljana tržišta, ciljane skupine, odabir medija/formata/termina u odnosu na ciljana tržišta i ciljane skupine) te informacije o sadržaju planiranog oglašavanja (opće oglašavanje, oglašavanje posebne ponude/događanja (specificirati), oglašavanje nekog od od selektivnih oblika turizma/proizvoda (specificirati) i sl.).

Aktivnosti iz media plana trebaju biti uskladene s nacionalnim i regionalnim strateškim planovima turizma.

Svi troškovi navedeni u media planu odnose se na stvarno plaćene neto prihvatljive troškove dobavljačima prema ispostavljenim fakturama, a koje nositelj oglašavanja prilaže kao dio dokaza o plaćenom realiziranom oglašavanju/bruto prihvatljive troškove kod turističkih zajednica.

Maksimalni iznos sufinciriranja TZ Šibensko-kninske županije po jednom partneru može biti 15 000 eura.

Svi sudionici udruženog oglašavanja dužni su na vlastitim internetskim stranicama postaviti online oglas kojim se oglašava destinacija DALMACIJA ŠIBENIK, banner najmanje u formatu od 300x250, težine 40 KB (banner TZŽ Šibensko-kninske povezan s web stranicom TZ Šibensko-kninske županije).

Kod tekstualnih oglasa banner mora biti vidljiv čim se otvorи landing stranica na koju tekstualni oglas vodi, a na njoj nalazi ponuda koja se oglašava i odnosi na prihvatljiv period oglašavanja ponude. Uz banner na stranici, u dogовору с turističkim zajednicama, može biti i dio sadržaja posvećen destinaciji.

Nositelj oglašavanja dužan je prije pokretanja oglašavanja pripremiti prijedlog oglasa i dobiti odobrenje TZ Šibensko-kninske županije za njegovu objavu.





Nositelj oglašavanja je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

TZ Šibensko-kninske županije može zatražiti dodatnu prilagodbu i izmjenu media planova u cilju lakše i brže provedbe projekta i isplate sredstava te dati dodatne upute za pripremu i sadržaj oglašavanja.

TZ Šibensko-kninske županije zadržava pravo odabira partnera i kandidiranih programa, ocjenjujući marketinški efekt kampanje i promociju Šibensko-kninske županije.

Prednost pri odabiru će imati:

- poslovni subjekti koji promoviraju posebne oblike turizma u Šibensko-kninskoj županiji s naglaskom na aktivni odmor, eno-gastro turizam, kulturni turizam i ruralni turizam,
- cjelogodišnje poslovanje,
- inovativnost, destinacijski doživljaj i jedinstvenost ponude subjekta,
- naglasak na predsezoni i posezoni,
- održivi pristup razvoju turizma.

Sve kampanje moraju završiti najkasnije do 30. studenog 2024. godine osim u slučaju za koje TZ Šibensko-kninske županije da posebno odobrenje.

IV Neprihvatljive kandidature

Neće se razmatrati i bit će automatski odbačene kandidature partnera:

- koje ne sadrže cijelokupnu dokumentaciju za prijavu,
- koje sadrže obrasce s nepotpunim ili nevjerodostojnim podacima,
- koje su pristigle nakon propisanog roka.

V Troškovi koji nisu predmet udruženog oglašavanja

Udruženo oglašavanje i media plan mogu uključivati samo troškove zakupa oglasnog prostora potkrijepljene odgovarajućim računima.

Nisu prihvatljivi troškovi posredovanja marketinških agencija, troškovi pripreme oglasa (npr. troškovi izrade web stranica i aplikacija, troškovi dodatnih usluga pripreme oglasa), troškovi nastupa na sajmovima i prezentacijama, troškovi redovnih aktivnosti i sl., te troškove koji su obuhvaćeni drugim ugovorima s TZ Šibensko-kninske županije i ostalim turističkim zajednicama.

VI. Ugovorne obveze i ostali uvjeti

Isplata sredstava vrši se nakon realizacije svakog dijela ugovorenog oglašavanja. Nositelj oglašavanja uz zahtjev za isplatu sredstava mora dostaviti potpunu, urednu i složenu dokaznu dokumentaciju koju čine:

- potpisani ugovor s odobrenim media planom,
- obračun realiziranog media plana i specifikaciju svih dostavljenih priloga u skladu s dostavljenim obračunom i odobreni media planom,
- dokaznu dokumentaciju o realizaciji oglašavanja za sve vrste medija (tisk, plakatiranje, TV i radio, online oglašavanje) u skladu s propisanom dokumentacijom za sve vrste medija,
- račune dobavljača za sve troškove po stavkama realiziranog media plana,
- dokaze o plaćanju oglašavanja za koje se traži isplata udjela partnera.





VII. Dokumentacija za prijavu i rokovi prijave

Svi obrasci za prijavu nalaze se u prilogu ovog Javnog poziva i dostavljaju se ovjereni u skladu s uputama u elektroničkom obliku s ostalom propisanom dokumentacijom.

Prijave se dostavljaju u elektroničkom obliku putem e – pošte na info@dalmatiasibenik.hr; ines.ljubic@dalmatiasibenik.hr, najkasnije do 20. studenog, 2023 godine.

Klasa: 035-04/23-01/29

Ur. broj: 2182/1-23-1





TURISTIČKA ZAJEDNICA
ŠIBENSKO-KNINSKE
ŽUPANIJE





TURISTIČKA ZAJEDNICA
ŠIBENSKO-KNINSKE
ŽUPANIJE

