

JAVNI POZIV ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA U 2018. GODINI
Dodatni kriteriji turističkih zajednica županija

TURISTIČKA ZAJEDNICA ISTARSKE ŽUPANIJE

Model 1-B

- **Veliki partneri:**
 - Udio u ostvarenim noćenjima u 2016. godini
 - TZ Istarske županije zadržava pravo odabira i prihvaćanja partnera u skladu sa strateškim razvojnim i marketinškim planom, važnosti partnera za razvoj destinacije te vrijednosti ulaganja partnera u turistički razvoj destinacije i ulaganja u brendiranje destinacije.
- **Za manje partnere (smještajni objekti do 50 soba ili kampovi do 66 smještajnih jedinica)**
 - Udio u ostvarenim noćenjima u 2016. godini, prednost će se dati onima koji imaju cjelogodišnje poslovanje – veći broj/udio noćenja izvan glavne sezone, višu kategorizaciju te su nositelji specifične ponude bitne za brendiranje destinacije
 - TZ Istarske županije zadržava pravo odabira i prihvaćanja partnera u skladu sa strateškim razvojnim i marketinškim planom, važnosti partnera za razvoj destinacije te vrijednosti ulaganja partnera u turistički razvoj destinacije i ulaganja u brendiranje destinacije.

Model 1-C

- Udio u ostvarenim noćenjima u 2016. godini po vrsti smještaja (čvrsti objekti / kampovi /privatni smještaj/ itd.), prednost će se dati onima s većim brojem/udjelom noćenja izvan glavne sezone, te nositeljima specifične ponude bitne za brendiranje destinacije
- TZ Istarske županije zadržava pravo odabira i prihvaćanja partnera u skladu sa strateškim razvojnim i marketinškim planom, važnosti partnera za razvoj destinacije, te vrijednosti ulaganja partnera u turistički razvoj destinacije i ulaganja u brendiranje destinacije.

TURISTIČKA ZAJEDNICA KVARNERA

TZ Kvarnera će sukladno Strateškom planu razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020. godine prednost dati programima koji se odvijaju i predsezoni i posezoni i to po segmentima kako slijedi:

Prioritetni turistički proizvodi

Aktivni odmor / proizvodi sporta i soft adventure	<ul style="list-style-type: none"> • Biciklizam • Planinarenje i hodanje • Tenis/Ronjenje • Sportske pripreme
Zdravstveni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Wellness • Thalasso • Medicinski programi
Kulturni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Turizam baštine • Eno-gastronomija • Gradski turizam • Kulturne ture i touring • Događaji, festivali i manifestacije • Vjerski turizam
Odmorišni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Ljetni odmor na suncu i moru • Odmor uz more izvan glavne sezone • Odmor u gorskim i ruralnim područjima
Nautički turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Nautički turizam; jahting, krizing
Poslovni turizam	<ul style="list-style-type: none"> • Team building i insentive putovanja

TURISTIČKA ZAJEDNICA ZADARSKE ŽUPANIJE

Model 1-C

a) predmet oglašavanja:

- programi (paket aranžmani) posebnih interesa (aktivni odmor, ciklo-turizam, eno-gastronomija i tradicija, i drugi.),
- programi (paket aranžmani) na otocima/u zaleđu;
- programi (paket aranžmani) koji naglašavaju posebnosti i jedinstvenosti Zadarske županije;
- programi (paket aranžmani) vezani uz događanja u predsezoni i posezoni,
- ponuda turističkih usluga različitih aspekata kao noviteta u ponudi destinacije,

b) kriteriji i mjerila:

- subjekt je član TZ s područja Turističke zajednice Zadarske županije te dostavlja dokaz o uplaćenju članarini u 2016. godini ili procjene u 2017. ukoliko je novitet;
- program/ponuda se odvija na području Zadarske županije;
- programi se odvijaju u pred i posezoni;
- dokaz o ostvarenom broju dolazaka i noćenja u pred i posezoni u 2016., procjene za 2017. i plan za 2018. Za 2016.g. dostavlja se u obliku ovjerene izjave pod materijalnom i krivičnom odgovornošću.

TURISTIČKA ZAJEDNICA SPLITSKO-DALMATINSKE ŽUPANIJE

Model 1-A

- Za sustav turističkih zajednica – Ostvarena noćenja u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2016.
- Promoviranje ruralnih krajeva i Dalmatinske Zagore
- Posebni marketinški efekti u određenoj kampanji
- Promoviranje posebnih oblika turizma, prvenstveno cikloturizam, kulturni turizam, aktivni odmor, eno-gastro turizam i zdravstveni turizam.

Model 1-B

- Za nositelje smještajne ponude u RH – broj noćenja i udio u ukupno ostvarenim noćenjima u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2016.
- Marketinški efekti kampanje
- Prednost pri odabiru će imati poslovni subjekti koji promoviraju posebne oblike turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji, prvenstveno cikloturizam, kulturni turizam, aktivni odmor, eno-gastro turizam i zdravstveni turizam,

Model 1-C

- Za nositelje ostalih oblika turističke ponude destinacije – ostvareni broj gostiju i noćenja u predsezoni (do 01.06.) i posezoni (od 01.10.) 2016. i 2017., te planirani broj gostiju i noćenja u predsezoni i posezoni u 2018
- Ukupno ostvareni broj gostiju i noćenja u 2016.
- Sveobuhvatni marketinški efekti
- Prednost pri odabiru će imati poslovni subjekti koji kreiraju i promoviraju posebne oblike turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji, prvenstveno cikloturizam, kulturni turizam, aktivni odmor, eno-gastro turizam i zdravstveni turizam u predsezoni (do 01.06.) i posezoni (od 01.10.)

TURISTIČKA ZAJEDNICA DUBROVAČKO-NERETVANSKE ŽUPANIJE

Model 1-B

- Kandidature mogu podnijeti nositelji smještajne ponude koji su otvoreni najmanje 7 tjedana (49 dana) u periodu od 1. siječnja do 31. ožujka 2018. i najmanje 5 tjedana (35 dana) u periodu od 1. listopada do 31. prosinca 2018. godine, dakle ukupno 84 dana.
- Oglasne kampanje odnose se na period od 1. siječnja do 31. ožujka 2018. i od 1. studenog do 31. prosinca 2018. godine.

Model 1-C

- Kandidature mogu podnijeti nositelji ponude koji posebne oblike turističke ponude razvijaju na otocima, poluotoku Pelješcu i ruralnom prostoru Dubrovačko – neretvanske županije.

TURISTIČKA ZAJEDNICA VARAŽDINSKE ŽUPANIJE

- Sukladno strateškim i marketinškim planovima u obzir će dolaziti programi koji se plasiraju na ciljana emitivna tržišta, koji su usuglašeni sa specifičnom ponudom županije - gastronomija, kultura, sportski i zdravstveni turizam, koji povezuju turističke destinacije u županiji, te koji za cilj imaju povećanje noćenja i povećanje turističke potrošnje na području županije.