



Glavni ured Hrvatske turističke zajednice, Iblerov trg 10/IV, 10 000 Zagreb, OIB: 72501368180

objavljuje

**JAVNI POZIV  
ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE  
U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA  
JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA  
U 2018. GODINI**

Zagreb, kolovoz 2017.

MODEL 1 UDRUŽENO OGLAŠAVANJE - DESTINACIJSKA PROMOCIJA OBALNIH ŽUPANIJA I GRADA ZAGREBA.....	2
1-A    Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije obalnih županija i Grada Zagreba .....	3
1-B    Udruženo oglašavanje posebne ponude obalnih županija i Grada Zagreba – nositelja smještajne ponude ...	5
1-C    Udruženo oglašavanje ostalih oblika turističke ponude obalnih županija i Grada Zagreba .....	7
1.    Dokumentacija za prijavu za model 1 .....	10
2.    Rokovi prijave za model 1 .....	10
MODEL 2 UDRUŽENO OGLAŠAVANJE - DESTINACIJSKA PROMOCIJA KONTINENTALNIH ŽUPANIJA .....	11
2-A    Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije kontinentalnih županija .....	12
2-B    Udruženo oglašavanje posebne ponude kontinentalnih županija – nositelja smještajne ponude .....	14
2-C    Udruženo oglašavanje ostalih oblika turističke ponude kontinentalnih županija .....	16
3.    Dokumentacija za prijavu za model 2 .....	19
4.    Rokovi prijave za model 2 .....	19
I.    Ukupna planirana sredstva .....	20
II.   Kandidature koje se neće razmatrati .....	20
III.  Troškovi koji nisu predmet udruženog oglašavanja .....	20
IV.   Plaćanje i dokazna dokumentacija .....	20
V.    Rješavanje sporova .....	21
VI.   Ostale odredbe Glavnog ureda HTZ-a.....	21

## MODEL 1

### UDRUŽENO OGLAŠAVANJE - DESTINACIJSKA PROMOCIJA OBALNIH ŽUPANIJA I GRADA ZAGREBA

Udruženo oglašavanje sukladno ovom modelu odnosi se isključivo na ponudu destinacije u **predsezoni i posezoni**. Minimalno trajanje glavne sezone je u periodu 15.6.-15.9., a svaka TZ županije može po potrebi dodatno produžiti ovaj period.

#### ➤ Ukupna planirana sredstva modela 1

Ukupna planirana sredstva za oglašavanje hrvatskog turizma u posebnim programima destinacijske promocije obalnih županija i Grada Zagreba iznose **16.000.000,00 kuna (s PDV-om)**.

Raspodjela sredstava po županijama vrši se sukladno udjelu pojedine županije u ukupno ostvarenim komercijalnim noćenjima u 2016. godini i mogu iznositi maksimalno kako slijedi:

ŽUPANIJA	UDIO U UKUPNIM NOĆENJIMA U 2016.	PLAN 2018.
	(bez kontinenta)	
Istarska	30,4	4.861.728,44 kn
Primorsko-goranska	18,1	2.897.697,83 kn
Ličko-senjska	3,1	488.558,26 kn
Zadarska	10,8	1.723.945,56 kn
Šibensko-kninska	6,5	1.046.806,50 kn
Splitsko-dalmatinska	19,6	3.129.180,67 kn
Dubrovačko-neretvanska	9,0	1.440.221,81 kn
Grad Zagreb	2,6	411.860,93 kn
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>16.000.000,00 kn</b>

Tablica 1. Izvor podataka o noćenjima: eVisitor 2.1.2017.

#### ➤ Raspodjela sredstava

Turističke zajednice županija i Turistička zajednica grada Zagreba pojedinačno najveći dio sredstava u svakom slučaju trebaju utrošiti na opće oglašavanje destinacije (**najmanje 40% sredstava u odnosu na ukupna sredstva**) **te najviše 30% sredstava** na oglašavanje smještajne ponude i **30% sredstava** za oglašavanje ostalih oblika ponude destinacije.

Turističke zajednice županija mogu uz obrazloženje zatražiti odobrenje za drugačiju raspodjelu sredstava između modela A, B i C ako za to postoje opravdani razlozi.

O odobrenju sredstava svakoj županiji konačnu odluku donosi Turističko vijeće Hrvatske turističke zajednice.

Turističke zajednice županija i Turistička zajednica grada Zagreba raspodjelu sredstava po pojedinim modelima predlažu na temelju dogovora na razini destinacije shodno svojim specifičnim interesima koji će se razmatrati prilikom donošenja odluke, a imajući u vidu prethodne odredbe. Svaka turistička zajednica županije dostavit će HTZ-u pregled svojih ključnih emitivnih tržišta na kojima će se realizirati kampanje svih subjekata. Prilog ovog Javnog poziva su posebni kriteriji županija za odabir promotivnih kampanja u kojima će provoditi oglašavanje.

Pod turistički nerazvijenim područjem obalnih županija (TNP) smatraju se sva naselja s područja obalnih županija koja na svojem području **nemaju izlaz na more**. Udruženo oglašavanje ponude TNP odnosi se na oglašavanje tijekom cijele godine.

Udjeli pojedinih sudionika na razini destinacije moraju biti usuglašeni prije slanja objedinjujućeg pregleda prijave HTZ-u imajući u vidu raspoloživa sredstva u Tablici 1. te u skladu s tim trebaju biti pripremljeni konačni media planovi svih partnera.

Isti nositelji/partneri ne mogu biti podnositelji prijave u više modela iste županije, a isti programi, troškovi oglašavanja i pripadajuća dokumentacija ne mogu biti prihvaćeni u drugim modelima ili ugovorima s HTZ-om i drugim turističkim zajednicama.

## 1-A

### Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije obalnih županija i Grada Zagreba

Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije obuhvaća oglašavanje opće turističke ponude obalnih županija i Grada Zagreba (imidž oglašavanje) koje provodi Hrvatska turistička zajednica u suradnji sa sustavom turističkih zajednica obalnih županija i Turističkom zajednicom grada Zagreba u njihovim promotivnim kampanjama.

#### ➤ Propisani udjeli sudjelovanja:

- **obalno područje /Zagreb:**
  - HTZ maksimalno do 50%,
  - županijske i lokalne TZ minimalno 50%.
- **TNP:**
  - HTZ maksimalno do 80%,
  - županijske i lokalne TZ minimalno 20%.

Turističke zajednice županija koordiniraju i usuglašavaju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama.

#### ➤ Media plan

Nositelj oglašavanja promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri media plan.

Aktivnosti iz media plana trebaju biti usklađene sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. te ostalim strateškim dokumentima.

Svaki nositelj oglašavanja treba uz prijavu priložiti samo **jedan media plan** sa svim aktivnostima po vrstama medija i napomenama kako se realiziraju (agencija ili samostalno).

**Najmanje 75%** vrijednosti media plana mora se odnositi na oglašavanje u inozemnim medijima, a TNP područja najmanje 75% na oglašavanje na ciljanim tržištima, uključujući i Hrvatsku (oglašavanje u medijima s nacionalnom pokrivenošću).

#### ➤ Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje po ovom modelu:

- oglašavanje u tiskanim medijima,
- oglašavanje na televiziji i radiju,
- vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu),
- online oglašavanje (uključujući i oglašavanje na društvenim mrežama).

#### ➤ Način oglašavanja

U svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:

- objaviti oglas koji sadrži oglašavanje hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a - obavezna upotreba logotipa i slogana HTZ-a minimalno veličine logotipa nositelja oglašavanja,
  - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama istaknuti i poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži ili alternativni shodno dogovoru s HTZ-om,
  - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma,
  - kod video/TV oglašavanja koristiti telop ili drugi materijal koji odobri HTZ.
- ✓ Svi sudionici udruženog oglašavanja dužni su na vlastitim internetskim stranicama postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam, odnosno HTZ, najmanje u formatu od 300x250, težine 40 KB (**banner HTZ-a povezan s web stranicom HTZ-a**).
  - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju HTZ-a i sustava turističkih zajednica kao partnera.
  - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u dogovoru s TZ županije prije pokretanja oglašavanja pripremiti prijedlog oglasa te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Osnovne dokaznice za realizaciju udruženog oglašavanja:**

- dokaznice o izvršenom oglašavanju,
- kopije faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju ugovornih partnera,
- drugo po potrebi ovisno o predmetu oglašavanja i/ili na zahtjev TZ županije i HTZ-a.

➤ **Nadzor i ugovor**

- TZ županije samostalno provode prijave na Javni poziv, definiraju dodatne kriterije za odabir partnera sukladno dogovorima na razini destinacije, obavještavaju GU HTZ-a o provedenom postupku u zadanom obliku te su odgovorne za kontrolu i provedbu realizacije udruženog oglašavanja.
- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja oglašavanja uređuju se ugovorom između TZ županije i nositelja oglašavanja u kojima će biti definirani i rokovi dostave dokumentacije.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, konačan udio HTZ-a smanjuje se za isti postotak.
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja uvidom u dokumentaciju TZ županija koje operativno kontroliraju kampanje ostalih partnera te po potrebi može zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.
- Ugovorom između HTZ-a i TZ županija uređuju se prava i obveze te uvjeti isplate udjela HTZ-a turističkim zajednicama županija kao nositeljima projekta u svakom od modela te propisuju načini i termini dostave izvješća o realizaciji udruženog oglašavanja.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, na isti način može se smanjiti udio HTZ-a za udruženo oglašavanje u idućem razdoblju.

## 1-B

### Udruženo oglašavanje posebne ponude obalnih županija i Grada Zagreba – nositelja smještajne ponude

Udruženo oglašavanje posebne ponude destinacije obuhvaća oglašavanje smještajne ponude obalnih županija i Grada Zagreba koje provode Hrvatska turistička zajednica, sustav turističkih zajednica obalnih županija i Turistička zajednica grada Zagreba u suradnji s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarski subjekti koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) u njihovim promotivnim kampanjama.

Svi partneri po mogućnosti prije slanja konačne prijave trebaju usuglasiti moguće udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju, a u svakom slučaju u roku zadanom nakon odobrenja sredstava.

Svi podnositelji prijave dužni su u svojoj prijavi navesti kakvu vrstu usluga pružaju te na koji način je njihova ponuda bitna za brendiranje destinacije i produženje sezone.

#### ➤ Propisani udjeli sudjelovanja:

- **obalno područje/Zagreb:**
  - HTZ i sustav turističkih zajednica svaki maksimalno do 25%,  
Udio HTZ-a ne može biti veći od udjela sustava turističkih zajednica (županijske i lokalnih TZ).
  - nositelj smještajne ponude minimalno 50%.
- **TNP:**
  - HTZ i sustav turističkih zajednica svaki maksimalno do 35%,  
Udio HTZ-a ne može biti veći od udjela sustava turističkih zajednica (županijske i lokalnih TZ).
  - nositelj smještajne ponude minimalno 30%.

Minimalno 10% sredstava modela B treba utrošiti na oglašavanje s manjim partnerima nositeljima specifične ponude bitne za brendiranje destinacije ili produženje sezone ako takve prijave zadovoljavaju osnovne uvjete (smještajni objekti do 50 soba ili kampovi do 66 smještajnih jedinica).

Sredstva za svakog nositelja smještajne ponude moraju biti u skladu s njihovim doprinosom povećanju turističkog prometa/dolazaka/noćenja destinacije (posebno tretirati obnovu postojećih kapaciteta, uzimajući u obzir ostvarena noćenja prethodne godine te otvaranje novih, uzimajući u obzir potencijalna noćenja na temelju planiranih kapaciteta).

Turističke zajednice županija koordiniraju i usuglašavaju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama.

#### ➤ Media plan

**Nositelj oglašavanja** je nositelj smještajne ponude koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri media plan.

Aktivnosti iz media plana trebaju biti usklađene sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. te ostalim strateškim dokumentima.

Svaki nositelj oglašavanja treba uz prijavu priložiti samo **jedan media plan** sa svim aktivnostima po vrstama medija i napomenama kako se realiziraju (agencija ili samostalno).

**Najmanje 75%** vrijednosti media plana mora se odnositi na oglašavanje u inozemnim medijima, a TNP područja najmanje 75% na oglašavanje na ciljanim tržištima, uključujući i Hrvatsku (oglašavanje u medijima s nacionalnom pokrivenošću i u medijima koji pokrivaju područja na kojima se ne realizira kandidirani program/ponuda).

#### ➤ Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje po ovom modelu:

- oglašavanje u tiskanim medijima,
- oglašavanje na televiziji i radiju,
- vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu),
- online oglašavanje (uključujući i oglašavanje na društvenim mrežama).

## ➤ Način oglašavanja

U svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:

- objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži destinacijsko oglašavanje hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a i ostalih turističkih zajednica,
  - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama istaknuti i poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži ili alternativni shodno dogovoru s HTZ-om,
  - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma,
  - kod video/TV oglašavanja koristiti telop ili drugi materijal koji odobri HTZ.
- ✓ Svi sudionici udruženog oglašavanja dužni su na vlastitim internetskim stranicama postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam, odnosno HTZ, najmanje u formatu od 300x250, težine 40 KB (**banner HTZ-a povezan s web stranicom HTZ-a**).
- ✓ Nositelj oglašavanja je dužan u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju HTZ-a, sustava turističkih zajednica i nositelja smještajne ponude kao partnera.
- ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u dogovoru s TZ županije prije pokretanja oglašavanja pripremiti prijedlog oglasa te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

## ➤ Osnovne dokaznice za realizaciju udruženog oglašavanja:

- dokaznice o izvršenom oglašavanju,
- kopije faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju ugovornih partnera,
- drugo po potrebi ovisno o predmetu oglašavanja i/ili na zahtjev TZ županije i HTZ-a.

## ➤ Nadzor i ugovor

- TZ županije samostalno provode prijave na Javni poziv, definiraju dodatne kriterije za odabir partnera sukladno dogovorima na razini destinacije, obavještavaju GU HTZ-a o provedenom postupku u zadanom obliku te su odgovorne za kontrolu i provedbu realizacije udruženog oglašavanja.
- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja oglašavanja uređuju se ugovorom između TZ županije i nositelja oglašavanja u kojima će biti definirani i rokovi dostave dokumentacije.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, konačan udio HTZ-a smanjuje se za isti postotak.
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja uvidom u dokumentaciju TZ županija koje operativno kontroliraju kampanje ostalih partnera te po potrebi može zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.
- Ugovorom između HTZ-a i TZ županija uređuju se prava i obveze te uvjeti isplate udjela HTZ-a turističkim zajednicama županija kao nositeljima projekta u svakom od modela te propisuju načini i termini dostave izvješća o realizaciji udruženog oglašavanja.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, na isti način može se smanjiti udio HTZ-a za udruženo oglašavanje u idućem razdoblju.

## 1-C

### Udruženo oglašavanje ostalih oblika turističke ponude obalnih županija i Grada Zagreba

Udruženo oglašavanje ostalih oblika turističke ponude obuhvaća oglašavanje ostalih oblika turističke ponude obalnih županija i Grada Zagreba koje provode Hrvatska turistička zajednica i sustav turističkih zajednica obalnih županija i Turistička zajednica grada Zagreba u suradnji s nositeljima ostalih oblika turističke ponude destinacije u njihovim promotivnim kampanjama.

Ostali oblici turističke ponude odnose se na nositelje ponude koji pružaju turističke usluge koje predstavljaju motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinose poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista (programi DMK/turističkih agencija članova turističkih zajednica koje posluju u skladu sa Zakonom o pružanju usluga u turizmu, programi prijevoznika s turističkim boravcima, osim avioprijevoznika).

Svi partneri po mogućnosti prije slanja konačne prijave trebaju usuglasiti moguće udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju, a u svakom slučaju u roku zadanom nakon odobrenja sredstava. TZ županija predlažu HTZ-u na usvajanje dodatne oblike turističke ponude koja će se oglašavati pod ovim modelom.

Svi podnositelji prijave dužni su u svojoj prijavi navesti kakvu vrstu usluga pružaju te na koji način njihova ponuda predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista.

#### ➤ Propisani udjeli sudjelovanja:

- **obalno područje/Zagreb:**
  - HTZ i sustav turističkih zajednica svaki maksimalno do 25%,  
Udio HTZ-a ne može biti veći od udjela sustava turističkih zajednica (županijske i lokalnih TZ).
  - nositelj ponude minimalno 50%.
- **TNP:**
  - HTZ i sustav turističkih zajednica svaki maksimalno do 35%,  
Udio HTZ-a ne može biti veći od udjela sustava turističkih zajednica (županijske i lokalnih TZ).
  - nositelj ponude minimalno 30%.

Minimalno 10% sredstava modela C treba utrošiti na oglašavanje s manjim partnerima nositeljima specifične ponude bitne za brendiranje destinacije ili produženje sezone ako takve prijave zadovoljavaju osnovne uvjete (partneri koji ostvaruju do 1 milijun kuna godišnjeg prometa prema podacima prethodne dvije godine).

Sredstva za svakog nositelja moraju biti u skladu s njihovim doprinosom povećanju turističkog prometa/dolazaka/noćenja u destinaciji.

Turističke zajednice županija koordiniraju i usuglašavaju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama.

#### ➤ Posebni kriteriji

- Uz prijavu potrebno je dostaviti i detaljan **plan i program** koji se kandidira za 2018. (emitivna tržišta, tip programa (boravci, ture, posebni interesi i sl.), ciljne skupine gostiju, direktni gosti ili gosti inozemnih partnera/navesti kojih, razdoblje operacija, broj linija/rotacija/kapacitet u svakoj sezoni, županije na koje se programi odnose i slično).
- Nositelj oglašavanja dužan je obavijestiti HTZ i TZ županije ukoliko dođe do promjena u realizaciji programa u odnosu na kandidirani program. U slučaju smanjenja realizacije kandidiranog programa, HTZ i sustav turističkih zajednica mogu smanjiti ili obustaviti daljnje zajedničko oglašavanje te u tom slučaju mogu biti priznati samo troškovi realizirani do trenutka smanjenja kandidiranog programa u skladu s propisanim uvjetima.



Turističke zajednice obalnih županija i Turistička zajednica grada Zagreba sukladno svojim strateškim razvojnim i marketinškim planovima destinacije samostalno utvrđuju vrste programa, kao i kriterije i mjerila za odabir promotivnih kampanja u kojima će provoditi oglašavanje (vidi prilog Javnog poziva). Podnositelji prijave dužni su u prijavi dostaviti sve podatke kojima dokazuju ispunjenje svih prethodno navedenih uvjeta uključujući i komparativne podatke o realizaciji istih i ostalih programa u 2016. i 2017.

#### ➤ **Media plan**

**Nositelj oglašavanja** je nositelj ponude koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri media plan.

Aktivnosti iz media plana trebaju biti usklađene sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. te ostalim strateškim dokumentima.

Svaki nositelj oglašavanja treba uz prijavu priložiti samo **jedan media plan** sa svim aktivnostima po vrstama medija i napomenama kako se realiziraju (agencija ili samostalno).

**Najmanje 75%** vrijednosti media plana mora se odnositi na oglašavanje u inozemnim medijima, a TNP područja najmanje 75% na oglašavanje na ciljanim tržištima, uključujući i Hrvatsku (oglašavanje u medijima s nacionalnom pokrivenošću i u medijima koji pokrivaju područja na kojima se ne realizira kandidirani program/ponuda).

Uz to, partneri mogu dostaviti cjenik oglašavanja u vlastitim kanalima, odnosno internim medijima.

#### ➤ **Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje po ovom modelu:**

- oglašavanje u tiskanim medijima,
- oglašavanje na televiziji i radiju,
- vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu),
- online oglašavanje (uključujući i oglašavanje na društvenim mrežama).

**Oglašavanje u vlastitim prodajnim i promotivnim kanalima** može biti dio media plana **maksimalno do 70%** u skladu s propisanim načinom oglašavanja te prihvaćeno samo u visini realno podmirenih troškova trećim stranama za predmetno oglašavanje.

HTZ i TZ županija će prema potrebi tražiti oglašavanje samo u onim vlastitim kanalima koji omogućavaju kobrendirani sadržaj te u kojima će kao partneri biti prisutni dok god traje udruženo oglašavanje, odnosno za vrijeme trajanja kandidiranog programa za predmetnu destinaciju u 2018.

#### ➤ **Način oglašavanja**

U svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:

- objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži destinacijsko oglašavanje hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a i ostalih turističkih zajednica,
- u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama istaknuti i poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži ili alternativni shodno dogovoru s HTZ-om,
- kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma,
- kod video/TV oglašavanja koristiti telop ili drugi materijal koji odobri HTZ.

✓ Svi sudionici udruženog oglašavanja dužni su na vlastitim internetskim stranicama postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam, odnosno HTZ, najmanje u formatu od 300x250, težine 40 KB (**banner HTZ-a povezan s web stranicom HTZ-a**).

✓ U vlastitim katalozima koji su dio media plana nositelj oglašavanja je dužan objaviti najmanje 1 stranicu oglasa hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a i sustava turističkih zajednica.

✓ Nositelj oglašavanja je dužan u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju HTZ-a, sustava turističkih zajednica i nositelja ponude kao partnera.

✓ Nositelj oglašavanja dužan je u dogovoru s TZ županije prije pokretanja oglašavanja pripremiti prijedlog oglasa te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Osnovne dokaznice za realizaciju udruženog oglašavanja:**

- dokaznice o izvršenom oglašavanju,
- kopije faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju ugovornih partnera,
- drugo po potrebi ovisno o predmetu oglašavanja i/ili na zahtjev TZ županije i HTZ-a.

Nositelj oglašavanja će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju dostaviti i **dokumentaciju o ostvarenom programu (izvješće)** u svakoj županiji ovisno o kandidiranoj vrsti programa. Navedene podatke HTZ i TZ županija koristit će za praćenje učinka programa udruženog oglašavanja.

➤ **Nadzor i ugovor**

- TZ županije samostalno provode prijave na Javni poziv, definiraju dodatne kriterije za odabir partnera sukladno dogovorima na razini destinacije, obavještavaju GU HTZ-a o provedenom postupku u zadanom obliku te su odgovorne za kontrolu i provedbu realizacije udruženog oglašavanja.
- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja oglašavanja uređuju se ugovorom između TZ županije i nositelja oglašavanja u kojima će biti definirani i rokovi dostave dokumentacije.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, konačan udio HTZ-a smanjuje se za isti postotak.
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja uvidom u dokumentaciju TZ županija koje operativno kontroliraju kampanje ostalih partnera te po potrebi može zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.
- Ugovorom između HTZ-a i TZ županija uređuju se prava i obveze te uvjeti isplate udjela HTZ-a turističkim zajednicama županija kao nositeljima projekta u svakom od modela te propisuju načini i termini dostave izvješća o realizaciji udruženog oglašavanja.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, na isti način može se smanjiti udio HTZ-a za udruženo oglašavanje u idućem razdoblju.

## 1. Dokumentacija za prijavu za model 1

Svi obrasci za prijavu nalaze se u **prilogu** ovog Javnog poziva i dostavljaju se ovjereni u skladu s uputama **u tiskanom i elektroničkom obliku** (na CD/DVD/USB-u) s ostalom propisanom dokumentacijom:

- **Model 1-A**                    **UO 2018 prijava 1-A**
- **Model 1-B**                    **UO 2018 prijava 1-B**
- **Model 1-C**                    **UO 2018 prijava 1-C i podaci o kandidiranom programu**

Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti i potvrdu nadležne porezne uprave da **nositelj smještajne ponude i nositelj ostalih oblika turističke ponude (podnositelji prijava u modelima B i C)** nema dug prema državi (ne stariji od 30 dana od datuma slanja prijave).

**Svi podaci koje partneri u svojim kandidaturama dostavljaju turističkoj zajednici županije i HTZ-u smatraju se strogo povjerljivim i koriste se isključivo kao dokumentacija za kandidiranje promotivnih kampanja i njihovu realizaciju.**

## 2. Rokovi prijave za model 1

Prijave (u tiskanom i elektroničkom obliku) za **model 1 (A, B i C)** podnose se uz naznaku modela **ISKLUČIVO** poštom na adrese sljedećih turističkih zajednica do navedenog roka:

Turistička zajednica županije	e-mail adresa	rok za prijavu
<a href="#">Turistička zajednica Istarske županije</a> Pionirska 1a, 52440 Poreč	<a href="mailto:info@istra.hr">info@istra.hr</a>	<b>15.09.2017.</b>
<a href="#">Turistička zajednica Kvarnera</a> Nikole Tesle 2, 51410 Opatija	<a href="mailto:kvarner@kvarner.hr">kvarner@kvarner.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Ličko-senjske županije</a> Budačka 12, 53000 Gospić	<a href="mailto:info@lickosenjska.com">info@lickosenjska.com</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Zadarske županije</a> Sv. Leopolda Bogdana Mandića 1, 23000 Zadar	<a href="mailto:info@zadar.hr">info@zadar.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Šibensko-kninske županije</a> Fra Nikole Ružića bb, 22000 Šibenik	<a href="mailto:info@sibenikregion.com">info@sibenikregion.com</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije</a> Prilaz braće Kaliterna 10/I, 21000 Split	<a href="mailto:info@dalmatia.hr">info@dalmatia.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije</a> Šipčine 2, 20000 Dubrovnik	<a href="mailto:info@visitdubrovnik.hr">info@visitdubrovnik.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica grada Zagreba</a> Kaptol 5, 10000 Zagreb	<a href="mailto:info@infozagreb.hr">info@infozagreb.hr</a>	

Tablica 2.

U obzir dolaze i kandidature poslane s navedenim datumom pošte.

Turističke zajednice obalnih županija i Turistička zajednica grada Zagreba objedinjujući pregled svih prijava po modelima trebaju dostavi HTZ-u u **roku zadanom po objavi ovog Javnog poziva**.

## MODEL 2

### UDRUŽENO OGLAŠAVANJE - DESTINACIJSKA PROMOCIJA KONTINENTALNIH ŽUPANIJA

Udruženo oglašavanje sukladno ovom modelu odnosi se na ponudu destinacije tijekom cijele godine.

#### ➤ Ukupna planirana sredstva modela 2

Ukupna planirana sredstva za oglašavanje hrvatskog turizma u posebnim programima destinacijske promocije kontinentalnih županija (osim Grada Zagreba) su sredstva za turistički nerazvijena područja i iznose **6.500.000,00 kuna (s PDV-om)**.

Raspodjela sredstava po županijama vrši se sukladno udjelu pojedine županije u ukupno ostvarenim komercijalnim noćenjima na kontinentu u 2016. godini (zbroj fiksnog i varijabilnog dijela izračuna) i mogu iznositi maksimalno kako slijedi:

ŽUPANIJA	Udio u ukupno ostvarenim noćenjima na kontinentu u 2016.	PLAN 2018. (fiksni dio = 50.000,00 kn)
Bjelovarsko-bilogorska	4,1	288.574,44 kn
Brodsko-posavska	2,8	213.809,53 kn
Karlovačka	27,0	1.628.867,89 kn
Koprivničko-križevačka	2,6	201.461,59 kn
Krapinsko-zagorska	15,4	950.171,70 kn
Međimurska	8,4	541.768,90 kn
Osječko-baranjska	10,1	640.001,90 kn
Požeško-slavonska	1,5	141.156,54 kn
Sisačko-moslavačka	4,7	324.383,80 kn
Varaždinska	7,9	509.526,13 kn
Virovitičko-podravska	2,0	170.953,74 kn
Vukovarsko-srijemska	6,1	406.408,67 kn
Zagrebačka	7,4	482.915,17 kn
<b>UKUPNO</b>	<b>100,0</b>	<b>6.500.000,00 kn</b>

Tablica 3. Izvor podataka o noćenjima: eVisitor 2.1.2017.

#### ➤ Raspodjela sredstava

Turističke zajednice županija pojedinačno najveći dio sredstava u svakom slučaju trebaju utrošiti na opće oglašavanje destinacije (**najmanje 40% sredstava u odnosu na ukupna sredstva**) te **najviše 30% sredstava** na oglašavanje smještajne ponude i **30% sredstava** za oglašavanje ostalih oblika ponude destinacije.

Turističke zajednice županija mogu uz obrazloženje zatražiti odobrenje za drugačiju raspodjelu sredstava između modela A, B i C ako za to postoje opravdani razlozi.

O odobrenju sredstava svakoj županiji konačnu odluku donosi Turističko vijeće Hrvatske turističke zajednice.

Turističke zajednice županija raspodjelu sredstava po pojedinim modelima predlažu na temelju dogovora na razini destinacije shodno svojim specifičnim interesima koji će se razmatrati prilikom donošenja odluke, a imajući u vidu prethodne odredbe.

Svaka turistička zajednica županije dostavit će HTZ-u pregled svojih ključnih emitivnih tržišta na kojima će se realizirati kampanje svih subjekata. Prilog ovog Javnog poziva su posebni kriteriji županija za odabir promotivnih kampanja u kojima će provoditi oglašavanje.

Udjeli pojedinih sudionika na razini destinacije moraju biti usuglašeni prije slanja objedinjujućeg pregleda prijave HTZ-u imajući u vidu raspoloživa sredstva u Tablici 3. te u skladu s tim trebaju biti pripremljeni konačni media planovi svih partnera.

Isti nositelji/partneri ne mogu biti podnositelji prijave u više modela iste županije, a isti programi, troškovi oglašavanja i pripadajuća dokumentacija ne mogu biti prihvaćeni u drugim modelima ili ugovorima s HTZ-om i drugim turističkim zajednicama.

## 2-A

### Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije kontinentalnih županija

Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije obuhvaća oglašavanje opće turističke ponude kontinentalnih županija (imidž oglašavanje) koje provodi Hrvatska turistička zajednica u suradnji sa sustavom turističkih zajednica kontinentalnih županija u njihovim promotivnim kampanjama.

#### ➤ Propisani udjeli sudjelovanja:

- HTZ maksimalno do 80%,
- županijske i lokalne TZ minimalno 20%.

Iznimno, udio HTZ-a može iznositi i do 100% u slučaju da se cijeli media plan odnosi na oglašavanje u inozemnim medijima.

Turističke zajednice županija koordiniraju i usuglašavaju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama.

#### ➤ Media plan

Nositelj oglašavanja promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri media plan.

Aktivnosti iz media plana trebaju biti usklađene sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. te ostalim strateškim dokumentima.

Svaki nositelj oglašavanja treba uz prijavu priložiti samo **jedan media plan** sa svim aktivnostima po vrstama medija i napomenama kako se realiziraju (agencija ili samostalno).

**Najmanje 75%** vrijednosti media plana mora se odnositi na oglašavanje na ciljanim tržištima uključujući i Hrvatsku (oglašavanje u medijima s nacionalnom pokrivenošću).

#### ➤ Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje po ovom modelu:

- oglašavanje u tiskanim medijima,
- oglašavanje na televiziji i radiju,
- vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu),
- online oglašavanje (uključujući i oglašavanje na društvenim mrežama).

#### ➤ Način oglašavanja

U svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:

- objaviti oglas koji sadrži oglašavanje hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a - obavezna upotreba logotipa i slogana HTZ-a minimalno veličine logotipa nositelja oglašavanja,
  - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama istaknuti i poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži ili alternativni shodno dogovoru s HTZ-om,
  - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma,
  - kod video/TV oglašavanja koristiti telop ili drugi materijal koji odobri HTZ.
- ✓ Svi sudionici udruženog oglašavanja dužni su na vlastitim internetskim stranicama postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam, odnosno HTZ, najmanje u formatu od 300x250, težine 40 KB (**banner HTZ-a povezan s web stranicom HTZ-a**).
- ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju HTZ-a i sustava turističkih zajednica kao partnera.
- ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u dogovoru s TZ županije prije pokretanja oglašavanja pripremiti prijedlog oglasa te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Osnovne dokaznice za realizaciju udruženog oglašavanja:**

- dokaznice o izvršenom oglašavanju,
- kopije faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju ugovornih partnera,
- drugo po potrebi ovisno o predmetu oglašavanja i/ili na zahtjev TZ županije i HTZ-a.

➤ **Nadzor i ugovor**

- TZ županije samostalno provode prijave na Javni poziv, definiraju dodatne kriterije za odabir partnera sukladno dogovorima na razini destinacije, obavještavaju GU HTZ-a o provedenom postupku u zadanom obliku te su odgovorne za kontrolu i provedbu realizacije udruženog oglašavanja.
- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja oglašavanja uređuju se ugovorom između TZ županije i nositelja oglašavanja u kojima će biti definirani i rokovi dostave dokumentacije.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, konačan udio HTZ-a smanjuje se za isti postotak.
  
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja uvidom u dokumentaciju TZ županija koje operativno kontroliraju kampanje ostalih partnera te po potrebi može zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.
- Ugovorom između HTZ-a i TZ županija uređuju se prava i obveze te uvjeti isplate udjela HTZ-a turističkim zajednicama županija kao nositeljima projekta u svakom od modela te propisuju načini i termini dostave izvješća o realizaciji udruženog oglašavanja.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, na isti način može se smanjiti udio HTZ-a za udruženo oglašavanje u idućem razdoblju.

## 2-B

### Udruženo oglašavanje posebne ponude kontinentalnih županija – nositelja smještajne ponude

Udruženo oglašavanje posebne ponude destinacije obuhvaća oglašavanje smještajne ponude kontinentalnih županija koje provode Hrvatska turistička zajednica i sustav turističkih zajednica kontinentalnih županija u suradnji s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarski subjekti koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) u njihovim promotivnim kampanjama.

Svi partneri po mogućnosti prije slanja konačne prijave trebaju usuglasiti moguće udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju, a u svakom slučaju u roku zadanom nakon odobrenja sredstava.

Svi podnositelji prijave dužni su u svojoj prijavi navesti kakvu vrstu usluga pružaju te na koji način je njihova ponuda bitna za brendiranje destinacije i produženje sezone.

#### ➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

- HTZ i sustav turističkih zajednica maksimalno do 70%,
- nositelj smještajne ponude minimalno 30%.

Minimalno 10% sredstava modela B treba utrošiti na oglašavanje s manjim partnerima nositeljima specifične ponude bitne za brendiranje destinacije i produženje sezone ako takve prijave zadovoljavaju osnovne uvjete (smještajni objekti do 50 soba ili kampovi do 66 smještajnih jedinica).

Sredstva za svakog nositelja smještajne ponude moraju biti u skladu s njihovim doprinosom povećanju turističkog prometa/dolazaka/noćenja destinacije (posebno tretirati obnovu postojećih kapaciteta uzimajući u obzir ostvarena noćenja prethodne godine te otvaranje novih, uzimajući u obzir potencijalna noćenja na temelju planiranih kapaciteta).

Turističke zajednice županija koordiniraju i usuglašavaju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama.

#### ➤ **Media plan**

**Nositelj oglašavanja** je nositelj smještajne ponude koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri media plan.

Aktivnosti iz media plana trebaju biti usklađene sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. te ostalim strateškim dokumentima.

Svaki nositelj oglašavanja treba uz prijavu priložiti samo **jedan media plan** sa svim aktivnostima po vrstama medija i napomenama kako se realiziraju (agencija ili samostalno).

**Najmanje 75%** vrijednosti media plana mora se odnositi na oglašavanje na ciljanim tržištima, uključujući i Hrvatsku (oglašavanje u medijima s nacionalnom pokrivenošću i u medijima koji pokrivaju područja na kojima se ne realizira kandidirani program/ponuda).

#### ➤ **Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje po ovom modelu:**

- oglašavanje u tiskanim medijima,
- oglašavanje na televiziji i radiju,
- vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu),
- online oglašavanje (uključujući i oglašavanje na društvenim mrežama).

#### ➤ **Način oglašavanja**

U svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:

- objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži destinacijsko oglašavanje hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a i ostalih turističkih zajednica,

- u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama istaknuti i poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži ili alternativni shodno dogovoru s HTZ-om,
  - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma,
  - kod video/TV oglašavanja koristiti telop ili drugi materijal koji odobri HTZ.
- ✓ Svi sudionici udruženog oglašavanja dužni su na vlastitim internetskim stranicama postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam, odnosno HTZ, najmanje u formatu od 300x250, težine 40 KB (**banner HTZ-a povezan s web stranicom HTZ-a**).
  - ✓ Nositelj oglašavanja je dužan u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju HTZ-a, sustava turističkih zajednica i nositelja smještajne ponude kao partnera.
  - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u dogovoru s TZ županije prije pokretanja oglašavanja pripremiti prijedlog oglasa te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.
- **Osnovne dokaznice za realizaciju udruženog oglašavanja:**
- dokaznice o izvršenom oglašavanju,
  - kopije faktura dobavljača,
  - dokaz o plaćanju faktura dobavljača,
  - dokaz o plaćanju ugovornih partnera,
  - drugo po potrebi ovisno o predmetu oglašavanja i/ili na zahtjev TZ županije i HTZ-a.
- **Nadzor i ugovor**
- TZ županije samostalno provode prijave na Javni poziv, definiraju dodatne kriterije za odabir partnera sukladno dogovorima na razini destinacije, obavještavaju GU HTZ-a o provedenom postupku u zadanom obliku te su odgovorne za kontrolu i provedbu realizacije udruženog oglašavanja.
  - Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja oglašavanja uređuju se ugovorom između TZ županije i nositelja oglašavanja u kojima će biti definirani i rokovi dostave dokumentacije.
  - U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, konačan udio HTZ-a smanjuje se za isti postotak.
  - HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja uvidom u dokumentaciju TZ županija koje operativno kontroliraju kampanje ostalih partnera te po potrebi može zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.
  - Ugovorom između HTZ-a i TZ županija uređuju se prava i obveze te uvjeti isplate udjela HTZ-a turističkim zajednicama županija kao nositeljima projekta u svakom od modela te propisuju načini i termini dostave izvješća o realizaciji udruženog oglašavanja.
  - U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, na isti način može se smanjiti udio HTZ-a za udruženo oglašavanje u idućem razdoblju.



## 2-C

### Udruženo oglašavanje ostalih oblika turističke ponude kontinentalnih županija

Udruženo oglašavanje ostalih oblika turističke ponude obuhvaća oglašavanje ostalih oblika turističke ponude kontinentalnih županija koje provode Hrvatska turistička zajednica i sustav turističkih zajednica kontinentalnih županija u suradnji s nositeljima ostalih oblika turističke ponude destinacije u njihovim promotivnim kampanjama.

Ostali oblici turističke ponude odnose se na nositelje ponude koji pružaju turističke usluge koje predstavljaju motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinose poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista (programi DMK/turističkih agencija članova turističkih zajednica koje posluju u skladu sa Zakonom o pružanju usluga u turizmu, programi prijevoznika s turističkim boravcima, osim avioprijevoznika).

Svi partneri po mogućnosti prije slanja konačne prijave trebaju usuglasiti moguće udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju, a u svakom slučaju u roku zadanom nakon odobrenja sredstava. TZ županija predlažu HTZ-u na usvajanje dodatne oblike turističke ponude koja će se oglašavati pod ovim modelom.

Svi podnositelji prijave dužni su u svojoj prijavi navesti kakvu vrstu usluga pružaju te na koji način njihova ponuda predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista.

#### ➤ Propisani udjeli sudjelovanja:

- HTZ i sustav turističkih zajednica maksimalno do 70%,
- nositelj ponude minimalno 30%.

Minimalno 10% sredstava modela C treba utrošiti na oglašavanje s manjim partnerima nositeljima specifične ponude bitne za brendiranje destinacije i produženje sezone ako takve prijave zadovoljavaju osnovne uvjete (partneri koji ostvaruju do 1 milijun kuna godišnjeg prometa prema podacima prethodne dvije godine).

Sredstva za svakog nositelja moraju biti u skladu s njihovim doprinosom povećanju turističkog prometa/dolazaka/noćenja destinacije.

Turističke zajednice županija koordiniraju i usuglašavaju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama.

#### ➤ Posebni kriteriji

- Uz prijavu potrebno je dostaviti i detaljan plan i program koji se kandidira za 2018. (emitivna tržišta, tip programa (boravci, ture, posebni interesi i sl.), ciljne skupine gostiju, direktni gosti ili gosti inozemnih partnera/navesti kojih, razdoblje operacija, broj linija/rotacija/kapacitet u svakoj sezoni, županije na koje se programi odnose i slično).
- Nositelj oglašavanja dužan je obavijestiti HTZ i TZ županije ukoliko dođe do promjena u realizaciji programa u odnosu na kandidirani program. U slučaju smanjenja realizacije kandidiranog programa, HTZ i sustav turističkih zajednica mogu smanjiti ili obustaviti daljnje zajedničko oglašavanje te u tom slučaju mogu biti priznati samo troškovi realizirani do trenutka smanjenja kandidiranog programa u skladu s propisanim uvjetima.

Turističke zajednice kontinentalnih županija sukladno svojim strateškim razvojnim i marketinškim planovima destinacije samostalno utvrđuju vrste programa, kao i kriterije i mjerila za odabir promotivnih kampanja u kojima će provoditi oglašavanje (vidi prilog Javnog poziva).

Podnositelji prijave dužni su u prijavi dostaviti sve podatke kojima dokazuju ispunjenje svih prethodno navedenih uvjeta uključujući i komparativne podatke o realizaciji istih i ostalih programa u 2016. i 2017. godini.

## ➤ Media plan

**Nositelj oglašavanja** je nositelj ponude koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri media plan.

Aktivnosti iz media plana trebaju biti usklađene sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020. te ostalim strateškim dokumentima.

Svaki nositelj oglašavanja treba uz prijavu priložiti samo **jedan media plan** sa svim aktivnostima po vrstama medija i napomenama kako se realiziraju (agencija ili samostalno).

**Najmanje 75%** vrijednosti media plana mora se odnositi na oglašavanje na ciljanim tržištima uključujući i Hrvatsku (oglašavanje u medijima s nacionalnom pokrivenošću i u medijima koji pokrivaju područja na kojima se ne realizira kandidirani program/ponuda).

Uz to partneri mogu dostaviti cjenik oglašavanja u vlastitim kanalima, odnosno internim medijima.

## ➤ Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje po ovom modelu:

- oglašavanje u tiskanim medijima,
- oglašavanje na televiziji i radiju,
- vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu),
- online oglašavanje (uključujući i oglašavanje na društvenim mrežama).

**Oglašavanje u vlastitim prodajnim i promotivnim kanalima** može biti dio media plana **maksimalno do 70%** u skladu s propisanim načinom oglašavanja te prihvaćeno samo u visini realno podmirenih troškova trećim stranama za predmetno oglašavanje.

HTZ i TZ županija će prema potrebi tražiti oglašavanje samo u onim vlastitim kanalima koji omogućavaju kobrendirani sadržaj te u kojima će kao partneri biti prisutni dok god traje udruženo oglašavanje, odnosno za vrijeme trajanja kandidiranog programa za predmetnu destinaciju u 2018.

## ➤ Način oglašavanja

U svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:

- objavitelji zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži destinacijsko oglašavanje hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a i ostalih turističkih zajednica,
  - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama istaknuti i poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži ili alternativni shodno dogovoru s HTZ-om,
  - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma,
  - kod video/TV oglašavanja koristiti telop ili drugi materijal koji odobri HTZ.
- ✓ Svi sudionici udruženog oglašavanja dužni su na vlastitim internetskim stranicama postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam, odnosno HTZ, najmanje u formatu od 300x250, težine 40 KB (**banner HTZ-a povezan s web stranicom HTZ-a**).
  - ✓ U vlastitim katalogima koji su dio media plana nositelj oglašavanja je dužan objaviti najmanje 1 stranicu oglasa hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a i sustava turističkih zajednica.
  - ✓ Nositelj oglašavanja je dužan u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju HTZ-a, sustava turističkih zajednica i nositelja ponude kao partnera.
  - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u dogovoru s TZ županije prije pokretanja oglašavanja pripremiti prijedlog oglasa te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

## ➤ Osnovne dokaznice za realizaciju udruženog oglašavanja:

- dokaznice o izvršenom oglašavanju,
- kopije faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju faktura dobavljača,
- dokaz o plaćanju ugovornih partnera,
- drugo po potrebi ovisno o predmetu oglašavanja i/ili na zahtjev TZ županije i HTZ-a.

Nositelj oglašavanja će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju dostaviti i **dokumentaciju o ostvarenom programu (izvješće)** u svakoj županiji ovisno o kandidiranoj vrsti programa. Navedene podatke HTZ i TZ županija koristit će za praćenje učinka programa udruženog oglašavanja.

➤ **Nadzor i ugovor**

- TZ županije samostalno provode prijave na Javni poziv, definiraju dodatne kriterije za odabir partnera sukladno dogovorima na razini destinacije, obavještavaju GU HTZ-a o provedenom postupku u zadanom obliku te su odgovorne za kontrolu i provedbu realizacije udruženog oglašavanja.
- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja oglašavanja uređuju se ugovorom između TZ županije i nositelja oglašavanja u kojima će biti definirani i rokovi dostave dokumentacije.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, konačan udio HTZ-a smanjuje se za isti postotak.
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja uvidom u dokumentaciju TZ županija koje operativno kontroliraju kampanje ostalih partnera te po potrebi može zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.
- Ugovorom između HTZ-a i TZ županija uređuju se prava i obveze te uvjeti isplate udjela HTZ-a turističkim zajednicama županija kao nositeljima projekta u svakom od modela te propisuju načini i termini dostave izvješća o realizaciji udruženog oglašavanja.
- U slučaju da se realizira manje od 80% ugovorenog oglašavanja, na isti način može se smanjiti udio HTZ-a za udruženo oglašavanje u idućem razdoblju.

### 3. Dokumentacija za prijavu za model 2

Svi obrasci za prijavu nalaze se u **prilogu** ovog Javnog poziva i dostavljaju se ovjereni u skladu s uputama **u tiskanom i elektroničkom obliku** (na CD/DVD/USB-u) s ostalom propisanom dokumentacijom:

- **Model 2-A**            **UO 2018 prijava 2-A**
- **Model 2-B**            **UO 2018 prijava 2-B**
- **Model 2-C**            **UO 2018 prijava 2-C i podaci o kandidiranom programu**

Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti i potvrdu nadležne porezne uprave da **nositelj smještajne ponude i nositelj ostalih oblika turističke ponude (podnositelji prijava u modelima B i C)** nema dug prema državi (ne stariji od 30 dana od datuma slanja prijave).

**Svi podaci koje partneri u svojim kandidaturama dostavljaju turističkoj zajednici županije i HTZ-u smatraju se strogo povjerljivim i koriste se isključivo kao dokumentacija za kandidiranje promotivnih kampanja i njihovu realizaciju.**

### 4. Rokovi prijave za model 2

Prijave (u tiskanom i elektroničkom obliku) za **model 2 (A, B i C)** podnose se uz naznaku modela **ISKLUČIVO** poštom na adrese sljedećih turističkih zajednica do navedenog roka:

Turistička zajednica županije	e-mail adresa	rok za prijavu
<a href="#">Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije</a> Dr. Ante Starčevića 8, 43000 Bjelovar	<a href="mailto:info@tzbbz.hr">info@tzbbz.hr</a>	<b>15.09.2017.</b>
<a href="#">Turistička zajednica Brodsko-posavske županije</a> Petra Krešimira IV. br. 2, 35000 Slavonski Brod	<a href="mailto:turisticka-zajednica.bpz@sb.t-com.hr">turisticka-zajednica.bpz@sb.t-com.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Karlovačke županije</a> Ambroza Vraniczanya 6, 47000 Karlovac	<a href="mailto:info@tzkz.hr">info@tzkz.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Koprivničko-križevačke županije</a> Antuna Nemčića 5, 48000 Koprivnica	<a href="mailto:ured@tz-kckz.com">ured@tz-kckz.com</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije</a> Magistratska 3, 49000 Krapina	<a href="mailto:info@visitzagorje.hr">info@visitzagorje.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Međimurske županije</a> Ruđera Boškovića 2, 40000 Čakovec	<a href="mailto:info.tzmz@gmail.com">info.tzmz@gmail.com</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Osječko-baranjske županije</a> Kapucinska 40, 31000 Osijek	<a href="mailto:info@tzosbarzup.hr">info@tzosbarzup.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Požeško-slavonske županije</a> Županijska 7, 34000 Požega	<a href="mailto:kontakt@tzzps.hr">kontakt@tzzps.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Sisačko-moslavačke županije</a> Rimska 28/II, 44000 Sisak	<a href="mailto:info@turizam-smz.hr">info@turizam-smz.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Varaždinske županije</a> Uska 4, 42000 Varaždin	<a href="mailto:info@turizam-vzz.hr">info@turizam-vzz.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Virovitičko-podravске županije</a> Trg Ljudevita Patačića 1, 33000 Virovitica	<a href="mailto:ured@tzvpz.hr">ured@tzvpz.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije</a> Glagoljaška 27, 32100 Vinkovci	<a href="mailto:turisticka-zajednica@vk.t-com.hr">turisticka-zajednica@vk.t-com.hr</a>	
<a href="#">Turistička zajednica Zagrebačke županije</a> Preradovićeva 42, 10000 Zagreb	<a href="mailto:info@tzzz.hr">info@tzzz.hr</a>	

Tablica 4.

U obzir dolaze i kandidature poslane s navedenim datumom pošte.

Turističke zajednice kontinentalnih županija objedinjujući pregled svih prijava po modelima trebaju dostavi HTZ-u u roku zadanom po objavi ovog Javnog poziva.

## I. Ukupna planirana sredstva

Planirana sredstva Glavnog ured Hrvatske turističke zajednice za udruženo oglašavanje u 2018. godini iznose ukupno **22.500.000,00 kn (s PDV-om)** i raspoređena su po modelima kako slijedi:

MODEL	NAZIV	PLAN 2018.
MODEL 1	Udruženo oglašavanje destinacijske promocije obalnih županija i Grada Zagreba	16.000.000,00 kn
MODEL 2	Udruženo oglašavanje destinacijske promocije kontinentalnih županija (osim Grada Zagreba)	6.500.000,00 kn
<b>UKUPNO</b>		<b>22.500.000,00 kn</b>

Tablica 5.

## II. Kandidature koje se neće razmatrati

**Neće se razmatrati i bit će automatski odbačene kandidature partnera:**

- koje ne sadrže cjelokupnu dokumentaciju za prijavu,
- koje sadrže obrasce s nepotpunim ili nevjerođostojnim podacima,
- koje su poslone elektroničkom poštom,
- koje su pristigle nakon propisanog roka,
- koje nisu u skladu s propisanim uvjetima i visinom sredstava za pojedinu županiju.

## III. Troškovi koji nisu predmet udruženog oglašavanja

Udruženo oglašavanje i media plan mogu uključivati samo troškove zakupa oglasnog prostora te ne obuhvaćaju troškove drugih vrsta kao što su:

- Troškovi izrade vlastitih web stranica i aplikacija,
- Troškovi edukacije zaposlenika,
- Troškovi nastupa na sajmovima i prezentacijama i slično.

Za oglašavanje u vlastitim prodajnim i promotivnim kanalima u modelima u kojima je ono dijelom moguće potrebno je dostaviti dokumentaciju o svim realno podmirenim troškovima trećim stranama koji se odnose na predmetno oglašavanje.

## IV. Plaćanje i dokazna dokumentacija

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

- potpisani ugovor s odobrenim media planom,
- obračun realiziranog media plana i specifikaciju svih dostavljenih priloga u skladu s dostavljenim obračunom i odobrenim media planom,
- dokaznu dokumentaciju o realizaciji oglašavanja za sve vrste medija (tisak, plakatiranje, TV i radio, online oglašavanje) u skladu s propisanom dokumentacijom za sve vrste medija (tablica dokumentacije),
- račune dobavljača za sve troškove po stavkama realiziranog media plana,
- dokaze o plaćanju oglašavanja za koje se traži isplata udjela partnera,
- potrebne izjave i potvrde o realizaciji kandidiranog programa po županijama u 2018. godini navedene u pojedinim modelima.

Račune za realizirano oglašavanje nositelji oglašavanja dužni su ispostavljati najviše jednom mjesečno te po završetku svakog dijela oglašavanja. Ugovorom između turističke zajednice županije i nositelja oglašavanja detaljnije će se propisati sva prava i obveze.

Osnovnim ugovorom između HTZ-a i TZ županija uređuju se prava i obveze te uvjeti isplate udjela HTZ-a turističkim zajednicama županija kao nositeljima projekta u svakom od modela te propisuju način, sadržaj i termini dostave izvješća koje će TZ županija podnositi o realizaciji udruženog oglašavanja.

HTZ neće preuzeti obvezu plaćanja troškova po ugovoru za oglašavanje ako oglašavanje/promotivna kampanja nije provedena u skladu s propisanim i odobrenim uvjetima te ako nositelj oglašavanja nije ispunio i sve ostale propisane uvjete, odnosno dostavio potpunu, urednu i složenu dokaznu dokumentaciju propisanu ovim Javnim pozivom i sklopljenim ugovorom. HTZ nije dužan pozivati sudionike udruženog oglašavanja na poštivanje propisanih obveza.

## V. Rješavanje sporova

- a) Mjerodavno pravo jest hrvatsko pravo te će se odredbe ovog Javnog poziva i Ugovora tumačiti u skladu sa zakonima Republike Hrvatske.
- b) Ugovorne strane suglasne su da će sve eventualne sporove koji potječu iz Ugovora nastojati riješiti sporazumno. Ako se sporazum ne postigne, svi sporovi ili zahtjevi koji proizlaze iz ili su u vezi s Ugovorom, uključujući sporove koji se odnose na valjanost, provedbu, raskid ili ništavost Ugovora, konačno će se rješavati prema arbitražnim pravilima Stalnog arbitražnog sudišta Hrvatske gospodarske komore (Zagrebačka pravila) i to od strane jednog arbitra imenovanog u skladu s navedenim pravilima.
- c) Mjesto arbitraže bit će Zagreb. Jezik arbitraže biti će hrvatski jezik.
- d) Mjerodavno pravo jest hrvatsko pravo bez mogućnosti pozivanja na odredbe Zakona o rješavanju sukoba zakona s propisima drugih zemalja.
- e) Arbitražni sud može na zahtjev ugovorne strane izdati privremenu mjeru radi zaštite određenog prava koji je predmet arbitraže prije početka ili za vrijeme trajanja arbitraže, što se neće smatrati postupanjem protivnim pravilima arbitraže.
- f) Svaka ugovorna strana dužna je arbitražnom sudu dostaviti presliku dokumenata i ostale isprave potrebne za određivanje ili obračun obveze. Arbitražni sud postupat će žurno u okviru svoje nadležnosti i utvrđenih okolnosti. Odluka arbitražnog suda konačna je i obvezujuća. Ugovorne strane izričito se odriču prava na žalbu ili prigovor u pogledu arbitražnog postupka ili arbitražnog pravorijeka nadležnom tijelu sudbene vlasti.

## VI. Ostale odredbe Glavnog ureda HTZ-a

- a) HTZ i ostale turističke zajednice neće sudjelovati u programima udruženog oglašavanja koji uključuju subjekte koji **ne plaćaju** boravišnu pristojbu, turističku članarinu te ostale financijske obveze prema HTZ-u ili ostalim turističkim zajednicama.
- b) Kandidature se razmatraju prema redoslijedu prispjeća, a mogu se odobravati do ukupno raspoloživih sredstava pojedine županije.
- c) Partneri pod punom odgovornošću jamče za točnost i vjerodostojnost svih podataka koje dostavljaju u svojoj prijavnoj dokumentaciji i dokumentaciji o realizaciji oglašavanja i programa.
- d) Partneri prijavom na ovaj Javni poziv prihvaćaju navedene uvjete i time izjavljuju da nema prepreka za provođenje oglašavanja na propisani način. Ukoliko partner, sukladno važećim zakonskim propisima, nije u mogućnosti izvršiti oglašavanje na propisani način, dužan je o tome uz prijavu obavijestiti TZ županije uz jasno obrazloženje te istovremeno predložiti alternativni način oglašavanja koji će HTZ razmotriti. U slučaju da postoje zakonske prepreke za objavu oglasa na propisan način, HTZ može odobriti i drugi način oglašavanja. Ovo se ne odnosi na poslovne politike nositelja oglašavanja ili partnera u oglašavanju.
- e) Odluku o odabiru promotivnih kampanji u kojima će HTZ u 2018. godini provoditi udruženo oglašavanje hrvatskog turizma donosi Turističko vijeće HTZ-a na prijedlog Povjerenstva koje imenuje Turističko vijeće HTZ-a.
- f) HTZ će svim potencijalnim partnerima za udruženo oglašavanje staviti na raspolaganje upute i materijale koji se mogu koristiti **isključivo za udruženo oglašavanje** uz pridržavanje uvjeta korištenja. Materijali se mogu koristiti i prije objave odluke ukoliko partner želi ranije krenuti u promotivnu kampanju, no HTZ i ostale turističke zajednice time ni na koji način ne preuzimaju obvezu plaćanja svog udjela u oglašavanju, već ista ovisi i isplaćivat će se tek po dostavi kompletne i uredne dokumentacije te ispunjavanju svih ostalih obveza propisanih Javnim pozivom, ugovorom te prihvaćenim media planom, a sve u skladu s visinom odobrenog i ugovorenog iznosa za udruženo oglašavanje o kojem će odabrani partneri biti obaviješteni po donošenju odluke Turističkog vijeća HTZ-a.

- 
- g) Za sve modele oglašavanja HTZ zadržava pravo odabira i prihvaćanja partnera u skladu s strateškim marketinškim planom, kriteriju tradicionalnog/zrelog ili novog i rastućeg tržišta, važnosti partnera za razvoj destinacije – strateški partner/strateško tržište, potencijala rasta programa i emitivnog tržišta, novog programa s visokim stupnjem rizika, vrste programa/prijevoza, duljine razdoblja u kojem se program izvodi i slično.
  - h) Ukoliko partner prije i/ili nakon objave ove odluke ne izvrši sve svoje obveze po ugovorima udruženog oglašavanja za prethodna razdoblja, HTZ zadržava pravo smanjenja, odnosno neisplate sredstava dodijeljenih temeljem odluke za 2018. godinu dok se te prethodno preuzete obveze ne ispune.
  - i) Iznimno od propisanih uvjeta oglašavanja, HTZ može odobriti drugačiji način udruženog oglašavanja ako procijeni da je isti jednake ili veće marketinške vrijednosti za promociju hrvatskog turizma od načina određenog Javnim pozivom.
  - j) HTZ zadržava pravo uključivanja mjerodavnih državnih institucija za provjeru dostavljenih podataka o realizaciji obujma oglašavanja i programa (inspekcija/revizija).
  - k) Troškovi priznati po jednom ugovoru ne mogu biti priznati u realizaciji drugih ugovora s HTZ-om i ostalim turističkim zajednicama.

Obrasci za prijavu, dodatni prilozi i upute su sastavni i obvezujući dio ovog Javnog poziva.

Pitanja se mogu postavljati na e-mail adresu [oginfo@htz.hr](mailto:oginfo@htz.hr) i na adrese turističkih zajednica županija kojima se podnose prijave.