

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

1) Predmet Javnog poziva :

- a) Model I Udruženo oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije, ponude obalnih županija i Grada Zagreba, strukovnih udruga u turizmu, nositelja smještajne ponude i posebnih programa destinacije
- b) Model II Udruženo oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije i organiziranih programa putovanja
- c) Model III Udruženo oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije, ponude kontinentalnih županija, nositelja smještajne ponude i organiziranih programa putovanja na kontinentu.

2) Razdoblje i vrste programa na koje se odnosi udruženo oglašavanje destinacije i njezinog sadržaja

- a) Programi udruženog oglašavanja koje provodi Hrvatska turistička zajednica s partnerima iz turističkog sektora sukladno ovom Javnom pozivu odnose se isključivo na ponudu i programe u razdoblju predsezona i posezone 2016. godine (siječanj-lipanj i rujanj-prosinac).
- b) Oglašavanje programa za srpanj i kolovoz nije predmet ovog Javnog poziva.
- c) Za kontinent, osim Grada Zagreba, programi udruženog oglašavanja koje provodi Hrvatska turistička zajednica s partnerima iz turističkog sektora sukladno ovom Javnom pozivu odnose se na ponudu i programe tijekom cijele godine.

3) Marketinške aktivnosti prihvatljive za udruženo oglašavanje

a) Za sve modele

- 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).

b) Dodatno za oglašavanje posebnih programa destinacije (model I-d), oglašavanje organiziranih programa putovanja (model II), oglašavanje organiziranih programa putovanja na kontinentu (model III-c)

- Oglašavanje u vlastitim prodajnim i promotivnim kanalima (oglašavanje na vlastitim web stranicama, tiskana promotivna brošura, tiskani katalog, tiskani program, ostali oblici promocije u vlastitim promotivnim/prodajnim kanalima)

Za model II:

- Organizatori putovanja dužni su određeni dio sredstava uložiti u zakup medijskog prostora za offline i online oglašavanje i to strateški partneri minimalno 40%, lideri minimalno 70%, konsolidator u zračnom prijevozu minimalno 20%, konsolidator programa organiziranih putovanja minimalno 20%.

Nositelj promotivne kampanje je dužan u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju s HTZ-om i sustavom turističkih zajednica kao partnerima.

5) Predmetom oglašavanja NE smatra se:

- a) Tiskanje brošura i newslettera
- b) Izrada vlastitih web stranica,
- c) Nastupi na sajmovima i prezentacijama.

6) Plaćanje i dokazna dokumentacija

- a) Isplata sredstava vrši se nakon realizacije ugovorenog oglašavanja. Prije ispostavljanja računa mora biti dostavljena potpuna i uredna dokazna dokumentacija koju čine:
 - Potpisani ugovor čiji je obvezni dio usuglašeni medija plan koji sadrži specifikaciju oglašavanja po medijima i terminima, te financijsku specifikaciju svakog pojedinog oglasa i ukupnog financijskog iznosa oglašavanja,
 - Potpisani aneks ugovora između nositelja oglašavanja i ostalih sudionika na razini destinacije koji sudjeluju u oglašavanju,
 - Obračun realiziranog medija plana,
 - Specifikacija svih troškova i dostavljenih priloga u skladu s odobrenim medija planom,
 - Originalni primjerci objavljenih oglasa u tiskanim medijima sukladno medija planu,
 - Fotodokumentacija za oglašavanje putem plakatiranja sukladno medija planu s priloženim ovjerenim popisom plakatnih mjesta,
 - Kompjutorski ispis i audio-video zapis na CD-u ili DVD-u za TV i radio oglašavanje sukladno medija planu s priloženim ovjerenim detaljnim popisom vremena emitiranja,
 - Kompjutorski ispis i zapis na CD-u za Internet oglašavanje sukladno medija planu (screen-shot stranice na kojoj je objavljen banner ili advertorial s oglasom HTZ-a, screen-shot stranice s prikazom oglasa na temelju ključnih riječi, screen-shot stranice na

koju ključne riječi vode, a na kojoj se mora nalaziti oglas HTZ-a i turističkih zajednica koje sudjeluju u oglašavanju, popis ključnih riječi, te statistika kampanje),

- U slučaju kada nositelj promotivne kampanje realizira ugovor samostalno, dužan je priložiti kopije originalnog računa dobavljača kod kojih je izvršeno oglašavanje u cjelokupnom iznosu, sukladno medija planu,
 - Dokaz da su svi ugovorni partneri platili svoj udio u oglašavanju (izvode FINE ili banke o izvršenom plaćanju računa za oglašavanje, ovjerena izjava izdavatelja računa da su obveze po računu podmirene, prijebroj/kompenzacija sukladno Zakonu o obveznim odnosima). HTZ neposredno i/ili putem nadležnih institucija (Državni inspektorat i dr.) zadržava pravo uvida u originalnu dokumentaciju o izvršenom plaćanju.
- b) Nakon provjere dostavljene dokumentacije HTZ će TZŽ (I-a, I-c, I-d, III-a, III-b) / udruzi (I-b) / organizatoru (II, III-c) odobriti izdavanje računa za obračunati dio oglašavanja.
- c) Svoj udio sredstva po ugovoru za udruženo oglašavanje HTZ će temeljem ispostavljenog računa platiti TZŽ (I-a, I-c, I-d, III-a, III-b) / udruzi (I-b) / organizatoru (II, III-c).
- d) Valuta za plaćanje računa je 30 dana od dana zaprimanja računa s potpunom i urednom dokumentacijom. HTZ će TZŽ (I-a, I-c, I-d, III-a, III-b) / udruzi (I-b) / organizatoru (II, III-c) platiti svoj udio u realiziranom oglašavanju nakon podnesenog dokaza da su svi sudionici u ugovoru (nositelj oglašavanja, sustav TZ, organizator putovanja) podmirili svoj dio troškova realiziranog oglašavanja.
- e) Pozivi na plaćanje prema HTZ-u 2016. godini moraju se ispostavljati u tri obroka prema realizaciji oglašavanja kako slijedi:
- 1. obrok za oglašavanje izvršeno u razdoblju siječanj-lipanj 2016.,
 - 2. obrok za oglašavanje izvršeno u razdoblju srpanj-rujan 2016.,
 - 3. obrok za oglašavanje izvršeno u razdoblju listopad-prosinac 2016. odnosno najkasnije do 15. prosinca 2016. godine.

Svi računi za udruženo oglašavanje za navedena tri obroka moraju sadržavati potpunu i urednu dokumentaciju iz članka 6. ovih Općih uvjeta i odredbi.

Iznimno, za oglašavanje u promotivnim kampanjama čiji rok realizacije je nakon 30. studenog 2016., nositelj oglašavanja može HTZ-u potpunu i urednu dokaznu dokumentaciju iz članka 6. ovog Javnog poziva dostaviti do 30. prosinca 2016.

U slučaju dostave dokumentacije nakon utvrđenih rokova iz članka 6. ovih Općih uvjeta i odredbi HTZ neće preuzeti obvezu plaćanja troškova po ugovoru za oglašavanje koja nisu u skladu s člankom 6. ovih Općih uvjeta i odredbi.

- f) HTZ neće preuzeti obvezu plaćanja troškova po ugovoru za udruženo oglašavanje koja nisu u skladu s člankom 6. ovih Općih uvjeta i odredbi, te ako u svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja nije izvršio obveze propisane za pojedine modele udruženog oglašavanja.

7) **Odredbe Glavnog ureda HTZ-a (HTZ)**

- a) HTZ u 2016. godini neće sudjelovati u programima udruženog oglašavanja koji uključuju subjekte koji ne plaćaju boravišnu pristojbu, turističku članarinu te ostale financijske obveze prema HTZ-u.
- b) Kandidature se razmatraju prema redosljedu prispjeća u HTZ, a mogu se odobravati do ukupno raspoloživih sredstava za oglašavanje u promotivnim kampanjama turističkog sektora, s mogućnošću preraspodjele između ostalih modela udruženog oglašavanja koji su dio ovog Javnog poziva.
- c) Odluku o odabiru promotivnih kampanji u kojima će HTZ u 2016. godini provoditi udruženo oglašavanje hrvatskog turizma, donosi Turističko vijeće HTZ-a na prijedlog Povjerenstva koje imenuje Turističko vijeće HTZ-a.
- d) 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.
- e) HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu potrebnu dokaznu dokumentaciju.
- f) HTZ zadržava pravo uključivanja mjerodavnih državnih institucija za provjeru dostavljenih podataka o realizaciji obujma programa (inspekcija/revizija).

8) **Planirana sredstva**

- a) Planirana sredstva Glavnog ured Hrvatske turističke zajednice za udruženo oglašavanje u 2016. godini iznose **55.000.000,00 kn (s uključenim PDV-om)** i raspoređena su po modelima kako slijedi:

MODEL	NAZIV MODELA	PLAN 2016.
MODEL I	Udruženo oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije, ponude obalnih županija i Grada Zagreba, strukovnih udruga u turizmu, nositelja smještajne ponude i posebnih programa destinacije	34.000.000,00 kn
MODEL II	Udruženo oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije i organiziranih programa putovanja	14.000.000,00 kn
MODEL III	Udruženo oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije, ponude kontinentalnih županija, nositelja smještajne ponude i organiziranih programa putovanja na kontinentu	7.000.000,00 kn
UKUPNO		55.000.000,00 kn

9) Rješavanje sporova

- a) Mjerodavno pravo jest hrvatsko pravo i Ugovor će se 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.

10) Adrese turističkih zajednica županija (model I):

- Turistička zajednica Istarske županije, Pionirska 1a, 52440 Poreč
- Turistička zajednica Primorsko-goranske županije, Nikole Tesle 2, 51410 Opatija
- Turistička zajednica Ličko-senjske županije, Budačka 12, 53000 Gospić
- Turistička zajednica Zadarske županije, Sv. Leopolda Bogdana Mandića 1, 23000 Zadar
- Turistička zajednica Šibensko-kninske županije, Fra Nikole Ružića bb, 22000 Šibenik
- Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Prilaz braće Kaliterna 10/I, 21000 Split
- Turistička zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, Vukovarska 24, 20000 Dubrovnik
- Turistička zajednica grada Zagreba, Kaptol 5, 10000 Zagreb

11) Adrese turističkih zajednica kontinentalnih županija (model III):

- Turistička zajednica Bjelovarsko-bilogorske županije, Dr. Ante Starčevića 8, 43000 Bjelovar
- Turistička zajednica Brodsko-posavske županije, Petra Krešimira IV. br. 2, 35000 Slavonski Brod
- Turistička zajednica Karlovačke županije, Ambroza Vraniczanya 6, 47000 Karlovac
- Turistička zajednica Koprivničko-križevačke županije, Antuna Nemčića 5, 48000 Koprivnica
- Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, Krambergerova 1, 49000 Krapina
- Turistička zajednica Međimurske županije, Ruđera Boškovića 2, 40000 Čakovec
- Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, Kapucinska 40, 31000 Osijek
- Turistička zajednica Požeško-slavonske županije, Županijska 7, 34000 Požega
- Turistička zajednica Sisačko-moslavačke županije, Rimska 28/II, 44000 Sisak
- Turistička zajednica Varaždinske županije, Uska 4, 42000 Varaždin
- Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije, Augusta Šenoa 1, 33000 Virovitica
- Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije, Glagoljaška 27, 32100 Vinkovci
- Turistička zajednica Zagrebačke županije, Preradovićeve 42, 10000 Zagreb.