

JAVNI POZIV ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA U 2016. GODINI

Glavni ured Hrvatske turističke zajednice, Iblerov trg 10/IV, 10000 Zagreb, OIB 72501368180, raspisuje Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2016. godini

Članak 1.

MODEL I – UDRUŽENO OGLAŠAVANJE POSEBNIH PROGRAMA DESTINACIJSKE PROMOCIJE OBALNIH ŽUPANIJA I GRADA ZAGREBA

1. Posebni programi destinacijske promocije obalnih županija i Grada Zagreba:

- Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije obuhvaća oglašavanje opće turističke ponude obalnih županija i Grada Zagreba (imidž oglašavanje) koje provode Hrvatska turistička zajednica, sustav turističkih zajednica obalnih županija i Turistička zajednica grada Zagreba,
- Udruženo oglašavanje sadržaja iz ukupne destinacijske ponude Republike Hrvatske obuhvaća oglašavanje raznovrsnosti turističke ponude Republike Hrvatske koje provodi Hrvatska turistička zajednica u suradnji s nacionalnim strukovnim udrugama u turizmu, udrugama iznajmljivača te udrugama nautičkog turizma u njihovim promotivnim kampanjama,
- Udruženo oglašavanje posebne ponude destinacije obuhvaća oglašavanje ponude/sadržaja 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 u destinaciji u njihovim promotivnim kampanjama (gospodarski subjekti koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj),
- Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije obuhvaća oglašavanje opće turističke ponude i posebnih programa obalnih županija i Grada Zagreba koje provode Hrvatska turistička zajednica, sustav turističkih zajednica obalnih županija i Turistička zajednica grada Zagreba u promotivnim kampanjama organizatora turističkih putovanja ili posebnih programa destinacije i prijevoznika.

- Udruženo oglašavanje sukladno ovom modelu odnosi se isključivo na ponudu destinacije u predsezoni i posezoni (ne uključujući oglašavanje ponude za mjesec srpanj i kolovoz). Ukupna planirana sredstva za oglašavanje hrvatskog turizma u posebnim programima destinacijske promocije obalnih županija i Grada Zagreba iznose **34.000.000,00 kuna (s uključenim PDV-om)**.

Raspodjela sredstava u iznosu **24.000.000,00 kn (s uključenim PDV-om)** za udruženo oglašavanje posebnih programa destinacijske promocije vrši se sukladno udjelu pojedine županije u ukupno ostvarenim noćenjima u 2014. godini kako slijedi:

TZ ŽUPANIJA	UDIO U UKUPNIM NOĆENJIMA U 2014.	UDIO U UKUPNIM NOĆENJIMA U 2014.	PLAN 2016
		(bez kontinenta)	
Istarska	29,40	30	6.600.000,00 kn
Primorsko-goranska	18,40	18,80	4.136.000,00 kn
Ličko-senjska	3,10	3,2	704.000,00 kn
Zadarska	10,80	11	2.420.000,00 kn
Šibensko-kninska	6,80	6,90	1.518.000,00 kn
Splitsko-dalmatinska	18,30	18,70	4.114.000,00 kn
Dubrovačko-neretvanska	80,80	9	1.980.000,00 kn
Grad Zagreb	2,40	2,40	528.000,00 kn
UDRUGE			1.000.000,00 kn
NAUTIKA			1.000.000,00 kn
UKUPNO	98	100	24.000.000,00 kn

IZVOR: DZS RH

Dodatna sredstva za udruženo oglašavanje opće ponude destinacije (isključivo za model I-a) iznose **10.000.000,00 kn (s uključenim PDV-om)**. Raspodjela navedenih sredstava vrši se sukladno udjelu pojedine županije u ukupno ostvarenim noćenjima u 2014. godini kako slijedi:

TZ ŽUPANIJA	UDIO U UKUPNIM NOĆENJIMA U 2014.	UDIO U UKUPNIM NOĆENJIMA U 2014.	PLAN 2016
		(bez kontinenta)	
Istarska	29,40	30	3.000.000,00 kn
Primorsko-goranska	18,40	18,80	1.880.000,00 kn
Ličko-senjska	3,10	3,20	320.000,00 kn
Zadarska	10,80	11	1.100.000,00 kn
Šibensko-kninska	6,80	6,90	690.000,00 kn
Splitsko-dalmatinska	18,30	18,70	1.870.000,00 kn
Dubrovačko-neretvanska	8,80	9	900.000,00 kn
Grad Zagreb	2,40	2,40	240.000,00 kn
UKUPNO	98	100	10.000.000,00 kn

IZVOR: DZS RH

3. Posebni programi destinacijske promocije:

a) Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije

- Hrvatska turistička zajednica sudjeluje u udruženom oglašavanju s maksimalno 50% sredstava usuglašenog i odobrenog medija plana.
- Udio s kojim u udruženom oglašavanju opće ponude destinacije s vlastitim sredstvima sudjeluje turistička zajednica županije (sustav turističkih zajednica i/ili drugi subjekti u destinaciji) iznosi minimalno 50%.
- Nositelj promotivne kampanje je TZŽ koja promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri medija plan i vizuale s kojima će se oglašavati.
- TZŽ koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u oglašavanju.
- TZŽ koordinira oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama opće ponude destinacije, te usuglašava sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja obalne županije i Grada Zagreba.
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.
- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a i TZŽ u promotivnoj kampanji nositelja opće ponude destinacije uređuju se ugovorom između HTZ-a i TZŽ.
- U svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:
 - objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a,
 - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma.
- Uz oglašavanje određeno medija planom nositelj oglašavanja dužan je:
 - na vlastitim internetskim stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam najmanje u formatu od 300x250, veličine 40 KB,
 - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži.

b) Udruženo oglašavanje raznovrsnosti turističke ponude Republike Hrvatske – nositelja nacionalnih strukovnih udruga u turizmu

- Hrvatska turistička zajednica sudjeluje u udruženom oglašavanju s maksimalno 50% sredstava usuglašenog i odobrenog medija plana.
- Udio s kojim u udruženom oglašavanju s vlastitim sredstvima sudjeluju nacionalne strukovne udruge u turizmu, udruge iznajmljivača te udruge nautičkog turizma iznosi minimalno 50%.
- Maksimalna sredstva s kojima će HTZ oglašavati hrvatski turizam u promotivnim kampanjama nacionalnih strukovnih udruga u turizmu i udrugama iznajmljivača mogu iznositi 1.000.000,00 kn (s uključenim PDV-om).
- Maksimalna sredstva s kojima će HTZ oglašavati hrvatski turizam u promotivnim kampanjama strukovnih udruga u nautičkom turizmu mogu iznositi 1.000.000,00 kn (s uključenim PDV-om).
- Nositelj promotivne kampanje je strukovna udruge koja promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri medija plan i vizuale s kojima će se oglašavati.
- Najmanje 75% vrijednosti medija plana odnosi se na oglašavanje u inozemstvu.
- Strukovna udruge koordinira udjele sredstava pojedinih sudionika/članica koje će sudjelovati u oglašavanju.
- Strukovna udruge koordinira oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama udruge, te usuglašava sudjelovanje članica udruge.
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.
- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a i strukovne udruge u promotivnoj kampanji udruge uređuju se ugovorom između HTZ-a i udruge.
- U svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:
 - objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a,
 - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma.
- Uz oglašavanje određeno medija planom nositelj oglašavanja dužan je:
 - na vlastitim internetskim stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam najmanje u formatu od 300x250, veličine 40 KB,
 - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži.

- c) Udruženo oglašavanje posebne ponude obalnih županija i Grada Zagreba – nositelja smještajne ponude**
- Hrvatska turistička zajednica i turistička zajednica županije (sustav turističkih zajednica) sudjeluju u udruženom oglašavanju svaka s maksimalno 25% sredstava usuglašenog i odobrenog medija plana.
 - Udio s kojim u udruženom oglašavanju ove posebne ponude s vlastitim sredstvima sudjeluje nositelj smještajne ponude iznosi minimalno 50%.
 - Nositelj promotivne kampanje je nositelj smještajne ponude koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ i TZŽ odobre medija plan i vizuale s kojima će se oglašavati.
 - TZŽ koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u oglašavanju.
 - TZŽ koordinira oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama nositelja smještajne ponude destinacije, te usuglašava sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja obalne županije i Grada Zagreba.
 - HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.
 - Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a i TZŽ u promotivnoj kampanji nositelja smještajne ponude destinacije uređuju se ugovorom između HTZ-a i TZŽ.
 - Međusobni odnosi TZŽ (sustava turističkih zajednica) i nositelja smještajne ponude destinacije uređuju se aneksom ugovora između TZŽ i nositelja smještajne ponude destinacije. Aneks ugovora sastavlja TZŽ i on čini sastavni dio krovnog ugovora između HTZ-a i TZŽ.
 - U svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:
 - objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a i TZŽ,
 - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma.
 - Uz oglašavanje određeno medija planom nositelj oglašavanja dužan je:
 - na vlastitim internetskim stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam najmanje u formatu od 300x250, veličine 40 KB,
 - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a i TZŽ na istovrsnoj društvenoj mreži.
- d) Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije**
- Hrvatska turistička zajednica sudjeluje u udruženom oglašavanju s maksimalno 50% sredstava usuglašenog i odobrenog medija plana.
 - Udio s kojim u udruženom oglašavanju opće ponude i posebnih programa destinacije s vlastitim sredstvima sudjeluje turistička zajednica županije (sustav turističkih zajednica i/ili drugi subjekti u destinaciji) iznosi minimalno 50%.
 - 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 TO/TA, organizatora ili prijevoznika u kojima će provoditi oglašavanje.
 - Nositelj promotivne kampanje je TZŽ. Realizator promotivne kampanje je organizator putovanja ili drugi nositelj posebne ponude destinacije, zračni i drugi prijevoznik koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ i TZŽ odobre i vizuale s kojima će se oglašavati.
 - TZŽ koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u udruženom oglašavanju.
 - Pri odabiru programa oglašavanja razmatrat će se medija plan, visina kandidiranog medija plana te podaci o broju gostiju i noćenja koje je organizator putovanja sa svojim programom ostvario u 2014. godini, procjena za 2015. godinu, kao i okvirni plan za 2016. godinu.
 - Kod novih organizatora putovanja koji u prethodnom razdoblju nisu imali programe za Hrvatsku, pri odabiru programa razmatrat će se medija plan, visina kandidiranog medija plana te okvirni plan broja gostiju i noćenja koje organizator putovanja sa svojim programom namjerava ostvariti u 2016. godini.
 - Organizator putovanja će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju, dostaviti i potvrdu hotela o ostvarenom broju gostiju, daily flight report zračne luke u Hrvatskoj ili potvrdu prijevoznika o dovedenom broju putnika. Navedenu dokumentaciju o realiziranom programu HTZ će koristiti kao statističke podatke u svrhu ocjene uspješnosti realizacije programa udruženog oglašavanja.
 - HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.
 - TZŽ koordinira udruženo oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama opće ponude i posebnih programa destinacije, te usuglašava sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja obalne županije i Grada Zagreba.
 - Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a i TZŽ u promotivnoj kampanji posebnih programa destinacije uređuju se ugovorom između HTZ-a i TZŽ.

- Međusobni odnosi TZŽ (sustava turističkih zajednica) i drugih subjekata u destinaciji uređuju se aneksom ugovora. Aneks ugovora sastavlja TZŽ i on čini sastavni dio krovnog ugovora između HTZ-a i TZŽ.
 - U svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:
 - objavitelji oglas koji sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a i TZŽ
 - na vlastitim internetskim stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizma najmanje u formatu od 300x250, veličine 40 KB,
 - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a i TZŽ na istovrsnoj društvenoj mreži,
 - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma.
- 4) **Dokumentacija za prijavu** - Svi obrasci za prijavu nalaze se u **Prilogu 1** ovog Javnog poziva.
Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti i Potvrdu nadležne porezne uprave da nositelj smještajne ponude destinacije i domaći prijevoznik, TO/TA ili organizator nema dug prema državi (ne stariji od mjesec dana).
Svi podaci koje partneri u svojim kandidaturama dostavljaju TZŽ i HTZ-u smatraju se strogo povjerljivim i koriste se isključivo kao dokumentacija za kandidiranje promotivnih kampanja i njihovu realizaciju.
- 5) **Rokovi prijave**
- a) Prijava
„Kandidatura za model I-a/2016“, „Kandidatura za model I-c/2016“ i „Kandidatura za model I-d/2016“ podnosi se u pisanom obliku **ISKLUČIVO** na adresu turističkih zajednica obalnih županija ili Turističke zajednice grada Zagreba **zaključno do 2. studenog 2015. godine**. Turistička zajednica županije zaprimljene i obrađene kandidature te svoju objedinjujuću prijavu podnosi u pisanom obliku isključivo poštom na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **zaključno do 16. studenog 2015. godine**.
- b) Prijava „Kandidatura za Model I-b/2016“, podnosi se u pisanom obliku **ISKLUČIVO** na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **zaključno do 16. studenog 2015. godine**.

Članak 2.

MODEL II – UDRUŽENO OGLAŠAVANJE ORGANIZIRANIH PROGRAMA PUTOVANJA

- 1) Udruženo oglašavanje organiziranih programa putovanja obuhvaća oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije koje provodi Hrvatska turistička zajednica u suradnji s organizatorom putovanja s organiziranim autobusnim ili zračnim dolascima u Hrvatsku u njegovim promotivnim kampanjama.
- 2) Udruženo oglašavanje odnosi se isključivo na ponudu u predsezoni i posezoni (ne uključujući oglašavanje ponude za mjesec srpanj i kolovoz).
- 3) **Klasifikacija organizatora putovanja:**
 - a) **strateški organizatori putovanja** - imaju programe putovanja s organiziranim zračnim charter prijevozom ili zakupljenim sjedalima na redovnim linijama sa strateških stranih tržišta za Hrvatsku, odnosno veliki TO koji za Hrvatsku imaju programe sa zračnim prijevozom i koji imaju potencijal povećati broj linija i letova na nove hrvatske zračne luke s postojećih i/ili novih/rastućih tržišta,
 - b) **Lideri** – organizatori putovanja i turističke agencije koje imaju organizirane programe putovanja za Hrvatsku s autobusnim ili zračnim prijevozom, odnosno vodeći strani TO/TA na zrelih tržištima (Austrija, Slovenija, dio Njemačke) i specijalisti za Hrvatsku koji već niz godina imaju Hrvatsku u svojoj ponudi i uglavnom imaju programe s autobusnim prijevozom ili programe autobusnih tura i koji s obzirom na ograničene potencijale pojedinog tržišta ili snažnu konkurenciju drugih receptivnih zemalja moraju ulagati napore za zadržavanje dosegnutog obujma prometa za Hrvatsku,
 - c) **Konsolidatori u zračnom prijevozu** sa strateških stranih tržišta za Hrvatsku,
 - d) **Konsolidatori programa organiziranih putovanja** – TO/TA koji konsolidiraju programe organiziranih putovanja više drugih turističkih agencija i/ili gospodarskih subjekata sa svih tržišta za Hrvatsku uključivo Republiku Hrvatsku.
- 4) Hrvatska turistička zajednica sudjeluje u udruženom oglašavanju organiziranih programa putovanja s maksimalno 50% sredstava usuglašenog i odobrenog medija plana.
- 5) Udio s kojim u udruženom oglašavanju organiziranih programa putovanja s vlastitim sredstvima sudjeluje organizator putovanja iznosi minimalno 50%.
- 6) Ukupna planirana sredstva za udruženo oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije u oglašavanju organiziranih programa putovanja iznosi **14.000.000,00 kuna (s uključenim PDV-om)**.
- 7) Nositelj promotivne kampanje je organizator putovanja koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije. HTZ odobrava medija plan i odobrava vizuale – usuglašava vizuale HTZ-a s vizualima partnera.
- 8) Pri odabiru programa oglašavanja razmatrat će se medija plan, visina kandidiranog medija plana te podaci o broju gostiju i noćenja koje je organizator putovanja sa svojim programom ostvario u 2014. godini, procjena za 2015. godinu te okvirni plan za 2016. godinu.

- 9) Kod novih organizatora putovanja koji u prethodnom razdoblju nisu imali programe za Hrvatsku, pri odabiru programa razmatrat će se medija plan, visina kandidiranog medija plana te okvirni plan broja gostiju i noćenja koje organizator putovanja sa svojim programom namjerava ostvariti u 2016. godini.
- 10) Posebno će se uzimati u obzir ponude organizatora putovanja za programe s organiziranim zračnim prijevozom koji realiziraju te programe na više od 2 zračne luke u Hrvatskoj.
- 11) Organizator putovanja će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju, dostaviti i potvrdu hotela o ostvarenom broju gostiju, daily flight report zračne luke u Hrvatskoj ili potvrdu prijevoznika o dovedenom broju putnika. Navedenu dokumentaciju o realiziranom programu HTZ će koristiti kao statističke podatke u svrhu ocjene uspješnosti realizacije programa udruženog oglašavanja.
- 12) HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.
- 13) U svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:
- objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a,
 - na vlastitim internetskim stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam najmanje u formatu od 300x250, veličine 40 KB,
 - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži,
 - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma.
- 14) Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a u promotivnim kampanjama organizatora putovanja uređuju se ugovorom između HTZ-a i organizatora putovanja.
- 15) **Dokumentacija za prijavu** - Svi obrasci za prijavu nalaze se u **Prilogu 2** ovog Javnog poziva. Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti i Potvrdu nadležne porezne uprave da domaći TO/TA ili organizator nema dug prema državi (ne stariji od mjesec dana).
Svi podaci koje partneri u svojim kandidaturama dostavljaju HTZ-u smatraju se strogo povjerljivim i koriste se isključivo kao dokumentacija za kandidiranje promotivnih kampanja i njihovu realizaciju.
- 16) **Rokovi prijave**
- a) Organizator putovanja prijavu „Kandidatura za model II/2016“, podnosi u pisanom obliku **ISKLUČIVO** na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **zaključno do 16. studenog 2015. godine.**

Članak 3.

MODEL III – UDRUŽENO OGLAŠAVANJE POSEBNIH PROGRAMA DESTINACIJSKE PROMOCIJE KONTINENTA (OSIM GRADA ZAGREBA)

1) Posebni programi destinacijske promocije kontinenta:

- a) Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije na kontinentu obuhvaća oglašavanje opće ponude kontinentalnih županija (imidž oglašavanje) koje provode Hrvatska turistička zajednica i sustav turističkih zajednica na kontinentu (osim Grada Zagreba),
- b) Udruženo oglašavanje posebne ponude destinacije na kontinentu obuhvaća oglašavanje ponude/sadržaja kontinentalnih županija koje provode Hrvatska turistička zajednica i sustav turističkih zajednica kontinentalnih županija u suradnji s nositeljima smještajne ponude na kontinentu u njihovim promotivnim kampanjama (gospodarski subjekti koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj),
- c) Udruženo oglašavanje posebnih programa na kontinentu obuhvaća oglašavanje programa organiziranih putovanja na kontinentu koje provodi Hrvatska turistička zajednica u suradnji s organizatorima putovanja na kontinentu u njihovim promotivnim kampanjama.
- 2) Udruženo oglašavanje sukladno ovom modelu odnosi se na ponudu destinacije na kontinentu cijele godine. Ukupna planirana sredstva za udruženo oglašavanje hrvatskog turizma u posebnim programima destinacijske promocije kontinenta su sredstva za turistički nerazvijena područja i iznose **7.000.000,00 kuna (s uključenim PDV-om).**

MODEL III	PLAN 2016.
Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije na kontinentu (imidž oglašavanje) i Udruženo oglašavanje posebne ponude destinacije na kontinentu – nositelja smještajne ponude	5.100.000,00 kn
Udruženo oglašavanje posebnih programa na kontinentu – programa organiziranih putovanja na kontinentu	1.900.000,00 kn
UKUPNO	7.000.000,00 kn

- 3) Ukupna planirana sredstva za udruženo oglašavanje opće ponude kontinentalnih županija (imidž oglašavanje) i posebne ponude/sadržaja u suradnji s nositeljima smještajne ponude na kontinentu iznose **5.100.000,00 kn (s uključenim PDV-om)**. Raspodjela navedenih sredstava vrši se sukladno udjelu pojedine županije u ukupno ostvarenim noćenjima na kontinentu u 2014. godini kako slijedi:

TZ ŽUPANIJA	Udio u ukupno ostvarenim noćenjima na kontinentu u 2014.	PLAN 2016
Bjelovarsko-bilogorska	2,74	139.740,00 kn
Brodsko-posavska	3,03	154.530,00 kn
Karlovačka	24,75	1.262.250,00 kn
Koprivničko-križevačka	2,36	120.360,00 kn
Krapinsko-zagorska	15,72	801.720,00 kn
Međimurska	8,31	423.810,00 kn
Osječko-baranjska	11,25	573.750,00 kn
Požeško-slavonska	1,85	94.350,00 kn
Sisačko-moslavačka	5,7	290.700,00 kn
Varaždinska	8,75	446.250,00 kn
Virovitičko-podravska	2,36	120.360,00 kn
Vukovarsko-srijemska	6,22	317.220,00 kn
Zagrebačka	6,96	354.960,00 kn
UKUPNO	100	5.100.000,00 kn

4) Posebni programi destinacijske promocije kontinenta:

a) Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije na kontinentu

- Hrvatska turistička zajednica sudjeluje u udruženom oglašavanju s maksimalno 80% sredstava usuglašenog i odobrenog medija plana.
- Udio s kojim u udruženom oglašavanju opće ponude destinacije s vlastitim sredstvima sudjeluje turistička zajednica županije (sustav turističkih zajednica i/ili drugi subjekti u destinaciji) iznosi minimalno 20%.
- Nositelj promotivne kampanje je TZŽ koja promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri medija plan i vizuale s kojima će se oglašavati.
- TZŽ koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u oglašavanju.
- TZŽ koordinira oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama opće ponude destinacije, te usuglašava sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja županije.
- Najmanje 75% vrijednosti medija plana odnosi se na oglašavanje izvan područja županije.
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.
- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a i TZŽ u promotivnoj kampanji opće ponude destinacije na kontinentu uređuju se ugovorom između HTZ-a i TZŽ.
- U svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:
 - objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a
 - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma.
- Uz oglašavanje određeno medija planom nositelj oglašavanja dužan je:
 - na vlastitim internetskim stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam najmanje u formatu od 300x250, veličine 40 KB,
 - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži.

b) Udruženo oglašavanje posebne ponude kontinentalnih županija – nositelja smještajne ponude

- Hrvatska turistička zajednica sudjeluje u udruženom oglašavanju s maksimalno 70% sredstava usuglašenog i odobrenog medija plana.
- Udio s kojim u udruženom oglašavanju ove posebne ponude s vlastitim sredstvima sudjeluje nositelj smještajne ponude iznosi minimalno 30%.
- Nositelj promotivne kampanje je nositelj smještajne ponude koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ i TZŽ odobre medija plan i vizuale s kojima će se oglašavati.
- TZŽ koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u oglašavanju.
- TZŽ koordinira oglašavanje hrvatskog turizma u promotivnim kampanjama nositelja smještajne ponude destinacije, te usuglašava sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja županije.
- Najmanje 75% vrijednosti medija plana odnosi se na oglašavanje izvan područja županije.
- HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.

- Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ i TZŽ u promotivnoj kampanji nositelja smještajne ponude destinacije uređuju se ugovorom između HTZ-a i TZŽ.
 - Međusobni odnosi TZŽ (sustava turističkih zajednica) i nositelja smještajne ponude destinacije uređuju se aneksom ugovora između TZŽ i nositelja smještajne ponude destinacije. Aneks ugovora sastavlja TZŽ i on čini sastavni dio krovnog ugovora između HTZ-a i TZŽ.
 - U svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:
 - objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a i TZŽ,
 - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma.
 - Uz oglašavanje određeno medija planom nositelj oglašavanja dužan je:
 - na vlastitim internetskim stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam najmanje u formatu od 300x250, veličine 40 KB,
 - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži.
- c) Udruženo oglašavanje posebnih programa na kontinentu – nositelja programa organiziranih putovanja na kontinentu**
- Hrvatska turistička zajednica sudjeluje u udruženom oglašavanju s maksimalno 70% usuglašenog i odobrenog medija plana.
 - Udio s kojim u udruženom oglašavanju s vlastitim sredstvima sudjeluje organizator putovanja iznosi minimalno 30%.
 - Nositelj oglašavanja programa organiziranih putovanja na kontinentu je organizator putovanja koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri medija plan i vizuale s kojima će se oglašavati.
 - Pri odabiru programa oglašavanja razmatrat će se medija plan, visina kandidiranog medija plana te podaci o broju gostiju i noćenja koje je organizator putovanja sa svojim programom ostvario u 2014. godini, procjena za 2015. godinu te okvirni plan za 2016. godinu.
 - Kod novih organizatora putovanja koji u prethodnom razdoblju nisu imali programe za kontinent, pri odabiru programa razmatrat će se medija plan, visina kandidiranog medija plana te okvirni plan broja gostiju i noćenja koje organizator putovanja sa svojim programom namjerava ostvariti u 2016. godini.
 - Organizator putovanja će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju, dostaviti i potvrdu hotela o ostvarenom broju gostiju, daily flight report zračne luke u Hrvatskoj ili potvrdu prijevoznika o dovedenom broju putnika. Navedenu dokumentaciju o realiziranom programu HTZ će koristiti kao statističke podatke u svrhu ocjene uspješnosti realizacije programa udruženog oglašavanja.
 - HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.
 - Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a u promotivnoj kampanji organizatora putovanja na kontinentu uređuju se ugovorom između HTZ-a i organizatora putovanja.
 - U svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:
 - objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a,
 - na vlastitim internetskim stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam najmanje u formatu od 300x250, veličine 40 KB,
 - u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži,
 - kod radijskog oglašavanja oglas mora završavati sloganom koji odredi HTZ za oglašavanje hrvatskog turizma.
- 5) Dokumentacija za prijavu** - Svi obrasci za prijavu nalaze se u **Prilogu 3** ovog Javnog poziva.
Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti Potvrdu nadležne porezne uprave da nositelj smještajne ponude na kontinentu i organizatora programa na kontinentu nemaju dug prema državi (ne stariji od mjesec dana).
Svi podaci koje partneri u svojim kandidaturama dostavljaju HTZ-u smatraju se strogo povjerljivim i koriste se isključivo kao dokumentacija za kandidiranje promotivnih kampanja i njihovu realizaciju.
- 6) Rokovi prijave**
- a) Prijava „Kandidatura za model III-a/2016“ i „Kandidatura za model III-b/2016“ podnosi se u pisanom obliku **ISKLUČIVO** na adresu turističkih zajednica kontinentalnih županija **zaključno do 2. studenog 2015. godine**. Turistička zajednica županije zaprimljene i obrađene kandidature te svoju objedinjujuću prijavu podnosi u pisanom obliku isključivo poštom na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **zaključno do 16. studenog 2015. godine**.
 - c) Prijava „Kandidatura za Model III-c/2016“ podnosi se u pisanom obliku **ISKLUČIVO** na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **zaključno do 16. studenog. 2015. godine**.

Članak 4.

Neće se razmatrati kandidature partnera:

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

Članak 5.

Pitanja se postavljaju isključivo putem elektroničke pošte na adresu oginfo@htz.hr. Odgovori na postavljena pitanja bit će javno objavljeni na Internet stranici business.croatia.hr, a sadržaj odgovora obvezujući je za sve subjekte koji se kandidiraju.

Članak 6.

Sve odredbe bitne za vrednovanje pristiglih zahtjeva, odobravanje sredstava i sklapanje ugovora za udruženo oglašavanje poduzetnika u promotivnim kampanjama turističkog sektora u 2016. godini, opisane su u Prilogu „OPĆI UVJETI I ODREDBE JAVNOG POZIVA ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA U 2016. GODINI“, koji čini sastavni i obvezujući dio ovog Javnog poziva.

Članak 7.

Sastavni i obvezujući prilozi koji čine sastavni dio ovog Javnog poziva:

Prilog „OPĆI UVJETI I ODREDBE JAVNOG POZIVA ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA U 2016. GODINI“

Dokumentacija za prijavu za Model I

Dokumentacija za prijavu za Model II

Dokumentacija za prijavu za Model III