

VPRAŠANJA IN ODGOVORI NA JAVNI RAZPIS

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

Št. 11 (10.3.2020)

1. Vprašanje:

Pišem v zvezi z obrazcem 4 – izjava o podpori predstavnikov turističnega gospodarstva.

V besedilu obrazca piše, da lahko pridobimo podporo tudi od drugih ključnih dejavnikov, ki delujejo na območju vodilne destinacije, kot so, turistična društva, pravne osebe v javnem interesu na področju spodbujanja razvoja turizma, produktna združenja nosilnih produktov idr. V merilih (od str. 24 do str. 30) pa ti niso posebej navedeni.

Ali je smiselno pridobivati soglasja tudi le-teh (npr. turističnih društev) in če, katere podatke navedemo (št. članov in predsednike društev iz katerega leta (2017?))?

ODGOVOR:

Destinacije imajo različno razvito mrežo deležnikov znotraj svojih območij, ki jih razpisovalec ni mogel vnaprej natančno opredeliti. Povezovanje z različnimi deležniki na področju turizma znotraj vodilne destinacije pa intenzivira aktivnosti destinacije znotraj in izven območja le-te. Zato je v **točki I. 5. 2 Posebni pogoji za kandidiranje, točka 2.** predvideno in zahtevano, da: »Prijavitelj se zavezuje, da bo v aktivnosti, ki jih bo izvajal v okviru tega razpisa, vključeval tudi turistično ponudbo občin na širšem zaokroženem območju svojega delovanja, ki niso opredeljene kot vodilne destinacije (v kolikor le-te obstajajo oz. že niso vključene v vodilno destinacijo in razpolagajo s turistično ponudbo) in se povezal s ključnimi deležniki, ki delujejo na področju turizma znotraj vodilne destinacije in nosilnimi produktnimi združenji, kot prikazano v točki II.2.2 Nosilni produkti, te razpisne dokumentacije.«

V Obrazcu št. 4. navedete podatke za deležnike (ki niso namestitve) v tabeli kot označeno spodaj z rumeno barvo.

Št.	Naziv organizacije (predstavnik slovenskega turističnega gospodarstva)	Ime in priimek ter funkcija predstavnika organizacije	Število namestitvenih kapacitet (ležišč) za ponudnike oz. za druge deležnike navedba števila članov	% namestitvenih kapacitet (ležišč) / vse namestitvene kapacitete na območju vodilne destinacije ¹ (vpiši le za ponudnike sicer označi z » / «)	Občina, v kateri se izvaja dejavnost organizacije
-----	--	---	---	---	---

¹ Vir: SURS, podatki za leto 2017:

https://pxweb.stat.si/SiStatDb/pxweb/sl/REPOZITORIJ_SLO/REPOZITORIJ_SLO/2164504S.px/

2. Vprašanje:

Glede na odgovor št. 4 iz 20.2.2020 in 4. odstavek, Google Search oglaševanje torej ni možno, ker ni možno vključiti logotipa STO?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju Št. 1, pri sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 4 (20.2.2020) v 4 odstavku in pri vprašanju Št. 16, pri sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 9 (3.3.2020).

Logotipa STO ni potrebno vključevati. Vključite logotip »I feel Slovenia«, skladno s Prilogo 1 razpisne dokumentacije javnega razpisa, Navodila STO glede uporabe celostne grafične podobe.

Razpisovalec bo preverjal ustreznost oglasov in izpolnjevanje pogojev tudi glede uporabe celostne grafične podobe pri dokazilih v Zahtevku za izplačilo.

3. Vprašanje:

Fotografije, ki jih naročimo v zvezi s tem razpisom, morajo biti vedno in pri vseh objavah (tudi na spletni strani) opremljene z logotipom STO?

ODGOVOR:

Fotografij odkupljenih/naročenih iz sredstev tega javnega razpisa za namen lastnega arhiva ali STO mediateke, ni potrebno opremljati z logotipom. Razpisovalec je navedel v 4 podtočki, točke I. 5. 3 Ostali pogoji sodelovanja, tega javnega razpisa, da mora prijavitelj: » ... **pri vseh načinih distribucije promocijskih sporočil** sofinanciranih preko tega javnega razpisa obvezno vključiti logotip I feel Slovenia in zaželeno tudi navedbo ključnika #ifeelsLOVEnia ter upoštevati Navodila STO glede uporabe celostne grafične podobe, kot navedeno v Prilogi 1 tega javnega razpisa.« Delni odgovor je podan tudi pri vprašanju št. 2, tega sklopa Vprašanj in odgovorov št. 11 (10.3.2020).

4. Vprašanje:

V primeru oglaševanja s pomočjo promocijskih filmov, ki smo jih izdelali v okviru preteklega razpisa MGRT, je dovolj logotip STO, uporabljen le v odjavni špici, leži pa sicer levo spodaj?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju št. 2, tega sklopa Vprašanj in odgovorov št. 11 (10.3.2020) in pri vprašanju Št. 4, pri sklopu Vprašanj in odgovorov Št. 9 (3.3.2020).

5. Vprašanje:

Ali se pri prijavnem obrazcu VII 3 (Podatki o projektu), pod Opredelitev obdobja oglaševanja in nagovarjanja prihoda turistov, od – do, poda dejansko obdobje izvedbe, torej v našem primeru, bomo aktivnost izvajali od 1. 4. 2020 do 31. 12. 2020, in bomo stroške upravičili do 15. 11. 2020. S promocijsko aktivnostjo bomo pa še nadaljevali do konca leta. Ali je obdobje izvedbe mišljeno samo za obdobje od 1. 1. 2020 do 15. 11. 2020, kadar upravičenci lahko uveljavljamo upravičene stroške?

ODGOVOR:

V Obrazec 3. Podatki o projektu navedete obdobje oglaševanja (izvedbe konkretnih aktivnosti) sofinanciranih preko tega javnega razpisa v obdobju uveljavljanja upravičenih stroškov, od 1.1.2020 do 15.11.2020.

6. Vprašanje:

Kako se predvideva oglaševanje/promocija športnih dogodkov, glede na to, da gre tukaj za specifični produkt (Npr. dogodek Planica, FIS,...)?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju št. 35 sklopa Vprašanj in odgovorov št. 2 (14.2.2020) in je razširjen po spremembi razpisne dokumentacije 28.2.2020 tudi na domači trg.

7. Vprašanje:

Ali lahko pri prijavnem obrazcu VII. 3.1 (Celovit načrt promocije), pri komunikacijskem načrtu navedemo več glavnih mesečnih komunikacijskih tem?

ODGOVOR:

Običajno v stroki velja, da se z glavno komunikacijsko mesečno temo osredotoča v enem mesecu na najpomembnejše, ključno sporočilo, s ciljem fokusiranega, jasnega in enotnega sporočanja. Ostale teme se v posameznem segmentu ciljnih skupin ali produktov prilagajajo tej glavni temi, glede na uporabnike znotraj ciljne skupine ali koristnika produkta. V kolikor je vaš komunikacijski načrt razvejan na dodatne glavne teme, in ne le eno, lahko te predstavite, čemur (predvidoma) prilagodite tudi vse ostale točke, pod to točko znotraj enega meseca.

8. Vprašanje:

Ali je za Google Search kampanje dovolj, če je logotip »I feel Slovenia« v nogi na pristajalni strani (landing page)?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju št. 2, tega sklopa Vprašanj in odgovorov št. 11 (10.3.2020).

9. Vprašanje:

Obrazec 3: Podatki o projektu, točka 3.2 Celovit načrt promocije. V sklopu točke 6 DRUGI DIGITALNI PROJEKTI načrtujemo 4 aktivnosti: prenavo spletne strani, licenco Outdoor Active, stroške marketinške agencije in poročilo SEMrush. Ali moremo v tabeli NAČRTOVANE AKTIVNOSTI navesti 4 aktivnosti (4x navedeno tabelo s točko 6 DRUGI DIGITALNI PROJEKTI) ali lahko vse združimo in opišemo 1x v tabelo pod to aktivnost?

ODGOVOR:

Ker gre za različne digitalne aktivnosti, pri katerih predvidevamo ne bo možno v celoti sofinanciranje glede na izvajanje gospodarske in negospodarske dejavnosti, kot je delno že navedeno v odgovoru na vprašanje št. 7 sklopa Vprašanj in odgovorov št. 2 (14.2.2020), morate aktivnosti prijavljati ločeno. Obrazec po potrebi, glede na število prijavljenih aktivnosti skopirate.

10. Vprašanje:

V naši destinaciji bi v času izvajanja oglaševalskih akcij link iz akcij naredili na vstopno stran destinacije, kjer niso izpostavljeni posamezni ponudniki, vsebino, kjer pa so ti zaenkrat izpostavljeni, bomo do pričetka izvajanje akcij še uredili in tam uredili splošne vsebine. Ponudniki so potem izpostavljeni v nadaljnjih korakih strani, v menijih in podmenijih, ko obiskovalec dalje raziskuje stran. So pa na prvi strani spletne strani izpostavljene tudi novice in pa koledar dogodkov, kjer so občasno izpostavljeni kakšni ponudniki (na primer: Vinske zgodbe v določeni vinski kleti ali novička, da je kakšen ponudnik prejel kakšno priznanje ali uvedel kakšno novost). Je tudi to sporno, če oglaševalske akcije vodijo sem? Novo spletno stran smo namreč zastavili tako, da so čim bolj predstavljeni ponudniki in posamezni produkti, vsebina na naslovni strani pa je še najbolj splošna. In s tem se izognemo izdelovanju novih pristajalnih strani in lahko več sredstev namenimo samemu oglaševanju.

ODGOVOR:

Odgovor je podan v drugem delu vprašanja št. 17 sklopa Vprašanj in odgovorov št. 2 (14.2.2020).

11. Vprašanje:

Glede na to, da je sedaj možno oglaševanje tudi na slovenskem trgu, je možno oglaševati tudi tradicionalne prireditve, ki jih organiziramo v destinaciji? Pri nas so to Jurjevanje, Martinovanje, Praznik Pohorskega lonca, Holcerija, itd... Ali se tudi to šteje kot izpostavljanje ponudnikov?

ODGOVOR:

Odgovor je podan pri vprašanju št. 6, tega sklopa Vprašanj in odgovorov št. 11 (10.3.2020).

12. Vprašanje:

Vzorec pogodbe izpolnimo in pošljemo zraven dokumentacije ?

ODGOVOR:

Skladno s točko VI. 1 Obrazci za pripravo vloge prijavitelja, mora prijavitelj Obrazec št. 8: Vzorec pogodbe, zgolj parafirati na vsaki strani.